

В Казахстане теоретическая разработка, равно как и практическая реализация политического маркетинга, только начинаются. Одной из важных задач на этом пути являются обобщение опыта, накопленного развитыми демократиями, а также анализ складывающейся казахстанской модели политического маркетинга.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент / Пер. с англ.: Под ред. Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2002. 752 с.

2. *Ковлер А.И.* Основы политического маркетинга. М., 1993. 46 с.

Резюме

Саясат нарығындағы тұтынушылардың тәртібі, олардың сатып алу моделі, сондай-ақ сатып алу (дауыс беру) туралы шешімдерді қабылдау процесі қарастырылған. Сатып алу процесінің әрбір кезеңінде қолданылатын маркетингтік стратегиялар келтірілген.

Summary

In this article the buyer's model of consumer's behaviour on a political market is being under consideration. Particularly the process of decision making for purchase (voting) is shown. The marketing strategies used on each stage of the purchasing process are stated.

Қарағандын қосударственнй

университет им. Е. А. Букетова

Поступила 2.02.07г.

А. С. САДЫКОВ

ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАЗАХСТАНА

Рассмотрены теоретические основы формирования и развития корпоративного управления в промышленности Казахстана. Выделены варианты интеграции хозяйствующих субъектов для создания корпоративного объединения и определены благоприятные и негативные последствия формирования корпоративных структур.

Одним из важных факторов формирования межотраслевой интеграции в Казахстане, который должен найти свое адекватное отражение в понятии «корпорация», является процесс эволюции акционерной собственности. Акционерный капитал представлен в корпорациях в виде материально-вещественных активов, ценных бумаг и денежных средств. При этом особую роль в наращивании активов корпорации играют ценные бумаги. Корпорации через фондовые биржи получают выход сначала на национальный, а затем и на международный рынок капитала. Таким образом, развиваются и укрепляются связи корпорации с системой субъектов краткосрочного и долгосрочного кредитования. В составе корпорации формируются и развиваются соответствующие финансово-кредитные организации. В этих условиях снижается роль акционеров, особенно физических лиц, в управлении компаниями. Воздействовать на принятие решений по деятельности корпорации и распределение получаемых прибылей могут лишь юридические лица с крупными и контрольными пакетами акций, а также физические лица и представители АО, входящие

в распорядительные и исполнительные органы управления.

Таким образом, корпорация – это особая форма организации предпринимательской деятельности, регламентируемая специальным законодательством, которое закрепляет отделение ответственности корпорации от ответственности ее совладельцев (акционеров), т.е. предоставляет корпорации статус самостоятельного юридического лица.

Игорь Ансофф подчеркивает эту особенность в данном им определении: «Корпорация – это широко распространенная в странах с развитой рыночной экономикой форма организации предпринимательской деятельности, предусматривающая долевую собственность, юридический статус и сосредоточение функций управления в руках верхнего эшелона профессиональных управляющих, работающих по найму» [1].

В основе построения схем корпоративного контроля имеет место нейтрализация отрицательных последствий инсайдерского контроля, захват менеджерами контроля над предприятием и сильное представительство их интересов в

процессе принятия корпоративных стратегических решений [2].

На современном этапе важным фактором, определяющим корпорацию как элемент экономики, является межнациональный характер, распространение сферы производственной и коммерческой деятельности на зарубежные страны. Отличительной чертой транснациональных компаний является, прежде всего, наличие в их составе огромного числа производственных и сбытовых дочерних компаний в широком круге стран с целью проникновения на национальные рынки. Вторая особенность ТНК, а также и национальных корпораций состоит в больших размерах внутрифирменного обмена продукцией между материнскими и дочерними фирмами. В ТНК эти отношения выходят за национальные границы и распространяются на область международных экономических отношений. Таким образом, ТНК оказывают прямое влияние на экономическую и политическую жизнь других стран.

Согласно официальным данным, на долю 100 крупнейших корпораций США приходится до 60% ВВП США, 45% занятых, 60% инвестиций. Каждая из корпораций включает в свой состав предприятия 25 отраслей, 35 корпораций работают в 32 отраслях, 10 – в 50.

Совокупный годовой объем продаж шести групп – гигантов Японии («Мицубиси», «Мицуби», «Сумитомо», «Дай Ити Кангин», «Фуэ», «Санва») составляет до 15% ВВП, т.е. около 500 млрд долларов США. Они контролируют (с учетом входящих в них компаний) примерно 50, а по некоторым оценкам – до 75% промышленных активов страны. На торговые фирмы суданов приходится более половины экспортно-импортных операций. Коммерческие и трастовые банки контролируют около 40% общего капитала всей банковской системы страны, а страховые компании – 55% всего страхового капитала.

Работы по корпоративному управлению последних лет отражают доминирующее влияние трех основных теорий:

1) теории соучастников (*stakeholders theory*), суть которой состоит в обязательной подконтрольности руководства корпорации всем заинтересованным сторонам, реализующим принятую модель корпоративных отношений;

2) агентской теории (*agency theory*), рассматривающей механизм корпоративных

отношений через инструментарий агентских затрат;

3) институционального анализа, основанного на выявлении универсальных положений.

Принимая во внимание состояние и развитие экономических отношений в Казахстане, остановимся на последнем из представленных подходов. Во-первых, Казахстан находится в стадии становления национальной модели корпоративного построения экономики, и изучение общеэкономических тенденций развития может стать базой для построения национальной системы. Во-вторых, сравнительный институциональный анализ национальных моделей не обособлен от других теоретических исследований, а является как бы срезом их развития.

Система управления корпорацией отдельной страны обладает определенными характеристиками и отличительными свойствами. Вместе с тем многие факторы оказывают схожее влияние на систему корпоративного управления. Это обстоятельство и позволило оперировать понятием модели корпорации, включающей определенный набор компонентов.

Принято выделять следующие основные компоненты:

- 1) ключевые участники модели;
- 2) структура владения акциями;
- 3) состав совета директоров;
- 4) законодательные рамки;
- 5) требования к раскрытию информации;
- 6) корпоративные действия, требующие согласия акционеров;
- 7) механизм взаимодействия между ключевыми участниками.

В настоящее время исследователи выделяют три основные модели, существующие в странах с развитой рыночной экономикой: англо-американскую, японскую и немецкую, основные характеристики которых общеизвестны [3].

Важным условием успешного функционирования корпорации является ее устойчивость, обеспечение которой связано с:

- 1) совместимостью с другими структурами на макроэкономическом уровне;
- 2) нацеленностью на выполнение стратегических задач экономики комплекса в целом;
- 3) адекватной системой управления;
- 4) наличием определенной степени самостоятельности и автономности, т.е. корпорация должна

представлять собой целостно сформированный и устоявшийся организм;

5) способностью сохранять свое совокупное качество и функции при изменении формы и структуры хозяйственной системы;

6) соответствием воспроизводственных процессов хозяйственной системы корпорации динамике потребностей в рамках экономического сообщества и макросистемы;

7) наличием определенного потенциала к самоорганизации и саморазвитию.

Итак, место и роль корпораций в экономической системе государства предопределяются их значение в едином совокупном воспроизводственном процессе, его ресурсном обеспечении. Усложнение хозяйственных систем корпорации связано, в первую очередь, с необходимостью активного формирования у них свойства экономической устойчивости за счет внутренних факторов роста. Корпорация, вбирающая в себя самые разнообразные по отраслевому признаку и территориальному расположению хозяйственные образования, составляя основу экономики, предопределяет во многом ее экономическую динамику, а также социально-экономическую стабильность развития.

В табл. приведены некоторые возможные варианты объединения и взаимодействия предприятий в переходной экономике.

Возможные формы реформирования отдельных предприятий (вариант I) достаточно хорошо изложены в современной отечественной литературе и включают в себя ряд последовательных действий от мотивации реформирования и формирования стратегии до реализации конкретных планов и программ с обеспечением соответствующего контроля и корректировки проводимых мероприятий.

Второй вид взаимодействия (вариант II реформирования) допускает участие в производственно-хозяйственной деятельности ряда непрофильных для основной деятельности предприятий, таких, как инвестиционные и пенсионные фонды, финансово-банковские структуры и т.д., которые, не оказывая непосредственного участия на производственные процессы и на сбыт продукции, в то же время определяют общую экономико-финансовую стратегию деятельности участников и контролируют окончательные хозяйственные результаты.

Непрофильные предприятия могут определять инвестиционную стратегию реформируемого предприятия, обеспечивать финансирование необходимых инновационных и инвестиционных проектов, а также определять целевые экономические критерии деятельности по развитию бизнеса. Причем данные объединения могут формироваться как с созданием, так и без создания самостоятельного юридического лица.

Третий вид взаимосвязей производств (вариант III) подразумевает осуществление совместной хозяйственной деятельности на координационных основах всех заинтересованных участников. При такой форме каждое предприятие самостоятельно осуществляет свою производственно-хозяйственную деятельность, но согласовывает ее с другими участниками союза или объединения (консорциума). Такое согласование не является обязательным для участников, но при достаточно четкой координации усилий позволяет снизить общие издержки предприятия-участника и повысить его результативность.

Наиболее актуальными видами взаимодействия предприятий в современных рыночных условиях выступают различные корпоративные формы объединений с построением вертикально-интегрированных структур хозяйственной деятельности и управления ею (вариант IV). Особенностью данного подхода является то, что в отличие от отдельного предприятия, где организация связи с внешней средой происходит исключительно только с позиций одного предприятия, а также в отличие от вариантов II и III, где внешняя среда воспринимается необязательным условием развития деятельности отдельных участников, при создании вертикально-интегрированных структур взаимоотношения между участниками, а также между ними и внешней средой, подчиняются общекорпоративным целям и задачам. При этом в отдельные периоды времени конкретные участники могут даже нести убытки, но в рамках всего корпоративного объединения должен достигаться экономический эффект, который в дальнейшем перераспределяется пропорционально вкладам каждого участника и компенсирует понесенные ранее убытки отдельным участникам.

Говоря о IV варианте реформирования, следует подчеркнуть, что сегодня в Казахстане все большее распространение получают интегриро-

Варианты интеграций предприятий в переходной экономике

Характеристики	Варианты реформирования			
	I. Отдельное предприятие	II. Предприятие с внешними участниками непрофильного направления деятельности	III. Предприятия, объединенные в консорциум без регистрации юридического лица	IV. Корпоративное объединение в рамках отрасли с созданием вертикально-интегрированной структуры
Сильные стороны (достоинства)	Расположение в развитом регионе страны; наличие сформированного рынка сбыта; собственная культура производства	Высокая финансовая культура, возможность перенесения ее на участников; наличие источника финансирования (один из внешних участников); возможность трансформации в ФПГ	Возможность сегментации рынка; обеспечение эффективности выпуска разнообразной продукции; координация производственно-сбытовой деятельности	Возможность сегментации рынка; повышение конкурентоспособности товара; холдинговое объединение руководства
Слабые стороны (недостатки)	Отсутствие стратегического инвестора; отсутствие стабильного финансирования; высокие затраты на управление и сбыт	Слабая совместимость финансовых и производственных составляющих успеха; наличие противоречий в конечных целях	Трудность формирования управляющего персонала; наличие противоречий в конечных целях	Отсутствие финансовой организации; отсутствие интегрирующего управляющего органа
Неблагоприятные факторы (опасности)	Наличие сильной конкуренции со стороны отечественных и иностранных производителей; слабое денежное обеспечение сбыта и снабжения	Трудности получения кредитов на рынке ссудного капитала; тяжелая ситуация с задолженностью; зависимость от финансового капитала	Низкий уровень кооперации; возможность разрыва связей с партнерами	Зависимое материальное и финансовое положение; слабая кооперация при попытке централизованного управления; ограниченность сбыта по старым связям
Благоприятные факторы (возможности)	Растущий собственный рынок продукции предприятия; появление отечественных и иностранных партнеров; захват неудовлетворенного спроса в сегментах отраслевого рынка	Потребность и необходимость внешних организаций вкладывать деньги в производство; появление свободных оборотных средств	Возможность централизованного снабжения материалами и сырьем; концентрация капитала для участия в эффективных проектах	Возможность проведения единой политики на рынке; централизация снабжения; возможность маневрирования капиталом; новые сбытовые сети
Стратегия реформирования	Повышение конкурентоспособности товара; совершенствование менеджмента	Повышение конкурентоспособности бизнеса; повышение инвестиционной привлекательности	Расширение рыночной ниши; повышение конкуренции с аналогичными производствами	Достижение доминирующего положения на внутреннем рынке; повышение конкурентоспособности предприятия; выход на внешний рынок; создание ТНК

ванные корпоративные структуры, хотя на предыдущих этапах развития отечественной экономики приоритетным было создание совместных предприятий.

Сейчас в нашей стране предприниматели ведут постоянный поиск оптимальных соотношений между централизацией и децентрализацией в управлении финансами, наиболее рациональных форм контроля материальных и финансовых

потоков I со стороны головной (управляющей) компании [4].

В таких объединениях ключевой в финансовом отношении функцией становится стратегический контроллинг [5], предполагающий выработку долгосрочных целей по объемам продаж, рентабельности, инвестициям, учет стратегии конкуренции в рамках финансового планирования, включая поиск источников финансирования.

Сегодня в мире, как мы уже отметили, сложились несколько видов устойчивых корпоративных отношений: американский, западноевропейский, японский. Разрушение в Казахстане социалистических экономических отношений стихийно вновь вызвало к жизни корпоративные формы деловых взаимоотношений, которые проявляются сегодня как в мелкотоварном производстве, так и в крупных объединениях: ведущих отраслевых АО, холдингах и других. Однако отсутствие до последнего времени достаточных теоретических проработок, аналитических исследований и практических рекомендаций по определению необходимости и возможности становления корпоративного каркаса в Казахстане затрудняет проведение экономических реформ, а следовательно, не подкрепляет их соответствующими организационно-финансовыми мерами по реформированию хозяйственной деятельности предприятий, при том, что основные принципы корпоратизма базируются на совместной собственности при использовании методов самоуправления и хозяйственного саморазвития.

Как известно, одна из главных функций производственной или коммерческой корпорации – создавать богатство, а другая – распределять доход, благодаря которому становится возможным необходимое потребление. В этом смысле корпорации несут ответственность за равносправедливость распределения богатства, что не следует путать с равенством и равномерностью. Отсюда главная цель корпорации – служить интересам всех ее участников путем увеличения реализации их возможностей наиболее эффективными методами и особенно в результате реформирования их хозяйственной деятельности в интересах объединения.

В странах с развитой рыночной экономикой уже сложились механизмы государственного решения проблемы корпоративного управления, так как они были в основном сформированы в периоды перестройки национальных экономик в сочетании с реформированием основных национальных отраслей. Несмотря на то, что в отечественной научной литературе проблема корпоратизма освещена достаточно хорошо, необходимость внедрения и развития корпоративных методов управления на всех хозяйственных уровнях от государственных властных структур до корпоративных объединений назрела лишь в последние несколько лет.

В этой связи представляется, что становление корпоративных отношений может развиваться по трем основным направлениям: формирование корпоратизма как хозяйственного сознания; проведение корпоратизации как формы коммерческого управления; создание корпораций как субъектов хозяйственных отношений в экономической жизни.

Сегодня в Казахстане актуальными становятся отношения, возникающие на базе проведения реструктуризации отдельных производств за счет создания широкого спектра различных корпораций и корпоративных объединений, которые могут стать основой стабильного возрождения ключевых отраслей экономики страны. Правильное определение места и роли корпораций для отечественной экономики дает возможность сформулировать подходы к оценке перспектив развития экономических взаимоотношений на основе создания в Казахстане современного корпоративного общества.

Комплексное решение задач корпоратизации и реструктуризации производств в рамках единых целей и задач реформирования позволит сформировать в хозяйственных структурах новый эффективный уровень промышленного менеджмента, так необходимого сегодня в нашей стране.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер, 1999.
2. Аоки М. Корпоративное управление в переходных экономиках. М., 1997. С. 19.
3. Бандурин А.В. Деятельность корпораций. М.: Буквица, 1999. 624 с.
4. Азроянц Э.А., Ерзикаян Б.А. Холдинги. М.: НИИУ, 1992. Кн. 1. С. 48-50.
5. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / Пер. с нем. М.: Финансы и статистика, 1997. 198 с.

Резюме

Қазақстан өнеркәсібінде корпоративті басқарудың қалыптасуы мен дамуының теориялық негіздері қарастырылған. Корпоративті бірлестікті құру үшін шаруашылық субъектілерінің бірігуі нұсқалары айқындалып, корпоративті құрылымдар құрудың оң және теріс салдарлары анықталған.

Summary

Theoretical bases of formation and development of corporate management in the industry of Kazakhstan are considered. Variants of integration of managing subjects for creation of corporate association are allocated, and favorable and negative consequences of formation of corporate structures are determined.

Поступила 2.02.07г.