

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ БИЗНЕС-ЗНАНИЙ СОВРЕМЕННОГО ТИПА

Лемешевский Иван Михайлович

Лемешевская Людмила Владимировна

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, Республика Беларусь

Применительно к современной белорусской практике актуализация государственно-частного *партнерства* детерминирована различными обстоятельствами. Среди таковых в первую очередь принято выделять дефицит внутренних сбережений, или ограниченность инвестиционных ресурсов, необходимых для модернизации производства.

Следует признать, что под эгидой именно соображений о возможности смягчения дефицита *государственных* «ресурсов развития» за счет мобилизации частных резервов и был принят недавно Закон РБ «*О государственно-частном партнерстве*» (30.12.2015). В соответствии с данным законодательным актом государственно-частное партнерство трактуется как оформленное на определенный срок взаимовыгодное сотрудничество государственных и частных партнеров в целях *объединения ресурсов* и распределения рисков [2, ст. 1].

Компоненты государственно-частного партнерства. Вместе с тем в структуре государственно-частного партнерства есть резон выделять не только традиционные контрактно-договорные отношения по поводу мобилизации дефицитных ресурсов, но и институциональное взаимодействие хозяйствующих субъектов в процессе корпоративного реформирования, кластеризации и др.

В рамках *контрактно-договорных* отношений государственно-частное партнерство (концессии, договора аренды и др.) предстает лишь как форма взаимовыгодного *предпринимательства*, результаты которого есть возможность корректно отразить посредством показателей МСФО.

При *институциональном* направлении развития государственно-частного партнерства следует обращать внимание на то, что в условиях такой формы межсекторного взаимодействия хозяйствующих субъектов:

– обновляется содержание национальной хозяйственной культуры, изменяются представления об условиях обеспечения институциональной надежности отраслевого рынка продукта;

– заметно расширяются контуры государственно-частного партнерства, за счет включения всех «заинтересованных сторон» – в виде некоммерческих организаций, институтов гражданского общества и т. п.;

– формируется современная кластерная «*договорная решетка*» хозяйствующих субъектов, открывается возможность для практического применения высокоэффективных стандартов корпоративного управления;

– модель корпоративного управления предстает как особый тип ассоциативного поведения «заинтересованных партнеров»;

– отношения партнеров структурируются, ответственные партнеры становятся непосредственными участниками принятия стратегических решений, или «совладельцами» корпорации;

– объектом партнерской консолидации становятся не только материальные и денежные ресурсы, но и профессиональные кадры управления, их креативный потенциал, деловая информация и бизнес-знания.

Обратим внимание на то, что современная корпорация (от лат. *corporation* – объединение, союз, альянс партнеров, группа единомышленников, сословие) своим присутствием стимулирует на отраслевом конкурентном рынке структурирование партнерских взаимоотношений (корпорация → активное партнерство). Получается, что «дорожная карта» активизации государственно-частного партнерства (нечто вторичное) формально предопределяется корпоративным строительством (первичное явление).

Вместе с тем анализ *внешних* контуров корпорации современного типа показывает, что без государственно-частного партнерства невозможно создать жизнеспособную модель управления компанией (активное партнерство → формирование корпорации). Важно последовательно учитывать интересы партнеров по бизнесу, позицию институтов гражданского общества, придать должный импульс миграции профессиональных знаний между заинтересованными сторонами.

Таким образом, государственно-частное партнерство и распространение практики корпоративного управления должны восприниматься как однотипные процессы, которые взаимно обусловлены и сориентированы на повышение социально-экономической эффективности. Стратегическое значение данных процессов определяется тем, что под их воздействием на основе индивидуальных капиталов формируется консолидированный *общественный капитал*. За счет такого единого процесса вполне ожидаем прирост так называемого «организационного богатства» страны. Развитие корпорации на платформе государственно-частного партнерства можно рассматривать как альтернативу приватизации.

Партнеры как «совладельцы корпорации». Следует признать, что обоснование наличия у корпорации внешних «заинтересованных сто-

рон», или перечня ответственных партнеров, получило интенсивное отражение в современных концепциях «институциональной экономики».

Так, содержание *внешнего* партнерского взаимодействия корпорации выявляет «теория заинтересованных лиц» (*ST*), которая обосновывает *легитимность* их интересов в статусе «*совладельцев*».

Обратим внимание на то, что «заинтересованные стороны» корпорации обычно не являются долевыми собственниками предприятия. Поэтому форма собственности (будь то государственное или частное предприятие) для инкорпорирования внешних партнеров не имеет особого значения. Но так как «заинтересованные стороны» (партнеры) непосредственно влияют на состояние активов корпорации, поэтому в традициях англосаксонского права они классифицируются именно как ответственные «*совладельцы*» (*Stakeholders*).

Очень важно то, что данная теория совладения, будучи представленной в различных вариантах, ориентирует на позитивные взаимоотношения корпорации с «заинтересованными лицами» как условие максимизации экономического и социального эффекта. Признается прямая зависимость конкурентного потенциала фирмы от стратегического поведения партнеров по бизнесу. Современная корпорация, погруженная в среду государственно-частного партнерства, трактуется как «ответственный гражданин» [1, с. 84].

В итоге современная *корпорация* под воздействием разных форм государственно-частного партнерства выступает как центр взаимосвязи заинтересованных хозяйствующих субъектов, каждый из которых способствует максимизации общей выгоды. При этом следует учитывать то, что в институциональном аспекте корпорацию обычно не позиционируют как обособленную *организационно-правовую* форму. Отличительным признаком современной корпорации выступает не акционерный капитал (долевая собственность), или наличие технократической системы управления предприятием, а признание полномочий производственной *ассоциации* и наличие *особого центра* экономической власти независимых директоров их внешнего окружения (НСД).

Такой обособленный корпоративный центр власти контролирует деятельность технократии на основе показателей бизнес-процессов, открыто монополизируя принятие стратегически важных решений. Для позиционирования предприятия в качестве корпорации большее значение имеют уровень концентрации и централизации производства, доля отраслевого рынка, лидерство в соответствующих сферах бизнеса, а также присутствие заемного капитала и многообразие контактов с внешними партнерами.

Безусловно, исходные контуры внешнего окружения современной корпорации в первую очередь определяет известный «крест конкуренции». Но реально внешняя институциональная среда корпорации все же предопределяется более широким кругом *партнеров*, между которыми складывается весьма интенсивный процесс миграции бизнес-знаний. Поэтому среди «заинтересованных сторон», или «совладельцев» корпорации выделим: (а) прямых партнеров по бизнесу (субъекты рынка; институциональные инвесторы); (б) отраслевые организации и разного рода управляющие компании; (в) институты гражданского общества; (г) местную общину.

К партнерам по бизнесу относятся так называемые *субъекты рынка* – покупатели продукции, поставщики сырья, а также банки и прочие кредиторы. Перечень субъектов рынка корпорации современного типа принято дополнять *институциональными* инвесторами – пенсионными фондами, страховыми и лизинговыми компаниями.

К внешней среде корпорации относят и так называемых «общественных контролеров» – отраслевые и региональные ассоциации производителей, хозяйственные палаты и союзы предпринимателей, профсоюзы, в целом институты гражданского общества, а также СМИ. Особый интерес к корпоративному сотрудничеству всегда проявляет местная община, а также вышестоящая управленческая корпорация.

В современных условиях признаком корпоративного управления признается стандарт, в соответствии с которым обозначенные выше внешние «совладельцы» обязательно входят в состав Наблюдательного совета директоров фирмы (НСД).

Считается, что «совладельцы», которые в НСД имеют статус *неисполнительных* директоров и *независимых* экспертов, расширяют для корпорации возможности по заимствованию денежного капитала на приемлемых условиях. При этом для «совладельцев» рентабельность корпорации обычно не является главным показателем успешного бизнеса. Это позволяет не задавать менеджменту предприятия исключительно рыночную ориентацию поведения, не стимулировать исполнительную дирекцию к приглаголиванию разными способами финансовой отчетности.

Окружение из числа внешних партнеров позволяет корпорации получать помощь, посредством консультаций по специфическим вопросам. Значение имеет независимый контроль партнеров за соблюдением этики бизнеса. При обеспечении запаса креативной прочности корпорации удается избегать вала судебных исков и штрафных санкций.

Возрастание значения бизнес-знаний. Вместе с тем следует признать, что при формировании модели корпоративного управления на

платформе государственно-частного партнерства заметно возрастает значение информационного ресурса, *уровня* бизнес-образования, своевременного пополнения профессиональных *знаний*. С учетом того, что:

- необходимость прохождения процедуры отбора создает для кандидатов в НСД корпорации стимул для повышения уровня профессиональной подготовки;

- отмена непрозрачной процедуры формирования команды менеджеров предприятия, внедрение конкурсных отношений при подборе исполнительных директоров (топ-менеджеров) повышает их заинтересованность непрерывно обновлять профессиональные знания;

- закрепление за НСД полномочий по обеспечению стратегического развития корпорации определяет круг ответственных лиц, профессиональные компетенции которых должны соответствовать современным требованиям;

- обеспечение эффективного контроля за деятельностью технократии предприятия по конкретным направлениям (комиссия, комитет) предполагает высокий уровень профессиональной подготовки каждого члена НСД;

- поставка на «рынок корпоративных услуг» профессиональных экспертов, аудиторов, кризисных управляющих предполагает наличие эффективных обучающих систем, конкурентный отбор бизнес-школ и т. п.

Конкретизируя лишь некоторые обозначенные выше позиции, отметим, что в условиях корпоративного строительства крайне остро ощущается дефицит кадров нового поколения. При этом в белорусских условиях поставщиком на формирующийся рынок корпоративных услуг первоклассных управляющих и экспертов могут выступить далеко не все вузы, центры исследований или корпоративные школы. Понятно, что подготовка корпоративных управляющих должна осуществляться профессионалами в соответствующих областях знаний, подлежать строгой аттестации.

Заключение. Современная корпоративная практика показывает, что наиболее эффективен Наблюдательный совет, в состав которого входят генераторы идей и проводники изменений, спорщики и миротворцы. Активность, умение убедительно излагать мысли устно и письменно должны дополняться независимостью суждений, способностью слушать собеседника [4, с. 135]. Поэтому корпоративные управляющие должны быть стратегами и подготовленными экспертами макро- и микроэкономических процессов, аналитиками локальных бизнес-процессов, способными организовать мозговую атаку, уметь проводить *контент-анализ*, быть готовыми выступить в роли лоббиста корпорации.

Особое значение имеет своевременное и полное раскрытие информации о результатах бизнес-процессов. Вместе с тем не следует переоценивать потенциал используемых информационных систем. У технократии есть масса возможностей представить результаты своей деятельности в выгодном свете. Поэтому для НСД важно не только владеть управленческим учетом, но и быть способным получать информацию из независимых источников.

Для госпредприятия как корпорации нового типа особое значение приобретает «институт представителя государства». Это объясняет, почему в правительственном «Комплексе мер по реализации Программы-2020» в качестве особой позиции обозначено совершенствование относительно корпорации «института представителя государства» [3, п. 103].

Вполне ожидаемо и то, что на предприятии в роли представителя государства по-прежнему будет выступать чиновник более высокого уровня управления. Вместе с тем накопленный в Беларуси опыт культивирования такого варианта представительства государства показывает, что дозагрузка госчиновника обязанностями «наблюдателя» не является эффективным решением. Представителем государства должен быть профессиональный менеджер, специально подготовленный для выполнения такой миссии и имеющий статус независимого внешнего директора. Вполне объяснимо, если его статус будет зависеть от отраслевой специфики и стратегической значимости государственной организации, порядка ее вхождения в вышестоящую корпорацию, а также от режима использования публичного или частного права.

При реформировании бизнес-образования и системы подготовки корпоративных управляющих следует учитывать то, что за годы трансформации многое изменилось в социальной структуре и экономическом сознании нации. В сознательную жизнь вступило новое поколение белорусов, достаточно образованное, которому не чужды самоидентификация как европейского человека, а также ценности гражданского общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Бочарова, И. Ю.** Корпоративное управление : учебник / И. Ю. Бочарова. – Москва : ИНФРА-М, 2014.

2. **Закон** Республики Беларусь № 345-з от 30.12.2015 г. «О государственно-частном партнерстве» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.economy.gov.by.

3. **Комплекс мер** по реализации Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы : постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12.01.2017 г., № 18 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.government.by.

4. **Михайлов, Д. М.** Эффективное корпоративное управление (на современном этапе развития экономики Российской Федерации) : учебно-методическое пособие / Д. М. Михайлов. – Москва : КНОРУС, 2015.

ЭЛЕКТРОННЫЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ КОМПЛЕКСЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Липатова Ольга Вадимовна

lipatova2003@mail.ru

Кейзер Ирина Александровна

Белорусский государственный университет транспорта, Республика Беларусь

irina_home@tut.by

Концепция формирования и развития системы бизнес-образования в Республике Беларусь определяет в качестве одного из основных направлений совершенствования учебного процесса широкое использование интенсивных методов обучения, основанных на внедрении современных информационных и инновационных технологий [1]. На первый план выходит качество учебно-методических материалов, предоставляемых на различных носителях, возможность быстрого доступа к информационным ресурсам и базам знаний.

Как проявление этой тенденции одним из инструментов конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг в современных условиях является использование образовательными учреждениями и организациями технологий дистанционного обучения, которые позволяют не только увеличить объем и номенклатуру предоставляемых образовательных услуг, но и улучшить их качество и, в конечном счете, повысить интеллектуальный уровень общества, обеспечивая доступ к различным образовательным услугам тем лицам, которым ранее они были недоступны.

Развитие системы дистанционного обучения, внедрение новых образовательных технологий порождают проблему поиска новых форм организации учебного процесса, среди которых важное место занимает создание электронных учебно-методических комплексов (ЭУМК), позволяющих использовать компьютерные мультимедийные технологии для повышения эффективности, как самого процесса обучения, так и контроля полученных знаний. Более того, необходимость детальной разработки электронных учебно-методических комплексов при дистан-