

Косолапов Г.В.

## КОРПОРАТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЗОЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ

*Рассматриваются особенности основных типов структурирования мезоэкономических связей. Показано что в условиях Казахстана необходимо обратить особое внимание на совершенствование и развитие корпоративного механизма организации мезоэкономических связей.*

*Основой методологии создания и развития корпоративных структур бизнеса должны стать принципы сотрудничества и интеграционный подход, которые реализуются на основе предлагаемой концепции корпоративного строительства бизнеса.*

*The peculiarities of main types of structuring mezo-economical relationships are considered. It is demonstrated that in the condition of Kazakhstan there is a necessity of paying special attention on the improvement and development of corporate mechanisms in the organization of mezo-economical relationships.*

*As a basis for the methodology of creating and developing corporate business structures should be partnership and integration approach principals which are realized according to the suggested concepts of building corporate*

Одной из актуальных проблем развития стран с транзитной экономикой, при их выходе на этап экономического роста, является решение проблем концентрации, капитализации и консолидации капитала. Иначе говоря, необходимость развития крупного бизнеса. Основной организационной формой крупного бизнеса является корпорация

Рассматривая экономику страны, можно выделить несколько уровней управления. На каждом уровне имеются свои цели, задачи и механизмы реализации. Выделяют макроуровень, мезоуровень и микроуровень. На каждом уровне управления экономикой используются соответствующие организационно-экономические механизмы, системы критериев и индикаторов [1]. При этом «мезоуровень в экономике представляет собой межотраслевые связи предприятий и организаций» [2]. Эти связи могут осуществляться через акты купли-продажи на рынке. В этом случае эти связи никак не структурированы. В противоположность бесструктурному рыночному хозяйственному механизму на мезоуровне можно выделить структурированный хозяйственный механизм – корпоративные структуры (корпорации), являющиеся организационной основой корпоративного бизнеса. Ввиду отсутствия устоявшейся терминологии рассматриваемых понятий, рассмотрим некоторые из них и сформируем собственное видение этих понятий.

*Корпоративный бизнес* – это системный бизнес, который реализуется в сложной организации, действующей на принципах сотрудничества, взаимной увязки интересов ее участников, ограниченной ответственности и корпоративного управления. Эти принципы реализуются в процессе сотрудничества его участников, взаимодействия капиталов и отдельных видов бизнеса

Предпринимательский механизм, используемый внутри корпорации, для объединения субъектов бизнеса в одну структуру относится к мезоуровню, так как позволяет объединять в одной структуре как предприятия одной отрасли, так и создавать межотраслевые диверсифицированные структуры.

Первый тип структурирования – структурирование мезоэкономических связей посредством регулирующей функции рынка, названный И.К. Ларионовым маркетинговым, формируется в условиях высокого уровня развития рыночных отношений и наличии всех необходимых институтов рыночной инфраструктуры на стадии, когда эти институты получают адекватную им материально-техническую базу. В развитых экономиках сформирована вся необходимая инфраструктура, созданы необходимые условия для реализации структурирования мезоэкономических связей посредством регулирующей функции рынка. В транзитных (переходных) экономиках таких условий и инфраструктуры нет, а для их создания требуются огромные затраты ресурсов и времени. В этой ситуации развитые экономики имеют огромные конкурентные преимущества над транзитными и сделают все необходимое, чтобы сохранить эти преимущества. Но при этом следует подчеркнуть, что развитые экономики широко используют и второй тип мезо-структурирования, который И.К. Ларионовым назван корпоративным типом организации мезоэкономических связей (КМОмэс).

Поэтому считаем, что для Казахстана и других стран с транзитной экономикой больший интерес представляет второй тип мезоэкономического структурирования – структурирование непосредственной организацией относительно замкнутой сети производственно-предпринимательских связей на мезоуровне, который по нашему мнению позволит при меньших затратах времени и ресурсов обеспечить конкурентоспособность отечественного бизнеса и страны. При организации мезоэкономики преимущественно через КМОмэс, у нашей страны возникает реальная возможность создавать и развивать предпринимательские механизмы, включая интегральный хозяйственный механизм государства в своих собственных национально-государственных интересах. Разработанная государством программа развития 30 корпоративных лидеров, развитие государственно-частного партнерства фактически и есть пути развития корпоративного типа организации мезоэкономических связей в экономике Казахстана.

Корпоративный механизм организации мезоэкономических связей позволяет эффективно решать вопросы финансирования и организации инвестиционной деятельности структуры бизнеса, обладает повышенной финансовой устойчивостью, позволяет эффективно использовать ценные бумаги

и другие финансовые инструменты в своей деятельности, что создает необходимые предпосылки для развития рынка ценных бумаг в республике.

Корпоративный механизм организации мезоэкономических связей (КМОмэс) создает наиболее благоприятные условия для творческого взаимодействия в рамках одной структуры ученых, изобретателей, инженеров, техников, технологов, предпринимателей и коммерсантов для быстрого внедрения в производство НИОКР. Перспективы многих предприятий призрачны, если они не станут объединяться в межотраслевые наукоемкие корпорации, контролируемые необходимыми им сетями мезоэкономических связей. Следовательно, КМОмэс может сыграть ключевую роль в переходе экономики Казахстана на инновационный путь развития, это орудие спасения научно-производственного потенциала Казахстана.

Нужно отметить, что в нашей экономической литературе, как в прошлом, так и в настоящем, подобная концентрация нередко рассматривается как форма монополизации производства, как явление сугубо отрицательное. Однако объективную необходимость концентрации производства определяет развитие экономических процессов. Это – объективный закон развития производительных сил общества. Сам механизм свободного рынка, освобожденный от регулирующих воздействий государства, ведет к образованию крупнейших корпораций, которые превращают множество мелких и средних фирм в примыкающую к ним сеть либо уничтожают их экономическими методами [2].

Вся история разработки и применения в странах Запада, прежде всего США, антимонопольного законодательства свидетельствует:

- из конкурентной борьбы на свободном рынке неизбежно рождаются крупные корпорации, которые становятся монополистами;
- под влиянием общественного мнения, недовольного всемогуществом монополий, принимаются различные законодательные акты антимонопольной направленности;
- антимонопольное регулирование не в состоянии остановить процесс образования крупных и сверхкрупных корпораций, неизбежно перерастающих в ТНК и сравнимых по экономической мощи со средней европейской страной (всего одной-единственной компанией!). Этот тезис подтверждается продолжающимися слияниями крупных и сверхкрупных корпораций во многих отраслях мирового хозяйства.

Закономерным, необходимым и целесообразным (для экономического созидания, разумеется, а не разрушения) является структурирование предприятий в крупные комплексы (корпорации). Структурирование производственно-хозяйственных единиц может происходить двумя способами.

Во-первых, путем поглощения сильной структурой более слабых (обычно через покупку контрольного пакета акций, часто при наличии финансовых затруднений у поглощаемых структур), а

также путем создания крупной структурой дочерних фирм, филиалов и т.п.

Во-вторых, путем различного рода договорных процессов о добровольном объединении структур в более крупные, используя самые разнообразные организационные формы, как относительно жесткие, так и гибкие подвижные.

Взаимодействие объективных тенденций развития с мощными экономическими интересами привело в последние годы к созданию крупных мезоструктур, которые приняли форму финансово-промышленных групп (ФПГ) в России и холдингов в Казахстане.

Для решения многих задач казахстанской экономике нужны современные жизнеспособные корпоративные структуры. Они могут обеспечить новый уровень индустриализации страны. Именно корпоративный бизнес формирует мезоуровень экономики, тот каркас, отраслевого и межотраслевого управления без которого трудно развиваться среднему и малому бизнесу.

Комплекс мер по формированию и развитию корпоративных структур, корпоративных отношений как организационного механизма для создания межотраслевых связей и отношений на мезоуровне, автор предлагает объединить в единую концепцию под названием корпоративное строительство бизнеса.

*Под корпоративным строительством бизнеса предлагается понимать комплекс мер по теоретическому анализу, выработке нормативно-правовой базы, разработки методологии проектирования корпоративных структур, внедрения и развития наилучшей практики корпоративного управления, рынка ценных бумаг и других мероприятий, необходимых для формирования и развития крупного корпоративного бизнеса в Казахстане.*

Грамотно выстроенная система корпоративных отношений является важнейшим условием эффективности корпоративного бизнеса. При этом мы исходим из предположения, что корпоративные отношения возникают везде, где есть разделение функций собственности и управления. Участниками корпоративных отношений являются собственники, наемные менеджеры, члены совета директоров, а также другие заинтересованные лица: государство, инвесторы, наемный персонал компании, поставщики и потребители.

На реализацию концепции корпоративного строительства бизнеса в Республике оказывает влияние целый ряд обстоятельств. Это и специфика казахстанской институциональной среды, разрушение государственного монополизма и его основных организационных форм, появление массового немонополизированного сектора экономики, возникновение неэффективных форм распоряжения государственной собственностью и разнотипных экономических институтов. Усложняет ситуацию криминализация экономики, масштабное развитие теневой экономики (до 30% ВВП по оценкам Всемирного банка), которая охватывает не только традиционные для всех стран сферы хозяйствования,

но и практически все стороны жизнедеятельности. При этом усилия крупного капитала направлены не столько на повышение эффективности производства, сколько на создание эффективных способов уклонения от налогов.

Таким образом, состояние корпоратизации экономики Казахстана показывает целесообразность и практическую необходимость переходить к корпоративному строительству бизнеса, развитию крупных корпоративных структур, опираясь не на сложившуюся практику, а на новую парадигму корпоративного строительства бизнеса, в основу которой положена интеграция и стратегия делового сотрудничества, выстраиваемая на принципах корпоративного управления определенных ОЭСР и наилучшей международной практике корпоративного управления.

Стратегия делового сотрудничества понимается нами, как объединение одних направлений деловой активности с другими видами бизнеса для извлечения взаимной выгоды. Поскольку ни одна организация не может обладать всеми умениями, необходимыми, чтобы реагировать на перемены, ключевой компетенцией каждой организации должна стать способность к беспроигрышному сотрудничеству.

Различные аспекты этой проблемы рассматриваются в работах известных американских предпринимателей и консультантов Р.Уэлборна и Р. Уоллеса [3, 4]. В частности, Р. Уоллес подчеркивает: «Исследуя множество предприятий в сфере крупного и малого бизнеса, я постоянно убеждался в том, что создание совместных предприятий и стратегического партнерства – одна из самых мощественных стратегий, обеспечивающая продвижение компаний по пути экономического процветания» [4].

По мнению Питера О. Друкера: «Прежде бизнес мог расти только одним из способов: либо посредством естественного развития, либо путем поглощений. Современный бизнес растет за счет самых разнообразных альянсов, совместных предприятий и партнерства с потребителями, но это, к сожалению, понимают лишь единицы» [5].

Деловое сотрудничество – это всеохватывающий термин для множества модных словечек: стратегическое партнерство, объединение по ключевым вопросам, связанность бизнесов, интеграция цепочек поставок, соконкуренция, приоритетные поставщики и любые комбинации всех этих понятий [3]. Общая предпосылка всех понятий состоит в том, что меняющиеся экономические и технические условия создают динамичные возможности взаимовыгодного объединения различных видов деятельности и процессов.

Получение выгоды от делового сотрудничества возможно только при последовательном осмыслении и использовании открывающихся возможностей. Уровень сотрудничества определяется организационными границами, глубиной партнерства, степенью влияния транзакционных и координаци-

онных издержек на формирование бизнеса сотрудничества.

В современных условиях жестокой конкуренции превращение сотрудничества в ключевой стратегический инструмент, а искусство совместной деятельности – в центральную способность становится обязательным требованием конкурентоспособности отечественного бизнеса.

Рассмотрим сотрудничество как инструмент стратегической инновации.

Во-первых, стратегия связана с созданием стоимости, а это с точки зрения бизнеса, вынуждает компанию развивать новые способности создания стоимости для своих клиентов и владельцев. Новая стоимость создается, если бизнесу удастся выделиться при использовании основных факторов стоимости: потребитель, продукция, масштаб и позиционирование [3].

Во-вторых, стратегия должна быть неким руководством по ряду вопросов: как менеджеры компании должны выбирать благоприятные возможности, с кем сотрудничать, а с кем конкурировать, на какие рынки выходить, а какие покидать и т.п.

Таким образом, наряду с концептуальными разработками, такими, как утверждение корпоративной задачи, стратегических целей, стратегия должна предлагать механизм непрерывной инновации, который включает корпоративную культуру, руководство и финансирование поиска, оценки коммерческой реализации возможностей.

В конечном итоге все стратегии создания крупной, мощной и прибыльной организации сводятся к трем вариантам: ограниченный рост; развитие за счет поглощений; создание совместных предприятий, управление стратегическим партнерством и стремление к отношениям «сотрудничества – соперничества» [4].

Автором предлагается следующий тезис: принимая во внимание все риски, ограничения, размещение ресурсов, скорость изменений в экономике Казахстана и мира, необходимость перехода к экономике, ориентированной на потребителя и знания организации бизнеса, чтобы выжить, должны овладевать искусством создания совместных предприятий, заключения стратегических альянсов. Автором этот тезис используется в предлагаемой концепции корпоративного строительства бизнеса. Эта концепция показывает мелким и средним компаниям возможность объединения друг с другом или с более мощной компанией для того, чтобы извлечь выгоду от увеличения стоимости всей цепи поставок и создания ценности, получения синергии.

Совместное предприятие – новое понятие для многих владельцев малого бизнеса. Но сейчас потребность отечественного бизнеса в совместных предприятиях сильна как никогда, а возможности для установления такого партнерства в условиях растущей экономики Казахстана поистине безграничны. Также следует отметить и то, что это может рассматриваться и как метод обеспечения экономической безопасности, борьбы с рейдерством.

Создание совместного предприятия требует тесных отношений между потенциальными партнерами, умение преодолевать препятствия, возникающие на этом пути. Эти барьеры могут существовать как внутри самих партнеров по бизнесу, так и внутри организаций, которые они представляют. Необходимо отказаться от тех установок и форм поведения, которые могут помешать в создании партнерства. Возникающие вопросы и проблемы необходимо решать своевременно и быть готовым к неудачным решениям и необходимости быстро их преодолевать.

Совместное предприятие – это союз двух (или более) независимых организаций, заключенный с единственной целью – решить конкретную задачу, которая недостижима для каждой компании в отдельности [3].

Из этого определения следует, что основными элементами, необходимыми для существования совместного предприятия, являются: наличие нескольких независимых компаний; наличие определенной цели; возможность достижения цели только с помощью партнера; достижение согласия по поводу вспомогательных элементов этой цели (целивые покупатели, цены, конкретные обязанности каждого участника и др.).

Деловые отношения могут принимать самые различные формы. При этом теснота связей, взаимозависимости партнеров может колебаться в значительных пределах. Их уровень может меняться от временных объединений для решения какой-то конкретной задачи, до совместных предприятий, образованных путем слияний и поглощений.

Исходя из тесноты связей отношений, Р.Уоллес предлагает рассматривать совместные предприятия: со слабой связью, умеренной и сильной связями [3].

Таким образом, концепция сотрудничества состоит из двух частей: создание стоимости, то есть создание различных факторов стоимости, и создание отношений, которые позволяют людям работать вместе для создания стоимости.

Модели сотрудничества отличаются по форме и функциям, но они существуют в одном пространстве, координатами которого являются близость отношений и динамизм [4].

Близость отношений – мера раскрытия участниками совместного начинания своих основных компетенций и стоимости друг перед другом. Как отмечалось выше, способности и стоимость компании принимают форму факторов стоимости: продукции, потребителя, масштаба, позиционирования.

Динамизм – это мера времени, в течение которого предположительно будет длиться сотрудничество.

Развитие сотрудничества меняется с течением времени от менее стабильных отношений к более стабильным. Это происходит или из-за изменений в окружающей среде бизнеса, или когда объект совместной деятельности становится устойчивым надежным рынком.

Установление успешных партнерских взаимоотношений требует:

- количественного измерения стоимости, которую каждый из партнеров вносит во взаимоотношения;
- управление рисками, связанными с близостью отношений;
- справедливого распределения вознаграждений совместной деятельности.

Выбор модели сотрудничества существенно зависит от того, насколько целесообразно нести расходы на транзакции и координацию, самостоятельно или в партнерстве. Мировые гиганты существуют потому, что их внутренние транзакционные издержки ниже рыночных. Если же рыночные транзакционные издержки снижаются, их размер теряет смысл, и они должны вертикально дезинтегрироваться. Это означает, что они должны разделить свою рыночную стоимость на отдельные части, и тогда части включаются в рыночные транзакции. Одним из механизмов отделения части корпорации от целого и ее включения в рыночные транзакции является аутсорсинг.

### Выводы

При формировании и развитии корпоративных структур бизнеса в Казахстане и других странах с транзитной (переходной) экономикой целесообразно следовать некоторым методологическим положениям:

1. Когда ресурсы распылены, компании имеют низкий уровень капитализации, рыночная инфраструктура в полной мере не сформирована, в большинстве компаний низок уровень корпоративного управления и корпоратизации необходимо обратить особое внимание на совершенствование и развитие корпоративного механизма организации мезоэкономических связей, корпоративного бизнеса.

2. Формирование и развитие корпоративного механизма организации мезоэкономических связей, корпоративных структур бизнеса необходимо осуществлять на основе новой парадигмы, выраженной в концепции корпоративного строительства бизнеса. Важнейшей предпосылкой концепции является стратегия сотрудничества и взаимная выгода сторон путем интеграции, концентрации интересов и капиталов ее участников.

3. Когда дешевле обходится внутреннее ведение сделок в пределах корпорации, организации увеличиваются в размерах, но когда становится более дешевым внешнее ведение сделок с независимыми участниками открытого рынка, организации остаются небольшими или уменьшаются в размерах. Именно в этом случае целесообразно использовать аутсорсинг.

4. При организации корпоративных структур в соответствии с новой парадигмой необходимо четкое разграничение полномочий и ответственности управляющих и контрольных функций владельца, реализация на деле «доктрины невозможности наделения акционеров управленческими обязанно-

стями», принципа отделения собственности (функции контроля) от управления компанией.

5. Основой методологии создания и развития крупных корпоративных структур бизнеса является сотрудничество и интеграционный подход во всем его многообразии и концентрация капиталов его участников. Корпоративный бизнес следует рассматривать как инструмент для интеграции экономики Казахстана, для интеграции экономик стран СНГ, как наших ближайших стратегических партнеров, для интеграции экономики Казахстана с мировой экономикой.

6. В корпоративных структурах с сильной связью, характеризуемой формальной интеграцией ресурсов, инфраструктуры, процессов и обслуживания, для урегулирования отношений между акционерами необходима подписка договоров: «О подписке при эмиссии акций», «О покупке акций», «Договор между акционерами». Подписание этих договоров между акционерами должно быть

направлено на развитие корпоративного управления в компании и косвенно способствует развитию рынка ценных бумаг.

#### Литература:

1. Космамбетова Р.И. Организация стратегического управления экономикой в условиях глобализации: теория, методология, механизм. – Алматы, 2007 – С.192
2. Мезоэкономика, учебное пособие. // Под ред. проф. И.К. Ларионова. – М.: Издательский дом «Дашков и К», 2001. – С. 52.
3. Ральф Уэлборн, Винс Кастен Деловые партнерства: как преуспеть в совместном бизнесе./ Пер. с англ. – М.: ООО «Вершина», 2004. – 336С.
4. Роберт Уоллес. Стратегические альянсы в бизнесе. Технологии построения долгосрочных партнерских отношений и создания совместных предприятий / Пер. с англ. – М.: Добрая книга, 2005. – 288С.
5. Питер Друкер Гуру менеджмента. – С.123