

ФАКТОРЫ И ОСОБЕННОСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА ТАБАЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РОССИИ

Диков В.В., аспирант

ГНУ Всероссийский научно-исследовательский институт табака, махорки и табачных изделий, г. Краснодар

Современная экономическая ситуация в Российской Федерации характеризуется высокой степенью расширения глобализации бизнеса, ужесточением и изменением характера конкуренции на рынке. Среда современного бизнеса нестабильна и агрессивна. Приспособление бизнеса к этой среде идет за счет совершенствования управленческой деятельности в различных областях (производство, финансы, персонал, маркетинг, менеджмент).

Табачная отрасль Российской Федерации является составной частью пищевой и перерабатывающей промышленности АПК. В современных рыночных условиях она работает сравнительно эффективно. При этом одна из основных целей определяется в создании и определении факторов устойчивого развития корпоративных отношений

В настоящее время почти все ведущие табачные фабрики России принадлежат крупным зарубежным предпринимательским структурам- ТНК (Транснациональным компаниям), которые производят более 350 млрд. шт. сигарет (свыше 95% от всей выручке в стране) и работают полностью на импортном сырье.

Экономический рост табачной продукции обусловлен мощным притоком табачного сырья и капиталобразующих инвестиций, которые российский табачный рынок привлекает своей большой емкостью и растущим потребительским спросом. При этом инвестиции направлялись в основном на технико-технологическую модернизацию производственного потенциала крупных табачных фабрик.

В сферу деятельности табачных корпораций вовлекаются тем или иным способом различные категории людей, поэтому руководство корпорации в процессе принятия решений должно учитывать интересы таких экономических составляющих общества:

- потребители, которые требуют к себе самого пристального внимания со стороны корпорации. Без потребителей она просто не сможет существовать. Потребители хотят получить от нее качественные товары и услуги, приемлемые цены, хорошее обслуживание и правдивую рекламу. Если корпорация не стремится направить силы на удовлетворение потребностей потребителей, то это можно назвать главным стратегическим просчетом корпорации, из-за которого ее может постигнуть неудача как в долгосрочном, так и в краткосрочном периоде. Это обусловлено тем, что

отношение общества к корпорации в значительной степени формируется в точках продажи товаров и услуг.

- служащие, суть отношений которых с корпорацией переходит от обычных требований справедливой оплаты труда и к другим аспектам взаимоотношений работодателя с работником: равенство возможностей, защита здоровья на рабочем месте, финансовая безопасность, невмешательство в личную жизнь, свобода самовыражения и обеспечение соответствующего уровня жизни.

- местное население, на которое табачные корпорации оказывают наибольшее воздействие в процессе производства. Именно здесь от них ждут непосредственного участия в решении местных, муниципальных проблем: образование, организация транспорта, условия для отдыха, система здравоохранения, решение проблем окружающей среды. В России где много градообразующих предприятий эта проблема особенно актуальна, поэтому именно здесь корпорации прежде всего должны объяснять суть и характер своей деятельности.

- общество в целом, на которое табачные компании оказывают воздействие на национальном уровне. Их деятельность оказывается объектом пристального внимания различных групп и организаций, включая академические круги, правительственные структуры и средства массовой информации. От корпораций ждут участия в решении проблем национального и международного масштаба. В то же время их первой и главной обязанностью перед обществом является забота о поддержании собственной экономической жизнеспособности в качестве производителя товаров и услуг, в качестве нанимателя и создателя рабочих мест. Одной из главных мировых проблем, особенно в настоящее время, является проблема экологической безопасности производства.

- поставщики, большую часть которых составляют, как правило, малые предприятия, ожидающие от сотрудничества с крупными компаниями справедливых торговых отношений и своевременных платежей. Взаимоотношения крупных корпораций и их поставщиков являют собой важное звено любой экономической системы, так как само существование малого бизнеса зависит от честного отношения к нему со стороны корпораций.

- акционеры вступают с корпорацией в особые отношения: они делают возможным само существование корпорации как поставщики "рискового" капитала, необходимого для ее возникновения, развития и роста. Интересы акционеров должны учитываться во всех важнейших действиях общества, корпоративная среда представляет собой область взаимодействия корпорации как объекта с теми, на кого она может в силу своих возможностей оказывать влияние.

Следует отметить, что развитие и совершенствование корпоративного управления в табачных компаниях невозможно без применения передовых технологий (прикладных бизнес программ), в основе которых лежит

превращение стратегических знаний в ключевой ресурс успешного развития современных акционерных обществ, необходимость повышения эффективности внутреннего контроля, обострение конкуренции на рынке капиталов и проблем социальной ответственности компаний.

- сотрудничества членов совета директоров с топ-менеджерами в ходе реализации стратегии акционерного общества;
- выполнения высшими должностными лицами своих функций по управлению системой внутреннего контроля (текущее руководство, обеспечиваемое топ-менеджерами, и надзор, осуществляемый членами совета директоров);
- взаимодействия компании с акционерами, иными контрагентами и заинтересованными сторонами.

В заключении необходимо подчеркнуть, что структурная модель корпоративного управления в табачной отрасли России находится на стадии становления, ее современное состояние не дает возможности даже с большими предположениями оценивать ее тяготение к любым классическим образцам. На сегодня в странах с переходной экономикой формально существуют разрозненные компоненты всех традиционных моделей: относительно разделенная собственность, как в аутсайдерских системах, но неликвидный рынок ценных бумаг и слабые институциональные инвесторы; явная и постоянная тенденция к концентрации собственности и контроля, внедрение элементов перекрестного владения и формирование сложных корпоративных структур разного типа, что свойственно инсайдерским системам, но при отсутствии адекватного финансирования и эффективного мониторинга за деятельностью менеджеров со стороны банковских учреждений.

Литература

1. Корпоративное управление. Владельцы, директора и наемные работники акционерного общества. – Пер. с англ. – М.: "Джон Уайли энд Санз", 1996 г.- 240 с.
2. Исаев А.П. Развитие табачной отрасли в Российской Федерации в условиях формирования рыночной экономики / А.П. Исаев, В.А. Саломатин, Ш.А. Зелымханов и др. // Сборник научных трудов Всероссийского научно-исследовательского института табака, махорки и табачных изделий – Краснодар, 2009.- № 178. - С. 51-56.
3. Корпоративный менеджмент в современных экономических отношениях/ В.В.Андронов: – М.: „Издательство „Экономика”, 2003.
4. Попов Н.А. Предпринимательство в АПК./ Н.А. Попов, В.Р. Захарьин, Н.П. Карпусь. –М.: –«Издательство «ЭКМОС», 2001. -352 с.