

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/168187>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Корпоративный менеджмент

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

Глава 1. Проблемы развития корпоративного управления на железнодорожном транспорте 4

1.1. Предпосылки формирования и развития корпоративного управления на железнодорожном транспорте 4

1.2 Практика формирования корпоративного управления на железнодорожном транспорте 11

Глава 2. Анализ методов оценки результативности корпоративного управления компаниями железнодорожного транспорта 22

Заключение 28

Список литературы 30

Введение

Актуальность темы исследования. Решение проблем повышения результативности деятельности организаций железнодорожного транспорта представляет собой одну из важнейших задач национальной экономики, поскольку непосредственно связано с удовлетворением транспортных потребностей общества. Железнодорожный транспорт, как системообразующий вид транспорта, имеет первостепенное значение в развитии экономики страны. Сегодняшняя ситуация на мировом рынке транспортных услуг заставляет многие железнодорожные компании меняться, чтобы сохранить имеющиеся и приобрести новые конкурентные преимущества. В связи с чем, неизбежна трансформация системы управления компании.

Глава 1. Проблемы развития корпоративного управления на железнодорожном транспорте

1.1. Предпосылки формирования и развития корпоративного управления на железнодорожном транспорте

В течение последних десятилетий представители бизнеса и органов государственного регулирования во многих странах мира обсуждают вопрос о необходимости развития практики управления. Изменения, происходящие в транспортной отрасли Российской Федерации и бывших республик Советского союза, не привели к полному решению ранее существовавших проблем, среди которых можно назвать: увеличение накладных расходов, слабая мотивация труда, несовершенство структуры и высокий износ парка подвижного состава и др. Возникли и новые проблемы, к которым следует отнести низкий уровень результативности управления транспортными организациями, что прямо связано с уровнем их экономической устойчивости и состоятельности.

В сфере управления проблемы в основном связаны с ошибками при принятии решений и объемом финансирования, которые обеспечивают требуемые темпы функционирования и развития организаций транспорта. Решение названных проблем предполагает использование в организациях современных методов управления, так как источниками формирования эффекта, получаемого в результате реализации этих методов являются факторы, которые снижают затраты транспортных организаций с повышением результативности процесса управления и обеспечивают ожидаемые темпы развития в целом. Известно, что результативное управление способствует повышению конкурентоспособности компании.

Улучшению практики управления может способствовать рост качества принятия решений на уровне структурных подразделений компании, тем самым повышая результативность ее деятельности. В свою очередь, качество управления связано и с принятой практикой подачи отчетности, и с мерой ответственности работников, влияет на риск всевозможных злоупотреблений со стороны менеджеров, а также с системой управления, которая должна способствовать выполнению организацией всех требований

законодательства. Поэтому организации, в частности и на железнодорожном транспорте, будут получать выгоду от укрепления своей репутации как внутри страны, так и на международной арене.

Железнодорожный транспорт, как системообразующий вид транспорта, является локомотивом в развитии национальной экономики.

Глобальные изменения на рынке транспортных услуг вынуждают железнодорожные компании изменяться для того, чтобы сохранить имеющиеся и приобрести новые конкурентные преимущества. Руководство компании должно понять, принять и учесть тот факт, что трансформация организации как открытой сложной социально-экономической системы неизбежна. Для того, чтобы эти изменения были адекватно восприняты работниками и прижились в организации, не нарушив согласованности работ, корпоративной культуры компании, совместимости аппаратных и программных решений необходимо создать благоприятные условия для внедрения новых методов и процедуры ведения бизнеса. В процессе трансформации системы управления железнодорожной компанией требуется тщательно разработать стратегию, которая должна соответствовать ожиданиям всех заинтересованных сторон. При формировании такой стратегии, а также связанной с ней тактики, руководству компании следует обращать внимание на возникновение различных рисков, которые, в свою очередь, влияют на снижение результативности деятельности компании. Поэтому на практике создаются программы по снижению многочисленных рисков.

Таким образом, проблемы, возникшие в процессе трансформации системы управления относятся ко всем организациям транспорта, включая железнодорожную компанию ОАО «РЖД».

Корпоративное управление является для отраслей экономики РФ, в том числе железнодорожной компании ОАО «РЖД» относительно новой формой управления. Эффективное корпоративное управление способствует улучшению взаимоотношений между участниками управленческой структуры (акционер, Наблюдательный совет и председатель правления), и инвестиционного климата заинтересованным лицам. Наблюдательный совет является главным органом в формировании стратегией развития железнодорожной компании. Основные функции Наблюдательного совета: подбор квалифицированных менеджеров, в том числе председателя правления, периодический аудит процесса деятельности железнодорожной компании и т.д. Директора Наблюдательного совета осуществляют аудит над делами железнодорожной компании, но они не вмешиваются в процесс управления бизнесом общества для того чтобы не дублировать задачи председателя правления. Председатель правления несет ответственность за реализацию стратегией развития железнодорожной компании, созданию открытого информационно-аналитического пространства Наблюдательному совету, так как, железнодорожная компания возлагается председателем правления.

1.2 Практика формирования корпоративного управления на железнодорожном транспорте

На сегодня нет единого устоявшегося определения корпоративного управления, то есть такого определения, которое бы могло применяться ко всем ситуациям в различных странах. Международная финансовая корпорация (IFC) определяет термин «корпоративное управление» - как структуры и процессы руководства компаниями и контроля над ними. Многие авторы согласны с тем, что корпоративный менеджмент имеет объектом механизмы ведения бизнеса, а объектом корпоративного управления - систему взаимодействия между множеством лиц, причастных к организации (стейкхолдеров и, в частности, менеджеров и владельцев), по тем или иным аспектам ее функционирования. При этом к области корпоративного относятся, например, взаимоотношение между материнскими и дочерними обществами, поставщиками и потребителями, крупными (мажоритарными) акционерами и высшими органами управления.

Снижающийся уровень результативности деятельности железнодорожной компании Республики Узбекистан свидетельствует о низкой результативности корпоративного управления. Поэтому в данном разделе изучается и обобщается практика формирования корпоративного управления ведущих железнодорожных компаний.

Во многих странах уже сложилась практика формирования корпоративного управления на железнодорожном транспорте. Рассмотрим ее более подробно на примере ведущих железнодорожных компаний.

«Юнион Пасифик» (Union Pacific) - американская компания, владеющая крупнейшей сетью железных дорог в США и основанная в 1862 г. Летом 1862 г. президент США Авраам Линкольн подписал Акт о стро-

ительстве Тихоокеанской железной дороги, положив начало строительству магистрали от Среднего Запада до Сан-Франциско. В сентябре 1862 г. состоялось собрание акционеров «Юнион Пасифик», на котором её президентом был избран первый мэр Чикаго. Далее компания перешла под контроль финансиста Джея Гулда, который после биржевого краха 1869 г. скупал железнодорожные компании. В 1880 г. предприниматель объединил «Юнион Пасифик» с железнодорожными компаниями Денвера и Канзаса, создав корпорацию с уставным капиталом 50,7 млн долл., в 1893 г. «Юнион Пасифик» перешла под управление кредиторов.

В начале 1900-х гг. XX века «Юнион Пасифик» провела несколько поглощений, в частности, конкурентов Southern Pacific и Northern Pacific.

В конце 1950-х гг. консультанты проанализировали различные варианты развития «Юнион Пасифик» и пришли к выводу, что наибольшую пользу принесёт самостоятельное развитие ресурсного и транспортного подразделений. Того же мнения придерживался и менеджмент компании. В итоге была создана новая холдинговая структура.

В 1970-е гг. железнодорожные перевозки обеспечили 73% выручки компании, через пять лет - всего 57%, а в 1985 г. этот показатель и вообще упал ниже 50%.

В 1982 г. «Юнион Пасифик» ходатайствовал о приобретении Missouri Pacific Railroad и Western Pacific Railway. За этим событием последовала череда поглощений, в частности, покупка Southern Pacific. В 1996 г., почти через столетие после первой попытки, «Юнион Пасифик» поглотила конкурента.

На сегодняшний день пять крупнейших акционеров в совокупности контролируют менее четверти голосующих акций «Юнион Пасифик», совет директоров состоит из 13 человек, из которых двое представляют правление, остальные - ключевых клиентов, независимых консультантов и академические круги. В правление входит 18 членов.

В целом, можно выделить следующие особенности, свойственные «Юнион Пасифик» как представителю американской модели корпоративного управления:

- акции корпораций используются населением как инструмент сохранения собственных финансов;
- компания реализует акции с целью привлечения дополнительных финансовых средств, способствующих развитию бизнеса;
- в качестве основных собственников корпораций выступают институциональные и private инвесторы, принимающие риски с целью получения прибыли от разницы курса купли/продажи акций;
- финансовые вложения в корпорацию возможны при наличии уверенности в эффективности корпоративного управления, поэтому потенциально заинтересованные лица проводят оценку рынка акций для определения качества корпоративного управления и др.

Глава 2. Анализ методов оценки результативности корпоративного управления компаниями железнодорожного транспорта

Принятие решений о повышении результативности корпоративного управления железнодорожной компанией представляется невозможным без оценки ее деятельности. В то же время поиск адекватных процедур оценки корпоративного управления является необходимым условием целеполагания управленческих воздействий в рамках конкретной железнодорожной компании. Под оценкой, согласно, принято понимать установление ценностного отношения между субъектом оценки и каким-либо предметом оценки. Тогда выполнение оценки предполагает наличие субъекта (заинтересованное лицо), предмета (корпоративное управление), характеристики (методы оценки, система показателей оценки и т.д.) и критерия (признак, основание, правило принятия решения по оценке чего-либо на соответствие предъявленным требованиям).

В свою очередь следует отметить, что результативность - весьма многоаспектное понятие, рассмотренное в ряде работ. Под результативностью, в соответствии с системой менеджмента качества, понимается степень реализации запланированной деятельности и достижения запланированных результатов.

Поскольку субъекты оценки (заинтересованные лица) преследуют различные цели оценивания, то и на практике можно использовать различные методы оценки результативности корпоративного управления. Тогда каждый из этих методов позволяет раскрыть в наибольшей степени какую-либо сторону результативности. В этом случае речь идет об определении предпочтительной области использования методов оценки.

Анализ представленных в этих работах методов оценки результативности корпоративного управления

позволил выделить следующие их основные группы (рис. 6).

Рисунок 6. Группы методов оценки результативности корпоративного управления железнодорожной компанией (составлено автором)

Остановимся подробнее на каждой из групп методов, представленных на рис. 7, а также определяем их предпочтительную область использования.

Методы из группы рейтингования позволяют сопоставить результативность корпоративного управления между различными компаниями. Методы данной группы, как правило, используются специализированными консалтинговыми компаниями (рейтинговыми агентствами). Первым рейтинговым агентством, реализовавшим методы данной группы на практике, стала компания Standard & Poor's. В настоящее время Standard & Poor's наряду с Moody's и Fitch Ratings входит в «большую тройку» международных рейтинговых агентств. Главная задача рейтинговых агентств - предоставление мировым кредитным рынкам независимых и ориентированных на перспективу оценок кредитоспособности организаций, результатов аналитических исследований деятельности различных компаний и иной информации. Рейтинги позволяют сравнивать между собой компании, но рейтинги не информативны для принятия решений о купле или продаже ценных бумаг, поскольку не содержат данных о рыночных ценах или уровне привлекательности компаний для того или иного инвестора. Рейтинги компаний определяются на основе текущей информации, предоставляемой специалистами самих агентств, а также получаемой из других источников, считающихся надежными.

Заключение

Корпоративное управление — это «система взаимоотношений между собственниками (акционерами) компании и её менеджментом, между различными группами (категориями) акционеров, между компанией в целом и иными заинтересованными группами (stakeholders) по вопросам обеспечения интересов указанных участников корпоративных отношений и эффективной деятельности компании, ее соответствия социальным целям и общественным интересам». Качественное корпоративное управление позволяет достигнуть таких результатов хозяйственной деятельности компании, которые удовлетворяют всех заинтересованных лиц.

Список литературы

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. - СПб.: Атлант, 1999.
2. Андронов В.В. Корпоративный менеджмент в современных экономических отношениях / В.В. Андронов // Учеб. пособие. - М.: Экономика, 2003.
3. Антонов В. Г. Корпоративное управление / В. Г. Антонов [и др.]. // Учебное пособие. - М.: Форум: ИНФРА-М, 2009.
4. Асаул А.Н. Корпоративное управление и корпоративные отношения: сущность и проблемы / А.Н. Асаул // Экономическое возрождение России. - 2013. - №1 (15). - С. 3-6.
5. Баттерис М. Корпоративные бриллианты / М. Баттерис, Б. Ройтер // Учебник. - М.: ГроссМедиа, 2005.
6. Бородин И.А. Современная концепция управления корпоративной безопасностью / И.А. Бородин // ИНФОРМОСТ № 2 (50) 2007.
7. Бочарова И.Ю. Корпоративное управление / И. Ю. Бочарова // Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2014, 368 с.
8. Бубнова Г.В. Концепция управления развитием транспортной компании / Г.В. Бубнова, А.И. Фроловичев // Экономика железных дорог. - 2018. - №9. - С. 29-38.
9. Бубнова Г.В. Корпоративная система управления маркетингом / Г.В. Бубнова // Учебное пособие. - М.: МИИТ, 2006.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/168187>