

## Секция «Журналистика»

### Особенности современной модели менеджмента на медиапредприятиях

**Каледина Валентина Викторовна**

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, журналистики,  
Москва, Россия*

*E-mail: valentinakaledina@yandex.ru*

Сегодня большое количество медиапредприятий являются прибыльными. Среди них много публичных компаний. Модель менеджмента публичных компаний заслуживает особого внимания.

ИРО (англ. Initial Public Offering) – первичное публичное размещение акций компании на бирже. Целью ИРО может служить привлечение средств в компанию, увеличение капитализации компании, повышение ликвидности капитала компании и т.п.

За последние годы среди российских компаний сильно возрос интерес к ИРО. Из числа медиапредприятий, работающих на российском рынке, успешное ИРО провели такие компании, как «РБК медиа», «СТС медиа», «О2ТВ» (разместился на ММВБ в новом секторе ИРК, предназначенном для молодых инновационных компаний).

Перед выходом на ИРО медиапредприятия приводят все внутренние процессы в компании в соответствие с жесткими нормами, которые предъявляются к публичным компаниям. Большое значение уделяется менеджменту предприятия.

Полную прозрачность должны приобрести организационная система компании, система взаимоотношений в компании. Должен существовать совет директоров, состав которого также должен быть полностью прозрачен и понятен (лица с «правильной» репутацией). Необходимое условие – присутствие в совете директоров минимум двух независимых директоров. Все высшее руководство компании должно обладать соответствующими навыками, знаниями и опытом. Должна быть полностью прозрачной как система оплаты топ-менеджменту и членам совета директоров, так и система оплаты персонала. Весь персонал должен работать на легальных контрактах. Особое внимание должно быть уделено опционной политике и контрактам, нацеленным на длительное удержание топ-менеджеров в компании. В компании должен быть независимый CFO (англ. Chief Financial Officer – главный финансовый директор), который привлечен из не аффилированной структуры. Комитеты совета директоров (комитет по кадрам и вознаграждениям, комитет по аудиту) должны быть выстроены правильно и прозрачно. Аудиторская компания, работающая с потенциальным эмитентом, т.е. компанией, готовящейся к ИРО, должна иметь хорошую репутацию.

Все российские медиакомпании, которые провели ИРО, были очень близки к выполнению данных норм. К сожалению, не всем до конца удастся им соответствовать. Отчасти это связано с тем, что институт бирж существует в России относительно недолго, поэтому на российских площадках недостаточно жесткая система контроля для эмитентов. В то время как на западных площадках (к примеру, на NASDAQ, где провел ИРО «СТС медиа»), требования гораздо жестче, что заставляет медиапредприятие соответствовать самым высоким требованиям прозрачности.