

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ИНСТИТУТА

□ 3

Самара 2009

Учредитель

Негосударственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
“Самарский финансово-экономический институт”
(443110, г. Самара, ул. Мичурина, д. 78)

Главный редактор

кандидат экономических наук, доцент А.М. Михайлов

Редакционный совет

А.В. Мещеров - доктор экономических наук, профессор, ректор Самарского финансово-экономического института

С.Н. Сильверстов - доктор экономических наук, профессор, заместитель директора Института экономики Российской академии наук

А.Г. Зельднер - доктор экономических наук, профессор Института экономики Российской академии наук

О.Ю. Мамедов - доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, зав. кафедрой политэкономии и экономической политики Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону

Г.В. Семенов - доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой менеджмента и предпринимательской деятельности Казанского государственного технологического университета

Редакционная коллегия

А.М. Михайлов - кандидат экономических наук, доцент, главный редактор Вестника Самарского финансово-экономического института

В.Я. Вишневер - кандидат экономических наук, доцент, проректор по научной работе Самарского финансово-экономического института

В.С. Гродский - доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономической теории Самарского финансово-экономического института

Мещеров В.А. - доктор экономических наук, доцент, первый проректор Самарского финансово-экономического института

Издается с 2009 г. Выходит 4 раза в год

Свидетельство о регистрации
средства массовой информации
ПИ □ФС 77-35348 от 18 февраля 2009 г.,
выдано Федеральной службой по надзору
в сфере связи и массовых коммуникаций

Адрес редакции: 443090, Самара, ул. Советской Армии, 141.
Телефон: (846) 224-06-67
E-mail: support@samfei.ru

© Самарский финансово-экономический институт, 2009

СОДЕРЖАНИЕ

Юнин В.А.

В защиту эволюционного подхода в экономической теории 4

Сокушева Л.Г.

Противоречие труда как основа развития
эколого-экономических отношений 11

Голощанова В.С.

Проблемы и перспективы России как индустриального общества 18

Громадская О.С.

Условия формирования и распределения прибыли
коммерческого банка 23

Прохоренко О.Д.

К вопросу о конкурентоспособности региональных
высших учебных заведений 31

Шехирев А.В.

Оценка бренда как фактор определения величины франшизы 38

Шеенкова М.В.

Современное состояние международной платежной системы Visa
в России: новые технологии и перспективы развития 43

Сапронова А.Б.

Особенности оценки финансового состояния организаций
за рубежом 49

Уливанова С.В.

Аутсорсинг на рынке коллективного инвестирования 56

Сайгушинская М.Р.

Конкуренция на российском рынке автомобильных запчастей 61

Тимиргалиев И.Н.

Основные тенденции инновационного развития и их проблемы 68

Шаклина Л.Н.

Современные тенденции международного движения капитала 73

Annotations to the Articles 78

В ЗАЩИТУ ЭВОЛЮЦИОННОГО ПОДХОДА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

© 2009 В.А. Юнин

Казанский государственный университет

В статье рассматриваются эволюционные принципы, применяемые в экономической теории. Проанализированы различия сознательно организованных и эволюционных процессов.

Ключевые слова: эволюционная теория, принцип методологического индивидуализма, адаптация, функциональная система, творчество.

Одним из перспективных и многообещающих направлений современной экономической теории является эволюционная экономика. Особую популярность она приобрела у российских исследователей. Российские экономисты эволюционного направления, как правило, считают принцип методологического индивидуализма устаревшим, противопоставляют “холизм” (“целостность”) атомизму неоклассической доктрины, предлагая в качестве первичных объектов для анализа общественные союзы и институты.

Тем не менее, А.Н. Нестеренко пишет: “При всей оригинальности и свежести, а также бесспорности многих идей эволюционная теория, за немногими исключениями, пока не сумела дать убедительных объяснений и тем более прогнозов реальных экономических явлений”¹.

На наш взгляд, эволюционная экономическая теория не получила широкого развития потому, что изначально избрала путь анализа, используя схемы, применимые для эволюционного отбора, который осуществляется без участия разума. Здесь сложно опереться на биологию, так как она не занимается изучением руководящей роли сознания в процессе отбора - ламаркизм ею отвергнут давно. Разум - “изобретение” эволюции, и с его появлением эволюция ускоряется. Более конкурентоспособные экономические системы характеризуются тем, что действующие субъекты используют в деятельности достижения, основанные на прогрессе разума.

Рассмотрим различия между экономическим и эволюционным подходами в формировании систем. Принципиальная неопределенность будущего в эволюционной теории, в отличие от экономической теории, “решается” путем создания (генерализации) избыточности вариантов на первоначальной стадии процесса адаптации с последующим отбором наиболее приспособленных к среде вариантов (потому-то потребности и избыточны). После отбора наиболее адаптивных образовавшихся функциональных систем они переводятся на автоматический режим работы, издержки резко снижаются. При сознательном конструировании экономических процессов, наоборот, отбирается и внедряется один, наиболее оптимальный вариант, но последующая его корректировка может быть связана с высокими издержками. Л. Эрхард писал: “В самом деле, введение рыночного хозяйства в Германии... было осуществлено при помощи нескольких немногих законов и ценой бескомпромиссной решимости”².

На эволюционный вариант накладывает запрет человеческая нравственность. Человечество, как и многие другие виды, ведущие коллективный образ жизни, смогло выжить благодаря взаимодействию его членов; чем более развитым оно становилось, тем сильнее возникала потребность в заботе о членах семьи и рода, которая трансформировалась в

социальные потребности. Следствием этого явилось развитие механизмов удовлетворения социальных потребностей типа механизмов эмпатии (сочувствия), которые не допускают того, чтобы наиболее приспособленные индивиды спокойно смотрели, как наименее приспособленных их соратников в соответствии с эволюционными процессами ассимилирует трофическая цепь. Отсюда возникает необходимость оптимизировать решение таким образом, чтобы оно, по крайней мере, не нанесло вреда лицам, не получающим от него выгод. Подобный моральный или институциональный запрет может поднять издержки принятия решения, сделав невыгодным решение, оптимальное с эволюционной точки зрения.

Эволюция “оперирует” понятием вида и “максимизирует” полезность группы, но не ее члена, тогда как в социально-экономических процессах ценность представляет каждый человек. Последовательный либерал Л. Мизес, осуждая интервенционализм, избегает упоминания о судьбе тех людей, которые пострадают от издержек саморегулирующихся процессов. М. Фридман говорит о том, что не надо мешать людям, если они неправильно вкладывают средства для обеспечения старости, даже если они потом останутся без пенсии. Человек - социальное существо, и общество индуцирует в нем развитие тех или иных потребностей и вооружает его средствами для их удовлетворения, оно должно нести определенную ответственность за его жизнь. Это делает необходимым вмешательство в работу рынка.

Главная максима либерализма основана на существовании объективных законов, в соответствии с которыми становится возможным управление без центрального правительства. По-видимому, это не так в силу следующих процессов, повышающих сознательную компоненту в управлении обществом: эволюция идет по пути образования иерархических форм; диверсификация и увеличение знания повышают отдачу от специализированного образования, что ведет к появлению экспертов; ограниченность ресурсов ведет к рационализации планирования их использования; расширение потребностей приводит к конкуренции, к снижению величины прибыли, необходимой для проведения инноваций.

Дилемма либералов заключается в том, что эволюционные процессы несоизмеримы с продолжительностью жизни человека. Эволюция, или развитие, есть процесс сохранения благоприобретенных признаков, что повышает адаптационный потенциал вида (через отдельных ее членов). То есть вид накапливает определенные активы в ходе своего развития, которые дают поток будущих преимуществ, или капитал в экономической терминологии. Так как рост любой биологической, социальной и экономической системы происходит на базе существующих систем, сформированных относительно прошлых характеристик среды, то система сохраняет инерционность развития. К этому подталкивает и специфичность накопленных активов, так как изменение деятельности ведет к их частичному обесценению. В результате складывающиеся экономические сети сложно изменить. Эволюционно определено, что каждому новому организму приходится приобретать часть необходимых навыков (активов) заново. В этом случае вид освобождается от болезненной ломки и перестройки менталитета своих представителей с целью лучшей адаптации посредством механизмов естественного отбора и воспроизводства. Особи с сильно обесцененными накопленными активами в природе, как правило, нежизнеспособны.

Применительно к социальным и экономическим явлениям эти процессы практически не работают. Институты и культура обеспечивают непрерывность передачи накопленных активов и замедляют процессы естественного отбора в экономике, не говоря уже о социуме. При ослаблении механизмов устранения неэффективных агентов будет сохраняться инерционность всей системы. В результате в процессе развития общества и экономики люди накапливают активы (человеческий капитал), не всегда соответствующие долгосрочному адаптивному потенциалу системы. Краткосрочные преимущества в виде превышения выгод над издержками толкают хозяйствующих субъектов на их эксплуатацию в ущерб долгосрочным преимуществам.

Мы видим в экономике только сознательные процессы. Разумные потребители выбирают те товары, которые им нравятся, руководство фирм разрабатывает стратегии захвата рынка, чиновники активно вмешиваются в социально-экономическую политику. А. Алчиан пишет: “Вполне возможно, что вообще не существует мотивированной индивидуальной адаптации, а есть только отбор, который осуществляет среда... действия всей группы участников как целого могут не отличаться от результата индивидуальных действий, выбранных случайным образом”³. Схожую позицию занимает и М. Фридман.

Эволюция не “слепой” процесс отбора и выживания, а направленный. По академику П.К. Анохину, организм реагирует на повторяющиеся события окружающего мира выработкой механизмов, отражающих эти события с опережением⁴. Человек, да и любая система с обратной связью, получает информационное воздействие из окружающей среды, обрабатывает его и предпринимает действие. Это подразумевает затраты времени. Потому организм будет осуществлять опережающее действие, ориентированное на будущее, иначе он всегда будет опаздывать как минимум на время, нужное от получения сигнала до ответной реакции. В экономике в долгосрочном периоде выживают те фирмы, которые наиболее полно угадывают будущие потребности потребителей или формируют их сами посредством создания инновационных продуктов.

Р. Нельсон и С. Уинтер пишут: “Индивидуальное поведение и поведение организации, как правило, управляются укоренившимися, заданными извне, неоспариваемыми шаблонами, т.е. тем, что мы называем рутинными”⁵. Интегративной единицей любого действия является не рутина, а функциональная система - система, направленная на получение полезного результата, этот подход является доминирующим в современной российской физиологии. Помимо блока рутинизации, в ней отражены процессы опережающего отражения действительности и доминирующая мотивация (рис. 1).

Именно мотивация, или интерес, как стремление удовлетворить свои потребности является направляющей силой любой деятельности. Только целеустремленные системы способны к развитию и самосовершенствованию.

Человек непрерывно собирает информацию об окружающей его среде в соответствии с доминирующей мотивацией, в то время как его обычная деятельность управляется аппаратом сличения в автоматическом режиме до тех пор, пока не произойдет рассогласование вследствие изменения потребности, меняющего доминирующую мотивацию, или изменение отслеживаемых параметров внешней среды. Далее начинается поисковое поведение, на стадии обработки информации происходит выработка альтернативных

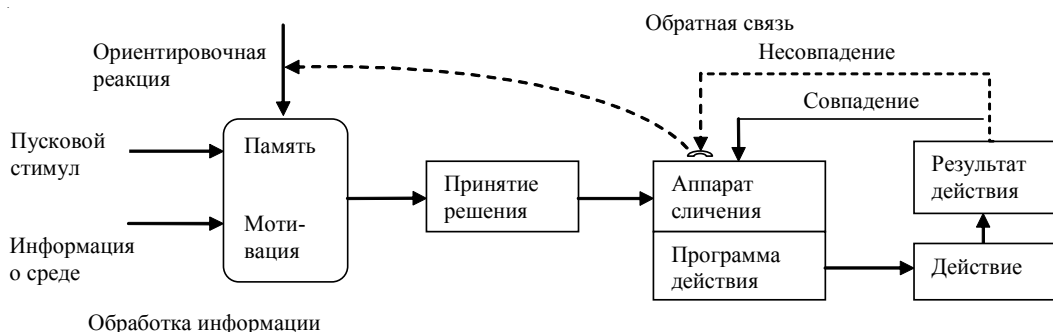


Рис. 1. Функциональная система нейронной организации деятельности человека по П.К. Анохину (схематично)

Адаптирована к принципиальной схеме модели поведенческого акта П.К. Анохина (Анохин П.К. Указ. соч. С. 236).

вариантов, в процессе принятия решения отбирается одна альтернатива - идеальная модель, которая управляет формированием функциональной системы. Дальнейшее действие направляется на поддержание соответствия осуществляемой деятельности запланированной. Очевидно, что деятельность, протекающая в автоматическом режиме, обходится организму намного дешевле, чем деятельность с привлечением внимания, являющегося, по Г. Саймону, наиболее редким ресурсом, потому принцип экономии будет способствовать закреплению автоматических действий.

Теория функциональных систем определяется особенностью строения нервной системы и имеет большое значение для понимания человеческого поведения на всех уровнях. Организация представляет функциональную систему в чистом виде (рис. 2).

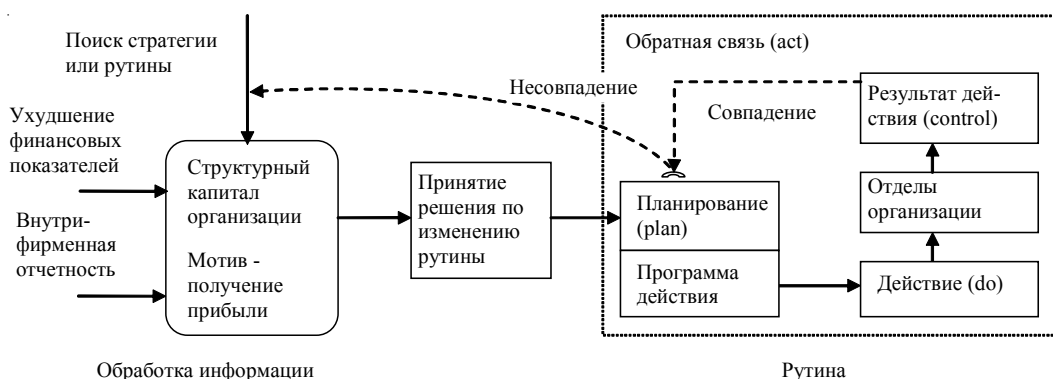


Рис. 2. Функциональная система организации

Разработана автором на основе построенной модели функциональной системы.

При принятии решений руководство рассылает инструкции по подразделениям с содержанием тех результатов, которые должны быть получены (идеальная модель). В процессе деятельности происходят сличение запланированного результата с реальным и подгонка реального под ожидаемое. Если рассогласование велико, то начинается поиск нового метода достижения поставленных целевых показателей.

По сходному принципу функционируют институты, которые формируются как механизмы достижения целей действующих субъектов (рис. 3).

Мы вслед за Л. Мизесом и Д. Нортом считаем, что институты сознательно конструируются и изменяются хозяйствующими субъектами.

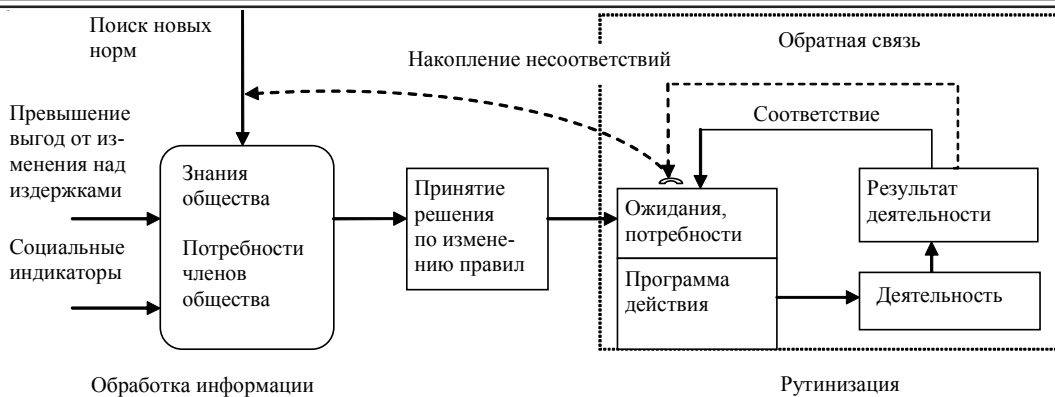


Рис. 3. Функциональная схема института

Разработана автором на основе построенной модели функциональной системы

Так как цели системы находятся в будущем, то необходимо предвидеть будущее состояние окружающей среды. Возникает проблема предугадывания (антиципации). Именно потребность адаптации к будущим условиям побуждает лучше изучать текущую среду. Знание имеет практический смысл, если позволяет лучше подготовиться к будущему, куда направлена любая деятельность, наилучшим образом перераспределив редкие ресурсы.

Любая деятельность нагружена антиципациями или ожиданиями совпадения будущего события с запланированным в континууме от нервной модели стимула до идеальной институциональной модели.

Посредством функциональных систем организм интериоризирует будущее. Полезный результат есть системообразующий принцип любой системы, а этот результат находится в будущем. Так, организм превращает неопределенность будущего в определенность с риском выработать неадаптивное поведение при изменении среды. Риск компенсируется тем, что определенные события часто повторялись в прошлом, а также гибкостью механизмов адаптации. Преобразование неопределенности в риск Д. Норт называл последней крупной инновацией, хотя для эволюционных процессов это далеко не ново.

Мы признаем функциональность за любыми целеустремленными системами. Также эволюцию макрогенераций следует рассматривать как движение к целям действующих субъектов, в обобщенном варианте - как стремление к максимизации ими прибыли, понимаемой в широком смысле (в том числе и психологической прибыли по Л. Мизесу). Соответственно, возникают вопросы о том, как эффективно они могут это делать и какие инструменты при этом используют. При дальнейшей разработке этих вопросов исходя из реальных посылок человеческой деятельности значительная их часть оказывается в области психологии. Принцип методологического индивидуализма в сочетании с ограничениями, налагаемыми на рациональность, неизбежно приводит к необходимости более глубокого анализа индивидуального человеческого поведения и, в первую очередь, его когнитивных аспектов.

Рассмотрение экономических процессов только на основе рутин, используемое в эволюционной экономической теории, не увеличит понимания процессов развития. Механизмами, побуждающими к изменению рутины, является не сама рутин, как считают Р. Нельсон и С. Уинтер, а принципиальная неудовлетворенность потребностей как механизма, по-

буждающего индивида изменять свою деятельность с целью поиска адаптивного поведения, так и механизма творчества. Как и все фундаментальные физиологические процессы, эти механизмы защищены от вмешательства разума. На преодоление разрыва между потребностями и ограниченными средствами их удовлетворения постоянно направлена работа сознания. Но эволюционно развился еще один механизм преодоления этого разрыва - механизм творчества.

В.П. Симонов и П.М. Ершов разделяют человеческую психику на подсознание, сознание, сверхсознание. Подсознание - автоматизированные и поэтому переставшие осознаваться навыки, эталоны поведения. Сверхсознание - деятельность творческой интуиции, ориентированная на удовлетворение доминирующей потребности путем трансформации и рекомбинации опыта, хранящегося в памяти⁶. Работа сверхсознания (творчества) сходна с мутациями в генетике - производстве нового знания путем образования новой связи между объектами - "психической мутации".

Подсознание же выполняет несколько функций, потому будем называть интересующую нас его часть, связанную с когнитивными процессами, когнитивным подсознанием. На уровне организации когнитивному бессознательному изоморфны рутины, на уровне общества - институты, экономической системы - сложившиеся технико-экономические уклады (рис. 4).

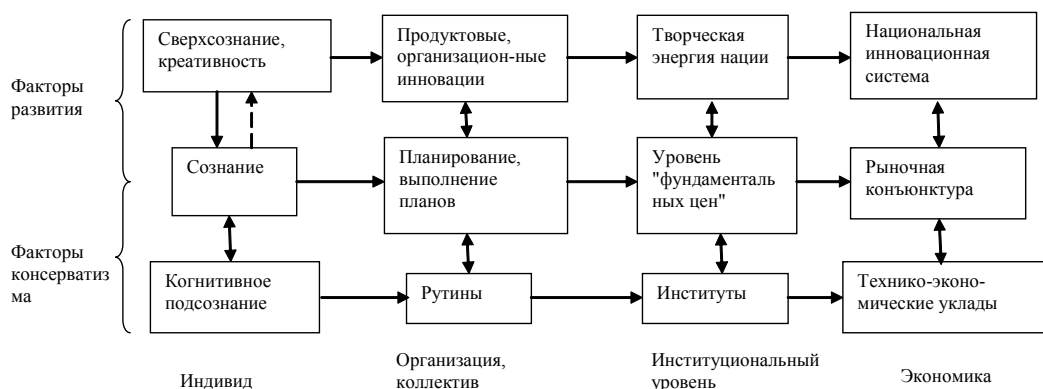


Рис. 4. Творчество в институциональной экономической системе

Разработана автором на основе проведенного исследования

Примечание. Человек осуществляет деятельность через организованные группы. Он использует организации как инструмент достижения своих целей как на уровне институтов, так и на уровне экономики.

Творчество и консерватизм представляют собой диалектическое единство. Развитие представляет смену циклов "новое - усвоение - новое", и чем быстрее протекают эти циклы, тем выше скорость развития.

Подобно эволюционным процессам в условиях стационарной окружающей среды, когда действует стабилизирующий отбор, устраняющий крайние вариации фенотипов, сознание отбрасывает идеи, далекие от господствующего мнения. В условиях движущего отбора большую ценность представляют крайние варианты, которые ранее устранялись, творческие идеи находят применение. Можно предположить, что в условиях экономического роста, постоянного усложнения внешней среды фирмы, применяющие инновационные стратегии роста, будут иметь конкурентное

адаптивное преимущество. При кризисе и стагнации внешняя среда упрощается, инновации, используемые в условиях “движущейся” среды, окажутся неадаптивными и выживут наиболее приспособленные к условиям стационарной среды фирмы. Стабильные фирмы создают для каждой отдельной организации устойчивую среду, фирмы, применяющие инновации, изменяющуюся среду.

Таким образом, на наш взгляд, в эволюционной экономической теории, помимо традиционных изменчивости, наследственности и отбора, должны использоваться следующие принципы: принцип методологического индивидуализма, эндогенные механизмы целеполагания, развитие системы через своих членов, принцип опережающего отражения действительности (инновации), организация по принципу функциональных систем (рутина и институты), ограниченность ресурсов, приводящая к необходимости экономичности в деятельности. Так как логическое рациональное мышление является продуктом эволюции, в эволюционной теории следует рассматривать неоклассические модели с соответствующими ограничениями, т.е. необходимо продолжать искать пути интеграции неоклассического, институционального и эволюционного подхода.

¹ *Нестеренко А.Н.* Возможен ли синтез эволюционной экономики и мейнстрима? // Эволюционная экономика и “мейнстрим”. М., 2000. С. 56.

² *Эрхард Л.* Благополучие для всех. М., 2001. С. 27.

³ *Алчиан А.* Неопределенность, эволюция и экономическая теория // Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса. М., 2006. С. 39.

⁴ *Анохин П.К.* Философские аспекты теории функциональной системы. М., 1978. С. 14-17.

⁵ *Нельсон Р., Уинтер С.* Эволюционный подход в экономической науке / // Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса. М., 2006. С. 83.

⁶ *Симонов П.В., Ершов П.М.* Темперамент. Характер. Личность. М., 1984. С. 96.

Поступила в редакцию 05.08.2009 г.

ПРОТИВОРЕЧИЕ ТРУДА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

© 2009 Л.Г. Сокушева

Оренбургский государственный университет

В статье обосновано, что диалектическое противоречие труда, заключающееся в единстве двух его противоположных сторон - созидания и разрушения, является основой становления и развития эколого-экономических отношений.

Ключевые слова: труд, диалектическое противоречие, созидание и разрушение, эколого-экономические разрушения.

Труд как “целесообразная деятельность”¹ человека по созданию благ, необходимых для поддержания жизни, представляет собой, по словам К. Маркса, “процесс, совершающийся между человеком и природой, процесс, в котором человек своей собственной деятельностью опосредует, регулирует и контролирует обмен веществ между собой и природой”². В этом определении обнаруживается естественная природа труда, его сущность и основные направления дальнейшего развития трудового процесса. К. Маркс показал, что труд возник как средство поддержания и активизации обменных процессов между человеком и природной средой с помощью самих же измененных предметов природы, которые выступают как орудия труда, усиливая естественные конечности человека. Труд с момента появления человека стал основным способом взаимодействия общества с природой. Все остальные формы этого взаимодействия (дыхание, питание, отправление различных выделительных функций) отступили на второй план и воспринимаются обычно как несущественные.

Труд, полезность которого выражается в потребительной стоимости его продукта или в том, что продукт его является потребительной стоимостью, Маркс называет полезным трудом³. С точки зрения создания потребительной стоимости, содержащейся в экономическом благе, труд обладает полезным эффектом. В этом аспекте труд имеет созидательный характер⁴. В постоянном противодействии силам природы, опосредуя компоненты природной среды трудом, изготавливая и применяя орудия труда, человек пошел не по пути приспособления к окружающим условиям, а по пути их изменения, приспособления окружающей среды к своим нуждам. Таким образом человек нашел качественно новый способ разрешения противоречий между тем состоянием, в каком объекты находятся в природе, и тем, в каком они ему необходимы.

Благодаря труду люди создали себе искусственную реальность, которая заняла значительное место в естественно существующей реальности природы. Вне этой искусственной реальности, или “второй природы”, как ее иногда называют, люди не могут существовать. Она стала для человека так же естественна, как и природная. Люди должны ее постоянно поддерживать и расширенно воспроизводить, отбирая у природы все новые пространства суши (а подчас и воды) и расходуя на это все большее количество природного сырья. Как справедливо отмечает Э.В. Гирусов, “быстрорастущее население требует все большего количества минеральных веществ, усложняющаяся структура общественных потребностей стимулирует поиск все новых средств их удовлетворения, а современное производство во

всеоружии технических средств и громоздкой инфраструктуры стремительно распространяется по поверхности планеты, обрастая городами и средствами сообщения”⁵. В результате этих процессов мир “сотворенный” оказывается соизмеримым по масштабам с миром естественным.

Труд развивается экстенсивно. Его объект - природный мир - осваивается человеком во всевозрастающем масштабе: завоевав сушу, осваивает дно Мирового океана и космос. Этот процесс совершается не только как пространственная экспансия человечества, но и как овладение природными объектами все более высокого уровня сложности - до саморазвивающихся глобальных экологических систем⁶. В этом аспекте природа превратилась в придаток экономической системы.

Труд развивается также и интенсивно. Познавая законы природы, используя их в хозяйственной деятельности, человек задает природным процессам то направление, ту форму и темпы протекания, которые требуются ему. С помощью орудий труда человек взял под свой контроль процесс обмена веществ между собой и природой. С помощью труда человек устанавливает и обеспечивает свое господство над природой. Наука разрабатывает новые технологии, позволяющие углубить переработку природного сырья. Новые знания о природе способствуют тому, что человек получает возможность вовлекать в хозяйственную деятельность компоненты окружающей среды, свойства которых ранее были не известны, а теперь способствуют возникновению новых сфер хозяйствования.

Воздействие на объекты природы орудиями труда выделило человека из животного мира. Благодаря применению технических средств человек постепенно создает искусственную среду своего обитания и тем самым постепенно освобождается от ограничений, накладываемых природой. Со временем человек почувствовал себя независимым от сил природы и уже сам выступает как “сила природы”⁷. Для человека именно труд стал способом разрешения противоречия между естественным состоянием явлений природы и нужным ему состоянием⁸. Главное в трудовой деятельности заключается не столько в приспособлении человека к среде, сколько в том, что он приспособливает с помощью орудий труда окружающую среду к своим нуждам и потребностям. Следовательно, труд с самого начала имеет своей целью изменение явлений природы, поскольку такое изменение выступает условием человеческого потребления. Люди заинтересованы в созидательной стороне труда как источнике потребительных стоимостей, на созидательной стороне труда всегда акцентировалось основное внимание как в теории, так и на практике. Однако труд сам является своеобразной формой потребления, как неоднократно подчеркивал К. Маркс: потребляется сам объект труда; потребляется рабочая сила, да и произведенный продукт, как правило, является объектом вторичного потребления для следующих звеньев производства. Поэтому труд - диалектическое единство противоположных сторон: созидания и разрушения⁹.

Сторона труда, обратная созидательной, предстает как процесс мобилизации, приведения в действие, вовлечения природных благ, явлений и их свойств в общественное воспроизводство (т.е. потребление природных благ), сопровождающийся обменом веществ и энергии между обществом и природой. В процессе труда происходит потребление природных благ, следовательно, потребительная сторона труда проявляется в природопользовании. Природопользование - это всегда потребление природных ресурсов и эксплуатация природных условий в целях удовлетворения матери-

альных и культурных потребностей общества. Не исследуя природопользование как одну из сторон труда, как одинаково необходимую и важную, наряду с созидательной, невозможно обеспечить эквивалентный обмен веществ и энергии между обществом и природой.

Труд, показал Ф. Энгельс, - это не только великое благо для человека, освободившее его от рабской зависимости от природы. Труд как мощное средство воздействия на природные процессы превратился в разрушительный фактор. Поэтому противоположную созидательной разрушительную сторону труда принято рассматривать как деятельность, связанную с потреблением продуктов труда. Как всякие диалектические противоположности, эти стороны опосредуют друг друга, и, что самое главное, они одинаково важны для человека. На первый взгляд, такое утверждение представляется несколько парадоксальным. Однако все становится на свои места, как только мы начинаем рассматривать труд с учетом системы более широкого порядка, чем общество само по себе, а именно системы "общество - природа".

Вся мировая экономическая история представляет собой последовательные ступени использования открытых систем производства. Производство было открытым на входе, т.е. человек использовал природные блага в своей хозяйственной деятельности, изымая их из природной среды, и на выходе, когда отходы и другие побочные продукты, выступающие неотъемлемым компонентом производственного процесса, возвращаются обратно в природную среду. Пока интенсивность труда и его масштабы не слишком велики, пока производство основывалось на материалах естественного происхождения, отрицательные последствия производственной деятельности были не столь заметны, а ущерб, наносимый объектам природы при таком характере деятельности, имел локальное значение. Поскольку природа обладает до некоторой степени способностью к восстановлению нарушенного равновесия, постольку катастрофических изменений в результате ущерба, наносимого ей человеком, не наступало. Во всяком случае, в целом природа сохраняла способность к самовосстановлению. Однако по мере дальнейшего развития средств труда и вовлечения в производственный процесс все новых веществ вплоть до искусственно созданных степень изменения природных условий прогрессивно нарастала, механизмы природной саморегуляции стали совершать срывы. Общая антропогенная нагрузка на природу стала превышать ее ассимиляционные возможности. Превышение потребления ресурсов над темпами их естественного воспроизводства и загрязнение биосферы производственными и бытовыми отходами - две главные негативные тенденции, приведшие к критической ситуации.

Вся совокупность природных благ, их свойств и природных явлений, которые можно мобилизовать, привести в действие, использовать для обеспечения функционирования экономики, предстает как природный потенциал. Первоначальное представление о природном потенциале ограничивалось его ресурсной составляющей и основывалось на том, что природные богатства практически неограниченны, люди относились к природе как к "безграничной кладовой ресурсов"¹⁰. Соответственным был и подход к их использованию для удовлетворения человеческих потребностей - потребительский, экстенсивный, т.е. развитие производства осуществлялось на основе расширяющегося использования ресурсного потенциала.

С 70-х гг. XX в. к людям стало приходить осознание, что природный потенциал обусловлен не столько ограниченностью природных ресурсов

и территорий¹¹, сколько ассимиляционными возможностями биосферы компенсировать негативные последствия хозяйственной деятельности людей. В этом проявляется его специфика. При решении проблем, порожденных взаимодействием общества и природы, основное внимание сосредоточивается на первом ограничении, так как оно более очевидно. Если брать в перспективе, то более категоричным является второе ограничение - существование предела эксплуатации экологического потенциала. К экологическому потенциалу относятся ресурсы, которые выполняют средозащитную функцию, т.е. ресурсы, которые обладают способностью без саморазрушения поглощать или разлагать экологический продукт и устранять его вредное воздействие на природно-хозяйственные системы. А.А. Голуб и Г.В. Сафонова в этой связи приводят следующие показательные примеры:

- ухудшение качества жизни людей, рост заболеваний, связанных с загрязнением окружающей среды, в том числе на генетическом уровне, появление новых болезней;

- глобальное изменение климата вследствие увеличения антропогенных выбросов “парниковых” газов, способных привести к исчезновению больших территорий суши Земли, деградации лесных и сельскохозяйственных ресурсов, разбалансированию всей глобальной экосистемы;

- истощение озонового слоя на 1-2% в год, увеличение площади озоновых дыр будет продолжаться даже при прекращении выбросов хлорфторуглеродов и далее;

- увеличение площади пустынь (60 тыс. км² в год), рост техногенного опустынивания, расширение токсичных пустынь;

- сокращение площади лесов со скоростью 117-180 тыс. км² в год, при этом площадь вырубки лесов превысит площадь лесовосстановления в десятки раз;

- деградация земель, рост эрозии почв на 24 млрд. т ежегодно, снижение плодородия, накопление загрязнителей, закисление и засоление почв;

- сокращение площади естественных экосистем на 0,5-1,0% в год приведет почти к полной ликвидации естественных экосистем на суше к 2030 г.¹²

С.М. Швец считает, что ресурсный потенциал влияет на развитие промышленности, а именно на уровень затрат, связанных с ее ресурсным обеспечением, а в конечном счете на экономическую безопасность всей страны¹³. Экологический потенциал, по нашему мнению, влияет на развитие человека и общества, а именно связан с затратами на здоровье, на восстановление способности трудиться, на компенсацию вредного воздействия производства и внешних эффектов и в конечном счете обеспечивает безопасную для жизни среду, определяет границы, в пределах которых может функционировать и развиваться экономика¹⁴. Природный потенциал становится своеобразным производственным потенциалом общества.

Несмотря на то, что экономические границы между ресурсным и экологическим потенциалом подвижны, мы считаем, что разграничение природного потенциала на ресурсный и экологический можно провести по следующим критериям: по форме собственности, участию в производстве, исчерпаемости, возобновляемости, доступности, возможности учета объемов присвоения, границам влияния на безопасность, масштабу распространения. Представим характеристику ресурсного и экологического потенциала по этим критериям (см. таблицу).

Критерии разграничения природного потенциала на сырьевой и экологический

№ п/п	Критерий	Природный потенциал	
		ресурсный	экологический
1	Форма собственности	Государственная, частная	Общественная
2	Участие в производстве	Прямое	Косвенное
3	По исчерпаемости	Исчерпаем	Исчерпаем
4	По возобновляемости	Невозобновляем	Возобновляем
5	По доступности	Экономическое благо	Общественное благо
6	По возможности учета объемов присвоения	Возможен прямой учет	Учет возможен по альтернативной стоимости
7	Граница влияния на безопасность	Экономическая безопасность	Экологическая безопасность, безопасность природно-хозяйственной системы
8	По масштабу распространения	Локальный	Глобальный

Реально используемый в производстве природный потенциал становится уже действительной производительной силой (фактором производства). При этом ресурсный потенциал трансформируется в классический фактор производства, известный в экономической теории под термином “земля”, а экологический потенциал превращается в экологический ресурс, т.е. во внешние условия (оболочка) протекания производственного процесса. Традиционно в экономической науке экологический ресурс рассматривают как внешнюю среду экономики, обеспечивающую общие условия ее протекания. При данном подходе экологический ресурс не является объектом экономических отношений. Обращая внимание на то, что экологический ресурс - это внешние условия производственного процесса, мы не согласны с мнением, что он представляет собой среду экономической деятельности. В современных условиях набирает оборот экологическое производство, которое осуществляет мероприятия по сохранению и восстановлению экологического ресурса. При таком подходе экологический ресурс приобретает экономический характер.

При создании экономического блага труд проявляет свой созидательный характер, но при этом одновременно проявляет свою оборотную сторону: в производстве потребляется экологический ресурс, который в этом процессе изменяется качественно, не сохраняя своего естественного вида и свойств, утрачивая их, превращается в экологический продукт.

Всякое производство дает тот или иной экологический продукт и разница лишь в его количестве и степени опасности. За прошедшие годы интенсивного развития индустрии только на территории России накоплены миллиарды тонн экологического продукта химического, горнодобывающего, металлургического и других производств. Как бы его ни изолировали, он рано или поздно оказывает негативное воздействие на водные объекты, на атмосферу, на почвенный покров, тем самым негативно влияя на качество рабочей силы, увеличивая затраты, необходимые для восстановления способности полноценно трудиться, на качество производимой продукции, на ее конкурентоспособность, на состояние природной среды, объективно требуя увеличения затрат на ее сохранение, восстановление и пр. Таким образом, экологический продукт для общества, государства и других экономических субъектов представляет собой объект особого интереса.

Производство экологического продукта характеризует труд как потребительский по отношению к окружающей среде, при этом обнаруживая

его разрушающий характер. Иными словами, природа является поставщиком всех потребляемых ресурсов и приемником отходов жизнедеятельности людей, в нынешнем экономическом сознании природа рассматривается как средство, а не цель. Качественное многообразие воздействий людей на природу непрерывно растет, а количественный эффект этих воздействий в последнее время стал не только соизмерим с природными процессами, но и во многих отношениях значительно превосходит их¹⁵.

Маркс связывал “практическое созидание предметного мира” с сознательной постановкой и реализацией цели, т.е. с целеполагающим характером трудовой деятельности. В процессе труда происходит превращение “того, что дано природой”¹⁶ в продукт, получение которого предполагалось заранее идеально, как образ того, что должно получиться в результате. Цель направляет и регулирует трудовую деятельность, в зависимости от цели планируется процесс создания благ, в зависимости от цели задается определенная направленность развитию отношений природопользования. В природопользовании природа является средством. На определенном историческом этапе обострение экологической ситуации не позволяет уже относиться к природе как к средству, от отношений природопользования обособляются и начинают развиваться самостоятельно эколого-экономические отношения, которые придают потребительной по отношению к природе стороне труда иную целевую установку, нежели отношения природопользования. В эколого-экономических отношениях учитываются интересы и потребность людей в качественном состоянии природной среды, пригодной для их жизнедеятельности, определяются границы хозяйственной деятельности, в рамках которых достигается равновесие между обществом и природой, а природа становится целью¹⁷.

¹ Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т.1. Кн.1. Процесс производства капитала // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. 1983. Т. VI. С. 195.

² Там же. С. 188.

³ Там же. С. 50.

⁴ Там же. С. 51.

⁵ Гирусов Э.В. Биосфера как область взаимодействия общества и природы // Экология и экономика природопользования: Учеб. для вузов / Под ред. Э.В. Гирусова, В.Н. Лопатина. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2002. С. 58.

⁶ Палий В.Ф., Щербина В.Ф. Диалектика духовно-практического освоения природы: методологические аспекты. Л., 1980. С. 15.

⁷ Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. С. 188.

⁸ Экология и экономика природопользования. С. 57.

⁹ Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. С. 191.

¹⁰ Алексеев В.В. Человек и биосфера. М., 1973. С. 4.

¹¹ Локально, в перенаселенных городах и странах, местный ресурсный потенциал исчерпаем. Однако распределение населения на Земле крайне неравномерно. Поучительно сравнение Индии и Аргентины. Площадь Аргентины всего на 30% меньше площади субконтинента, при этом население Индии, страны древнейшей цивилизации, в 30 раз больше населения Аргентины, современное развитие которой началось 200 лет тому назад, однако, как утверждают эксперты, ее ресурсов хватило бы на то, чтобы накормить весь мир. “Именно по крайней неравномерности распределения населения по планете видно, что в принципе ресурсов достаточно”, - утверждает С.П. Капица. Однако тут же замечает: “Отсутствие в настоящее время глобального ограничения по ресурсам не означает, что в обозримом будущем мир не столкнется с таким положением. Есть все основания полагать, что в XXI в. население увеличится всего в 2 раза, а потребление энергии и других ресурсов возрастет в 5-6 раз” (Капица С.П. Сколько людей жило, живет и будет жить на Земле. Очерк теории роста человечества. М., 1999. С. 171).

¹² Экономика окружающей среды и природных ресурсов. Вводный курс: Учеб. пособие / Под ред. А.А. Голуба, Г.В. Сафонова. М., 2003. С. 16.

¹³ Швец С.М. Экономическая устойчивость регионов России. М., 2005. С. 89.

¹⁴ Здесь показательны следующие примеры. Каждое десятилетие в мире теряется 7% плодородных почв, каждые два года прибавляется 12 млн. га опустыненных земель. Под угрозой исчезновения оказались 10% существующих растений и 30% животного мира. Каждую секунду площадь лесов в мире сокращается на полгектара, а за два года - площадь, равная Финляндии. Средняя температура воздуха на планете к 2050 г. может возрасти, согласно оценкам, на 1,5-4°C, что может привести к повышению уровня Мирового океана примерно на 1,5-2,2 м и затоплению многих территорий (Швец С.М. Указ. соч. С. 20). В последнее время замечено интенсивное накопление в атмосфере Земли углекислоты. К 2000 г. содержание CO₂ возросло на 25%. Это связано с тем, что для добычи энергии люди пока в основном сжигают углеродистые вещества, синтезированные растениями прошлых эпох и захороненные в земных слоях. Следовательно, сжигая топливо, люди как бы раскручивают процесс эволюции планеты в обратном направлении и, как полагают некоторые специалисты, по составу атмосферы мы движемся к той эпохе, когда растительная жизнь только начиналась, и атмосфера была богата углекислотой (Экология и экономика природопользования. С. 59).

¹⁵ Достаточно назвать хотя бы такой факт: деятельностью всех вулканов на Земле ежегодно выбрасывается на поверхность около 3 млрд. т вещества, в то же время современное горнодобывающее производство извлекает из недр земных около 10 млрд. т полезных ископаемых и около 100 млрд. т попутной породы. Как видим, превышение по сравнению с природными процессами более чем в 30 раз (Экология и экономика природопользования).

¹⁶ Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. С. 189.

¹⁷ Показателен пример с проектом Газпрома "Северный поток": прежде чем принять его к реализации мировым сообществом, был проведен тщательный анализ его возможного воздействия на окружающую природную среду Балтийского моря, вплоть до возможного изменения температуры воды.

Поступила в редакцию 05.08.2009 г.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИИ КАК ИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

© 2009 В.С. Голощапова

Самарский государственный экономический университет

В статье обосновывается необходимость исследования явлений хозяйственной практики, связанных с созданием информационных ресурсов, которое выступает исходным моментом для их последующей переработки и потребления в целях удовлетворения информационных и прочих потребностей и реализации соответствующих им экономических интересов.

Ключевые слова: индустриальное общество, постиндустриальная экономика, информационные ресурсы, информационная безопасность, международное движение информации, глобализация экономики, транснациональные корпорации, цифровая эра.

В современном мире наблюдаются тенденции, существующие во всех странах с постиндустриальной экономикой. Вот лишь некоторые из них:

- глобализация знаний. Результаты исследовательских и научных работ быстро становятся достоянием мировой экономики, и это ощущается во всех секторах экономики;

- увеличение объемов международной торговли. Доля услуг на международном рынке постоянно возрастает. В общем объеме услуг, в свою очередь, растет роль передачи знаний. И надо сказать, такое развитие событий приводит к определенной напряженности во взаимоотношениях между странами;

- знания как конкурентное преимущество и отдельного предприятия, и страны в целом. Однако в современном мире не всякое знание становится конкурентным преимуществом, а лишь то, которое доступно немногим. Это те знания, которые трудно описать, стандартизировать и передать, а иногда и увидеть.

Что касается России, то указанные тенденции имеют место, но лишь в зачаточных формах. Относительно первой тенденции - глобализации знаний - необходимо отметить, что исследования, проводимые в России, не находя финансовой поддержки, продаются за границу и там работают на благо чужой страны. Этого, конечно, не избежать в эпоху глобализации знаний, но подобный процесс должен быть обоюдным, обмен - двусторонним. Россия, продавая знания и инновации, получает деньги, которые в конечном итоге идут на развитие сырьевого сектора. Такая ситуация не скажется положительно на будущем общества, стремящегося попасть в лигу постиндустриальных стран.

Вторая тенденция тоже наблюдается: объемы международной торговли растут, но Россия торгует либо с развивающимися странами, которые продают не очень качественные товары потребления, либо с развитыми странами, которые за свои устаревшие технологии завышают цену и запрашивают преимущества на покупку различного сырья.

И третья тенденция: знания, инновации, изобретения - все это для России не ново, но опять же в большинстве своем колоссальные перспективы развития продаются за рубеж. Стоит учитывать, что на Западе и в России по-разному трактуют эти понятия. Изобретение - это открытие какого-то нового явления, принципа; создание нового знания, ранее не

существовавшего. Термин же “инновация” используется очень часто для обозначения широкого круга многообразных явлений. Инновация - коммерческое применение открытия или изобретения. Изобретение может произойти в лаборатории, а инновация должна реализоваться только на рынке, во взаимодействии покупателей и продавцов. Инновация должна удовлетворять какую-то потребность, в отличие от открытия или изобретения, которые могут и не учитывать ничьих потребностей. Такие понятия существуют в развитых странах, где теории экономического развития на основе постиндустриализма существуют уже не первое десятилетие. Пока что для российских реалий, когда развитие страны происходит за счет природных факторов производства, столь четкое разграничение этих понятий - роскошь, которая никому не нужна.

Все вышесказанное свидетельствует о проблемах на пути вхождения России в постиндустриальное сообщество.

В постиндустриальном мире, с экономикой, основанной на знаниях, массовое производство материальных объектов отходит на второй план; на первый выходит производство неосязаемых объектов (знаний, информации). Такими объектами - товарными изделиями нового типа - предстоит стать цифровым научным и учебным книгам: монографиям, учебникам, справочникам, учебно-методическим пособиям, руководствам и тому подобным произведениям научной и учебной литературы для научной работы, обучения, подготовки и оперативной переподготовки профессиональных кадров.

На Западе постиндустриальное общество формировалось несколько десятилетий и основывалось на устойчивом и развитом индустриальном обществе. Пока что можно с уверенностью говорить, что в России нет индустриального общества. Возможно, в больших городах, где функционируют заводы и фабрики, где жизнь бурлит постоянно, социум “одной ногой” уже и в постиндустриализме. Но на большей части территории таких предпосылок нет. Мало в какой деревне есть школы с полностью укомплектованными компьютерными классами, мало где есть поликлиники и достаточное количество машин скорой помощи. Там люди не думают об удовлетворении своих творческих потребностей, не занимаются развитием интеллектуальных способностей. Это в конечном счете сказывается на общем развитии общества.

В большинстве случаев возникновение информационных ресурсов является результатом экономических и прочих социальных, биологических или природных процессов. Основой формирования этих специфических ресурсов является информационная деятельность. Примером здесь может служить информация об экономических отношениях, явлениях, процессах общественного воспроизводства. Наиболее распространенными видами экономической информации подобного рода являются данные бухгалтерского, финансового учета, нормативные документы, сведения о состоянии и параметрах данного этапа развития (показатели денежного, трудового рынков, размеры ВВП, состояние платежного баланса и др.). Таким образом, основными формами процессов, с помощью которых создаются информационные ресурсы, выступают информационная деятельность и информационное производство. Такое разделение имеет практическое значение, поскольку создание информации в результате информационной деятельности носит, во многом, естественный характер, а информационное производство, его параметры и эффективность являются

объектом регулирования. При этом следует учитывать, что информационное производство является основой создания именно тех форм информации, влияние которых на экономические процессы наиболее значительно. Именно здесь, в первую очередь, обеспечивается воспроизводство информации. Исходя из этого, среди проблем формирования информационных ресурсов в современной российской экономике основного внимания заслуживает именно проблема информационного производства, сконцентрированного в наукоемких отраслях промышленности.

Наибольшие сложности связаны с созданием такой формы информационного ресурса, как знания. Не случайно поэтому в рамках любой теории или концепции, в которой в той или иной мере исследуются сущность информации, ее роль в экономике, закономерности функционирования и другие аспекты, связанные с информацией, неизбежно возникает вопрос о соотношении понятий “информация” и “знание”, являющийся важным методологическим вопросом, поскольку установление их взаимосвязи лежит в основе дальнейшего анализа участия и использования информации в экономике. В настоящее время, наряду с теориями информационной, постиндустриальной экономики, активно развивается и такой раздел экономической теории, как “Экономика знаний”. Эти теории рассматривают информацию и знания как базовые ресурсы экономической деятельности и развития, эффективность использования которых определяет конкурентоспособность организаций и национальных экономик в целом.

Как известно, в 1990-е гг. финансирование науки находилось на крайне низком уровне, в результате чего произошла ее существенная деградация. В настоящее время серьезность утраченных позиций осознана, развитие науки превратилось в общенациональную задачу, однако экономическое положение все еще не позволяет правительству обеспечивать финансирование науки на необходимом уровне. Существующие концепции определяют некоторые ключевые точки развития научного знания до 2010 г., т.е. упор делается на те сферы, эффект от вложения в которые был бы максимальным. Разумеется, этого недостаточно. Для ликвидации отставания российской науки от ведущих мировых держав необходимо подключение значительного капитала (как со стороны государства, так и со стороны крупного бизнеса). Одной из проблем на настоящий момент является построение эффективной системы научных исследований, ориентированной на создание и внедрение инноваций.

И на данном пути существует ряд проблем. Одной из основных можно назвать высокие транзакционные издержки. Это может быть довольно серьезной проблемой, даже несмотря на объем российского рынка. Однако совершенствование коммуникационных технологий должно, по идее, приводить к снижению расходов на поиск соответствующих предложений на рынке. Российские компании, которые продают свои товары и услуги только в России, в течение какого-то времени еще могут использовать старую модель, однако на пути к экономическому процветанию появляется необходимость торговать и за рубежом. И когда компания выходит на международный рынок, она вынуждена все больше специализироваться, поскольку возникают другие требования к качеству. Даже если компания делает какие-то вещи очень хорошо, вряд ли она сможет выполнять абсолютно все работы на мировом уровне. Таким образом, предприятие, опирающееся только на внутренние силы, обрекает себя на существование в рамках внутреннего рынка.

По мере того как экономика России будет становиться более открытой, начнут создаваться и необходимые условия. Прежде всего, на местном рынке появятся новые зарубежные компании. И это еще один фактор, под давлением которого российские предприятия будут вынуждены переходить к большей специализации.

Эволюция индустриального общества основана на индивидууме, а интересы личности в информационной сфере заключаются в реализации конституционных прав человека и гражданина на доступ к информации, на использование информации в интересах осуществления не запрещенной законом деятельности, физического, духовного и интеллектуального развития, а также в защите информации, обеспечивающей личную безопасность.

Горизонты общества в информационной сфере заключаются в обеспечении интересов личности в этой сфере, в упрочении демократии, создании правового социального государства, достижении и поддержании общественного согласия, в духовном обновлении России.

Круг интересов государства очерчивается в создании условий для гармоничного развития российской информационной инфраструктуры, для реализации конституционных прав и свобод человека и гражданина в области получения информации и пользования ею в целях обеспечения неизблемости конституционного строя, суверенитета и территориальной целостности России, политической, экономической и социальной стабильности, в безусловном обеспечении законности и правопорядка, развитии равноправного и взаимовыгодного международного сотрудничества.

Информационная безопасность Российской Федерации является одной из составляющих национальной безопасности Российской Федерации и оказывает влияние на защищенность национальных интересов страны в различных сферах жизнедеятельности общества и государства. Угрозы информационной безопасности Российской Федерации и методы ее обеспечения являются общими для этих сфер.

Также немаловажными являются показатели, характеризующие активность в области НИОКР. В России эти показатели можно оценивать неоднозначно. Инновационно-активных компаний много - на уровне 80% от числа предприятий в выборке, однако только у 45% предприятий были в принципе расходы на НИОКР и только у 10% компаний расходы на НИОКР были на уровне не ниже 5% от выручки. Таким образом, с одной стороны, можно говорить, что инновационные процессы широко распространены в промышленности, но, с другой стороны, по "глубине" инновационная деятельность явно ограничена. Это становится особенно очевидным, если посмотреть на другие страны, где считается нормальным, когда в целом по промышленности расходы на НИОКР составляют 3-5% от выручки, а в ряде высокотехнологичных отраслей промышленности они могут достигать и 10-15% от выручки.

В то же время, хотя спрос компаний на результаты НИОКР пока небольшой, есть существенные предпосылки к его расширению. Первое - хорошая текущая и ожидаемая динамика увеличения расходов компаний на технологические инновации. Второе, может быть самое главное, - есть сильный мотив к росту расходов на НИОКР. В среднем по предприятиям выборки фактические расходы на НИОКР оцениваются на уровне 1,5% от выручки, тогда как сами руководители предприятий заявляют, что для обеспечения конкурентоспособности бизнеса оптимальный уровень расходов на НИОКР (в среднем по выборке) составляет 9% от выручки.

Образование, как уже отмечалось, находится на недостаточно высоком уровне и не котируется на международном рынке (за исключением малого количества вузов). В первую очередь, эта проблема связана с дефицитом квалифицированных кадров, которые могли бы передать свои знания другому. Но все больше укрепляется тенденция среди молодежи получить именно высшее образование. Сейчас этот показатель (количество обучаемых в вузах) составляет 4,7 млн. чел. После относительного спада в середине 1990-х гг. число студентов ежегодно растет. В 2000 г. число студентов на 10 тыс. населения составило 327 чел., что значительно выше, чем соответствующий показатель 1995 г. - 189 студентов на 10 тыс. населения. Вузы России готовят специалистов по более чем 350 специальностям.

Преподавательский состав государственных вузов включает 265 тыс. чел., из которых 153 тыс. чел. - специалисты высшей квалификации (кандидаты и доктора наук). В негосударственных вузах занято более 42 тыс. преподавателей. И это, возможно, ускорит процесс вхождения России в лидеры среди стран с постиндустриальной экономикой.

Поступила в редакцию 07.08.2009 г.

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИБЫЛИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

© 2009 О.С. Громадская
Магнитогорский государственный университет

В современных условиях каждому банку необходима обоснованная политика формирования и распределения прибыли, включающая также налоговую и дивидендную политику. Финансовые результаты коммерческого банка определяются многими факторами, о некоторых из них речь пойдет в предложенной статье.

Ключевые слова: доходы банка, расходы банка, банковская прибыль, налоговая политика, дивиденды.

Рыночная экономика предполагает, что получение прибыли является важнейшим стимулом работы банков. Функционирование коммерческих банков непосредственно направлено на получение максимальной прибыли из оборота финансовых инструментов и денег, что вытекает из природы банка как коммерческого предприятия.

Потребность в максимизации прибыли диктуется необходимостью покрытия всех издержек банка, формирования дивидендов для выплаты акционерам, а также необходимостью создания внутрибанковского источника роста собственного капитала. “Кроме того, прибыльная деятельность банка является показателем успешности его работы и, следовательно, может послужить важным фактором формирования его репутации, что будет способствовать привлечению новых акционеров, а также укрепит доверие клиентов”¹.

Прибыль коммерческого банка - основной финансовый результат деятельности банка, определяемый как разница между всеми доходами и расходами.

Политика формирования и распределения прибыли коммерческого банка - это разработка условий максимизации доходов и минимизации расходов, а также пропорций распределения прибыли между собственниками, менеджерами, сотрудниками и потребностями банка, возникающими в процессе его деятельности.

Данный вид политики делится на два подвида:

- политику формирования прибыли;
- политику распределения прибыли.

Политика формирования и управления прибылью может быть агрессивной, умеренной и консервативной².

При **агрессивной политике** поддерживается высокий уровень всех видов прибыли и рентабельности. Банк проводит агрессивную политику на рынке для увеличения выручки и использует методы снижения затрат путем внедрения современных технологий.

Умеренная политика ведет к поддержанию среднего уровня прибыли, затрат и рентабельности на основе использования современных методов управления и учета затрат на производство и реализацию банковских продуктов и услуг, организации налогового планирования.

Консервативная политика характеризуется постоянным поиском резервов снижения себестоимости и жесткой экономией материальных и денежных ресурсов для увеличения прибыли и всех видов рентабельности

без расширения рынков сбыта. Большое внимание уделяется минимизации налогов всеми возможными способами.

Процесс формирования прибыли находится под воздействием двух групп факторов:

1) внешних, под которыми понимается состояние рынка, система налогообложения, уровень процентных ставок по заемным средствам, оппортунистическое поведение деловых партнеров, благоприятные и неблагоприятные социальные и другие условия;

2) внутренних, включающих в себя политику ценообразования, уровень себестоимости и других затрат, качество менеджмента разных уровней, уровень образования и квалификации кадров, технический уровень производственных фондов, материальное положение и экономическую заинтересованность работников.

Немаловажно учитывать тип рынка, на котором функционирует коммерческий банк. Безусловно, рынок банковских услуг - это рынок несовершенной конкуренции. Основные барьеры вхождения в данную отрасль - это лицензирование банковской деятельности и требование к минимальному размеру уставного капитала (сумма эквивалентная 5 млн. евро). Основной целью данных требований является предотвращение выхода на рынок финансово неустойчивых, подверженных высоким рискам организаций, с сомнительной репутацией учредителей. К началу 2009 г. в Российской Федерации функционировало 1228 кредитных организаций. В географическом масштабе прослеживается тенденция к монополизации банковской деятельности. Если московский регион перенасыщен банками (более 50% действующих кредитных организаций), то в небольшом провинциальном городке Сибири или Урала, как правило, работают 2-5 банков, а именно в регионах сосредоточено 90% промышленного производства. С одной стороны, этот факт является движущим мотивом географической экспансии банков, с другой стороны, он не обуславливает получение ими прибыли, это связано с неравномерностью распределения финансовых ресурсов, доходов населения и различным уровнем потребностей в банковских услугах. С течением времени данные диспропорции будут сглаживаться и рынок банковских услуг будет в большей степени соответствовать рынку монополистической конкуренции, при которой ведущую роль играет неценовая конкуренция. Методы неценовой конкуренции являются достаточно рискованными и затратными и требуют от коммерческого банка различного рода резервов, чтобы обеспечить совершенствование качества услуг и их рекламу. Из опыта отечественных коммерческих банков известны следующие примеры неценовой конкуренции:

1. Банк развития и реконструкции предлагает программу "Сертификат качества", предусматривающую право клиента на возврат суммы удержанных банком комиссий, если его не устроит качество обслуживания в банке.

2. На основе исследования портрета потенциального заемщика банк "Уралсиб" разместил рекламу своей ипотечной программы на упаковках каш и круп и на бутылках минеральной воды, затраты банка составили около 8 200 000 руб.

3. При открытии срочного вклада банки бесплатно оформляют клиенту пластиковые карточки платежных систем Visa или MasterCard. Или в качестве бонуса при открытии срочного вклада банки предлагают воспользоваться сейфовой ячейкой, заплатив за аренду на 20-50 % меньше, чем обычно³.

Основными внутренними факторами, влияющими на величину прибыли, являются величина, структура и динамика доходов и расходов коммерческого банка. Доходы и расходы коммерческого банка разнообразны по своему составу и структуре.

Существуют различные подходы к классификации доходов и расходов коммерческого банка. В соответствии с наиболее обобщающим подходом все доходы банка делятся на три группы: процентные, комиссионные и прочие. Аналогично классифицируются и расходы (табл. 1)⁴.

Общеизвестен ряд практических рекомендаций, которых должен придерживаться банк, стремящийся увеличить свои доходы и сократить расходы. Во-первых, банк должен стремиться к увеличению доли комиссионных доходов. Это связано с тем, что комиссионные доходы более стабильны, чем процентные. Получение комиссионных доходов почти не сопряжено с рисками потери стоимости вложенных активов. Во-вторых, он должен стремиться к сокращению процентных расходов, чем меньше про-

Таблица 1

Доходы коммерческого банка	
Процентные	Процентные доходы по средствам и кредитам, предоставленным юридическим лицам и физическим лицам, проценты по депозитам в других банках, проценты от операций с ценными бумагами
Комиссионные	Доход кредитной организации в виде платы за выполнение операций, сделок и оказания услуг (в частности, вознаграждение за открытие и ведение банковских счетов, расчетное и кассовое обслуживание клиентов; за проведение операций с валютными ценностями, доходы от выдачи банковских гарантий и поручительства), а также платы за оказание посреднических услуг по брокерским договорам, договорам комиссии и поручения, по агентским договорам и другим аналогичным договорам
Прочие	Дисконтный доход по векселям, доходы от перепродажи и переоценки ценных бумаг, дивиденды, доходы от переоценки средств в иностранной валюте, восстановленные суммы со счетов фондов и резервов, доходы от оказания консультационных и информационных услуг, от предоставления в аренду специальных помещений и сейфов для хранения документов и ценностей, от операций по доверительному управлению имуществом, с драгоценными металлами и драгоценными камнями
Расходы коммерческого банка	
Процентные	Процентные расходы по привлеченным средствам юридических и физических лиц, процентные расходы по выпущенным долговым обязательствам
Комиссионные	Плата за расчетно-кассовое обслуживание и за открытие и ведение банковских счетов в соответствии с договорами с кредитными организациями, в которых открыты соответствующие банковские счета, включая корреспондентские счета; за услуги российских и международных платежных систем по переводам денежных средств, в том числе по переводам по поручению физических лиц без открытия банковских счетов; за полученные гарантии и поручительства; за проведение операций с валютными ценностями; за оказание посреднических услуг по брокерским и аналогичным договорам; по другим операциям
Прочие	Расходы по переоценке валют и ценных бумаг, отчисления в специальные резервы, налоги, включенные в затраты банка, расходы по оплате труда персонала банка, расходы по обеспечению хозяйственной деятельности банка, расходы по рекламе, представительские расходы, другие расходы

центные расходы, тем выше процентная маржа банка. Важность данного показателя заключается в том, что маржа характеризует доходность ссудных операций и одновременно показывает возможности банка покрывать за счет маржи свои издержки.

Представим структуру доходов и расходов действующих кредитных организаций (табл. 2)⁵.

Таблица 2

Доходы	01.01.2006	01.01.2007	01.01.2008	01.01.2009
Процентные	20,22	21,78	23,48	14,97
Комиссионные	3,66	4,57	4,51	2,85
Прочие	76,12	73,65	72,01	82,18
Итого	100,00	100,00	100,00	100,00
Расходы	01.01.2006	01.01.2007	01.01.2008	01.01.2009
Процентные	9,43	11,88	13,77	9,25
Комиссионные	0,44	0,51	0,48	0,38
Прочие	90,13	87,61	85,75	90,37
Итого	100,00	100,00	100,00	100,00

Волатильность валютного курса, растущие цены на энергоносители в период экономического роста способствовали тому, что значительную часть доходов банки получали не от своих классических операций, а от операций купли-продажи и переоценки ценных бумаг. Однако падение фондовых индексов осенью 2008 г. привело к тому, что за последний месяц третьего квартала 2008 г. российские банки заработали всего 1,3 млрд. руб. против 44 млрд. руб. за предыдущие восемь месяцев. В результате обвала на биржах убыточными оказались 162 банка, а их совокупные потери достигли 13,1 млрд. руб. Наибольшие потери понесли госбанки: у группы ВТБ убытки составили почти 18 млрд. руб., у Сбербанка - 11 млрд., у Газпромбанка - 9 млрд.⁶

В условиях обостряющейся конкуренции между банками важную роль играют готовность и способность банка удовлетворить потребности своих клиентов в финансовых услугах. Выявление потребностей своих клиентов требует адекватного определения состояния и тенденций развития экономической среды, в которой коммерческому банку приходится действовать, и по мере надобности гибкого реагирования на изменяющиеся условия. Показателен пример, что в кризисные периоды банки, ориентированные в своей работе на выявление интересов клиентов, способны получать значительный доход. В условиях мирового финансового кризиса облигации многих компаний оказались дефолтными. В результате между инвесторами и проблемными должниками возникают диаметрально противоположные интересы: первым нужны деньги, вторым - отсрочка выплат или списание долга. В данной ситуации банк выступает в качестве посредника, компетентно убеждая инвесторов, держащих проблемные облигации, что им выгоднее пойти на смягчение условий в погашении долга, а эмитентов - что им лучше вернуть чужие деньги если не сейчас, то хотя бы в будущем. Результатом "мирного договора" становится реструктуризация долга, т.е. переоформление старого выпуска в новый. Соответственно, увеличиваются сроки погашения облигаций и доходность по ним. В среднем доход банка от процесса реструктуризации составляет 3% от общего объема долга, в отношении которого стороны приходят к решению о переносе сроков погашения.

Расходы коммерческого банка увеличиваются за счет институциональных факторов, т.е. тех правил, которые устанавливают регулирующие органы. Например, действующее законодательство РФ возлагает на банки множество обязанностей, посредством которых реализуются публичные функции, в частности валютный контроль, противодействие легализации доходов, полученных преступным путем, обеспечение выполнения налогоплательщиками - клиентами банков обязанностей по уплате налогов и сборов, контроль за кассовой дисциплиной клиентов. В то же время расходы, связанные с исполнением публичных функций, покрываются за счет прибыли коммерческого банка. Доля таких расходов весьма значительна, что отражается в повышении стоимости услуг, снижает их привлекательность для клиентов, а также конкурентоспособность российских банков и эффективность их деятельности в целом. Переход российских банков на МСФО также затратен, например, требует дополнительных затрат банка на подготовку и дополнительное обучение персонала. По оценкам Агентства по реструктуризации кредитных организаций (АРКО), в связи с переходом на международные стандарты отчетности обанкротилась половина российских банков⁷.

Основным показателем прибыльности, используемым в практике анализа банковской деятельности, является показатель рентабельности капитала:

$$P = (\text{Прибыль} / \text{Капитал}) \cdot 100\%.$$

Данный показатель показывает результативность инвестируемых акционерами средств в банк. Однако по сравнению с другими отраслями экономики рентабельность банковского сектора остается невысокой. Средняя по банковской системе норма прибыли на капитал составила за 2008 г. 13,3%. По оценке Рейтингового агентства АК&М, это ниже среднего уровня по промышленности - 15,28 %, в том числе по большинству отраслей: добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических, - 49,6%; химическое производство - 32,5 %; металлургическое производство - 28,6 %; однако выше, чем производство пищевых продуктов, - 10,8 %; производство машин и оборудования - 8,7 %⁸.

Политика распределения прибыли предполагает решение таких проблем, как налогообложение и распределение чистой прибыли, и делится на налоговую и дивидендную политику.

Самым оптимальным на сегодняшний день принципом взаимодействия с налоговыми органами можно считать налоговое планирование, положенное в основу налогового менеджмента. С точки зрения налогового менеджмента, все налоги банка можно рассматривать как его расходы, т.е. снижение расходов за счет сокращения налоговых платежей ведет к укреплению ликвидности и платежеспособности коммерческого банка, а одновременное снижение затрат - к увеличению прибыли.

Проблему налогообложения нужно рассматривать комплексно. Сокращение одних налогов может привести к увеличению других. Так, снижение любых налогов, относимых на прочие затраты, ведет к увеличению налогооблагаемой прибыли и, соответственно, налога на прибыль. «Наиболее эффективным способом увеличения прибыльности является не механическое сокращение налогов, а построение эффективной системы управления предприятием и принятия решений таким образом, чтобы оптимальной (в том числе и по налогам) была вся структура бизнеса»⁹.

В настоящее время для решения задач оптимизации налогообложения банка необходимо участие Банка России, Федеральной налоговой службы и Правительства. Например, в целях повышения капитализации банковского сектора предлагается освободить от налогообложения часть прибыли, направленной на увеличение капитала, либо перевести налог на капитализируемую прибыль в разряд отложенных налоговых обязательств¹⁰.

Предлагается также ввести льготы в форме снижения ставки налога на прибыль для тех банков, которые кредитуют долгосрочные производственные проекты.

В период кризиса ЦБ требует формировать резервы на возможные потери по максимуму. Для минимизации рисков потерь банки по требованию ЦБ формируют два вида резервов - на возможные потери по ссудам и на возможные потери по прочим активам (ценным бумагам, выданным гарантиям, причитающимся процентам по кредитам, иным активам). В настоящий момент резервы на возможные потери по ссудам признаются расходами банка и формируются до налогообложения прибыли, а резервы на возможные потери на прочие активы - после налогообложения прибыли. Предполагается внести корректировки в Налоговый кодекс РФ и уменьшить налогооблагаемую базу, приняв резервы на возможные потери на прочие активы за расходы. Схематический подсчет показывает, что цена вопроса значительна. По данным отчетности банков на сайте Банка России, с 1 января по 1 сентября 2009 г. объем резервов на некредитные потери прибыльных банков увеличился на 277 млрд. руб. - до 545 млрд. руб. А доля таких резервов в общем объеме созданных банками резервов составила почти 36%¹¹.

Последняя проблема в политике распределения прибыли - это дивидендная политика. Под дивидендной политикой следует понимать совокупность отношений по поводу распределения чистой прибыли в пользу собственников корпорации. Основная задача данного вида политики - это оптимальное сочетание интересов собственников по выплате дивидендов с внутренними потребностями коммерческого банка. Дивидендная политика, проводимая банком, должна быть направлена на максимизацию рыночной стоимости акций. Как правило, с увеличением уровня дивидендов растет курс акций. Возможность привлекать новых акционеров реализуется тогда, когда доходность акционерного капитала не ниже доходности от других вложений, в которые инвестор может направить свои средства.

В экономической литературе выделяют три основных подхода к формированию дивидендной политики: консервативный, умеренный, агрессивный.

Представим подходы к формированию дивидендной политики и соответствующие им формы дивидендных выплат (табл. 3).

Таблица 3

Подходы к формированию дивидендной политики	Формы дивидендных выплат
Консервативный	Выплата дивидендов по остаточному принципу Фиксированные дивидендные выплаты Выплата дивидендов акциями
Умеренный	Выплата гарантируемого минимума и экстрадивидендов Выплата дивидендов акциями
Агрессивный	Постоянное процентное распределение прибыли Постоянное возрастание размеров дивидендов Выплата дивидендов акциями

Выплаты дивидендов по остаточному принципу - выплата дивидендов в последнюю очередь после финансирования всех эффективных инвестиционных проектов. Дивидендные выплаты определяются после того, как за счет прибыли отчетного года сформирован достаточный объем финансовых ресурсов, обеспечивающий реализацию наиболее доходных инвестиционных проектов предприятия.

Фиксированные дивидендные выплаты - регулярная выплата дивидендов на одну акцию в неизменном размере в течение длительного периода времени безотносительно изменения финансового состояния предприятия. Данная величина дивидендных выплат может корректироваться на индекс инфляции.

Выплата дивидендов акциями предусматривает выдачу акционерам в виде дивидендных выплат вместо денежных средств дополнительного пакета акций. Небольшая сумма дивидендов, выплачиваемая таким образом, не оказывает существенного влияния на рыночную стоимость акций, если же дивиденды значительны, то рыночная цена акций после дополнительной эмиссии может существенно снизиться. Предприятия чаще всего вынуждены использовать данную методику при нестабильном финансовом положении и отсутствии высоколиквидных активов для расчетов с акционерами либо при необходимости реинвестирования прибыли в высокоэффективный проект.

Выплата гарантированного минимума и экстрадивидендов предусматривает регулярные выплаты фиксированной суммы дивидендов, в случае благоприятной конъюнктуры рынка и большой величины полученной чистой прибыли акционерам выплачиваются экстрадивиденды. Таким образом, ежегодный доход акционеров складывается из фиксированных на минимальном уровне дивидендов и периодически выплачиваемых в зависимости от финансового результата экстрадивидендов.

Форма постоянного процентного распределения прибыли подразумевает стабильный в течение продолжительного времени процент чистой прибыли, направляемый на выплату дивидендов по обыкновенным акциям (например, 40% от чистой прибыли ежегодно).

Постоянное возрастание размера дивидендов предусматривает стабильное повышение уровня дивидендных выплат в расчете на одну акцию, прирост размера дивидендов производится, как правило, в твердо установленном проценте к уровню дивидендов в предшествующем периоде.

Коммерческие банки не щедры на дивиденды, и их дивидендная политика строится преимущественно по консервативному подходу. Это объясняется тем, что в условиях низкой капитализации банки обеспечивают рост собственного капитала путем накопления прибыли, это можно рассматривать как наиболее дешевый способ, не требующий дополнительных затрат и организационных мер, связанных с выпуском акций и привлечением дополнительных дивидендов. В условиях кризиса многие банки либо отказываются от дивидендов, либо сокращают их в разы. Например, общая сумма, которую АБ "Россия" потратил на дивиденды, в 2007 г. составила 350,871 млн. руб., а в 2008 г. сумма дивидендных выплат составила 100,014 млн. руб.¹²

Итак, политика формирования и распределения прибыли необходима банку для решения комплекса задач, целью которых является наиболее оптимальная реализация интересов собственников, управляющих и клиентов банка. Эти задачи со многими неизвестными обусловлены прежде

всего требованиями регулирующих органов, а также динамичностью и многогранностью внутренней и внешней среды коммерческого банка.

¹ *Жарковская Е.П.* Банковское дело: Учебник. 3-е изд., испр. и доп. М., 2005. С. 362.

² *Казак А.Ю., Веретенникова О.Б., Майданик В.И.* Финансовая политика в системе корпоративного управления. Екатеринбург, 2004. С. 137.

³ *Чижев Н.А.* Управление клиентской базой банка: Практ. пособие. М., 2007. С. 14, 266, 272.

⁴ Управление деятельностью коммерческого банка (банковский менеджмент) / Под ред. О.И. Лаврушина. М., 2005. С. 284.

⁵ Рассчитано на основе данных: www.cbfg.ru.

⁶ РБК. 2008. □ 12. С. 88.

⁷ *Ливенцов Н.Н., Лисоволик Я.Д.* Актуальные проблемы присоединения России к ВТО. М., 2002. С. 159.

⁸ http://www.akmrating.ru/geotrosp_2008.stm.

⁹ *Мельник Д.Ю.* Налоговый менеджмент. М., 1999. С. 12.

¹⁰ *Тосунян Г.А.* Банкизация России: право, экономика, политика: Монография. М., 2008. С. 89.

¹¹ <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1250355>.

¹² http://www.infox.ru/business/finances/2009/05/21/Akcioneryyu_Banka_Ro.phtml.

Поступила в редакцию 07.08.2009 г.

К ВОПРОСУ О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

© 2009 О.Д. Прохоренко

Самарский государственный экономический университет

В статье рассматриваются вопросы конкуренции и конкурентоспособности региональных высших учебных заведений на примере Самарского региона. Проанализированы основные тенденции в развитии образовательного рынка области. Обсуждаются перемены, которые могут в дальнейшем повлиять на региональный образовательный рынок.

Ключевые слова: высшее образование, инновации, конкурентоспособность, конкуренция, образовательные услуги, инновационное развитие, тенденции развития регионов.

В условиях глобализации и перехода к постиндустриальному обществу на первый план развития выходят экономические факторы, формирующие современный социум и мировое хозяйство в целом. Главная черта постиндустриального общества - повышение роли и значения человеческого фактора. Увеличиваются инвестиции в человека - расходы на обучение и образование, повышение квалификации и переквалификацию работников. Меняется структура трудовых ресурсов: уменьшается доля физического и растет доля умственного высококвалифицированного труда.

Ряд исследователей характеризуют постиндустриальное общество как “общество профессионалов”, где основным социальным слоем является “класс интеллектуалов”, а власть принадлежит меритократии - интеллектуальной элите. Как писал основоположник постиндустриализма Д. Белл, “постиндустриальное общество... предполагает возникновение интеллектуального класса, представители которого на политическом уровне выступают в качестве консультантов, экспертов или технократов”¹.

Задачи экономического развития и создания инновационной экономики современной России тесно связаны с совершенствованием системы образования и подготовки. В процессе структурных изменений и перехода экономики на инновационный путь развития наиболее критичным является модернизация системы образования как основы инновационной цепочки (от фундаментальных исследований до массового производства). С точки зрения специализации государства, следует развивать наукоемкие отрасли.

Если рассматривать количественные показатели, то на сегодняшний день на миллион населения в России, по данным ЮНЕСКО, приходится 3300 ученых и исследователей, в Германии, для сравнения, 3261, во Франции - 3213, в Китае - 708. Это свидетельствует о достаточно высокой относительной концентрации в России интеллектуального капитала. То же справедливо и для Самарской области. В пересчете на тысячу населения численность персонала, занятого исследованиями и разработками, на 20% превышает общероссийский уровень. По статистике, 40% инноваций Поволжья создается именно в Самарской области².

Количество инновационных проектов в нашей области в 2 раза превышает общероссийские показатели, потому что Самарская область традиционно используется как площадка для экспериментального опробования новых, передовых технологий, ведения разработок. Одним из приоритетных направлений инновационного развития региона является подготовка

управленческих кадров и научно-технических специалистов в области инновационной деятельности для реализации инновационной политики Самарской области. По словам заместителя министра образования и науки Самарской области Владимира Носкова, "...в современных условиях конкурентоспособность региона и страны в целом напрямую зависит от конкурентоспособности высшего образования и вузов, от их эффективного развития. Если Самарская область хочет оказаться в ряду передовых регионов с высокой конкурентоспособностью, необходимо двигаться по этому пути"³.

Научно-инновационный потенциал области представлен всеми компонентами инновационной системы - академической и вузовской наукой, научно-исследовательскими подразделениями промышленных предприятий, организациями инновационной инфраструктуры. Но ведущую роль в развитии образовательного потенциала региона все же играют высшие учебные заведения.

Участие в Болонском процессе повышает требования к качеству обучения в российских вузах, им придется конкурировать с филиалами западных учебных заведений, утвердившихся в российском образовательном пространстве; растет потребность в технических специалистах, расширяется сектор фундаментальных и прикладных исследований, происходит сближение производства, науки и образования. Именно поэтому Федеральная антимонопольная служба РФ приняла решение о формировании специализированного Экспертного совета по развитию конкуренции в сфере образования и науки. Создание такого совета при ФАС отражает стремление обеспечить адекватные условия применения закона РФ "О защите конкуренции" на том секторе российского рынка, который ранее не был объектом целенаправленного антимонопольного регулирования и проведения конкурентной политики.

Согласно определению, инновация - это результат инвестирования в разработку и получение нового знания, ранее не применявшейся идеи по обновлению сфер жизни людей (технологии, изделия, организационные формы существования социума, такие как образование, управление, организация труда, обслуживание, наука, информатизация и т.д.) и последующий процесс внедрения (производства) данного результата, с фиксированным получением дополнительной ценности (прибыль, опережение, лидерство, приоритет, коренное улучшение, качественное превосходство, креативность, прогресс).

В условиях перехода к рыночной экономике успешная работа любого высшего учебного заведения требует непрерывного совершенствования его деятельности, постоянного внедрения инноваций, направленных на результат, понимаемый не просто как подготовка специалиста, а как комплексная характеристика свойств выпускника вуза (личное развитие, общекультурная подготовка, профессиональная подготовка) и факторов формирования этого результата (цели образования, ресурсы вуза и условия их использования для внедрения инноваций, организационно-правовое обеспечение образования, преподавательский состав и его работа по внедрению инноваций в образовательный процесс, образовательная программа и инновационные технологии образования).

Инновационная деятельность вуза, направленная на достижение комплексного результата образовательного процесса, обеспечивает устойчивое развитие вуза на рынке образовательных услуг, позволяет привлечь большое число пользователей образовательных и научных услуг, что создает благоприятные условия для конкурентной борьбы⁴.

Критерием конкурентоспособности любого хозяйствующего субъекта является спрос на производимый им товар или услугу. В связи со спецификой образовательной деятельности, в первую очередь, необходимо уточнить, что же является конечным “товаром” вуза.

Главным индикатором конкурентоспособности образовательных услуг является уровень спроса на них, но для успешной деятельности вуза необходимо уяснить, что является основой востребованности его услуг. Прежде всего, можно говорить о дуалистическом характере продукта высшего образования: конечным потребителем является как выпускник вуза, так и работодатель.

В структуре образовательных товаров можно выделить внешний и внутренний образовательный товар. Внешний - включает специальности, по которым в вузе проводится обучение; в совокупности он отражает структуру экономики в регионе. Внутренний образовательный товар формируется, прежде всего, выпускными кафедрами; он охватывает перечень дисциплин по различным специальностям и обладает синергетическим эффектом.

Конкуренция может быть рассмотрена как по ценовому, так и по неценовому фактору.

Цена образовательного товара и оценка его стоимости потребителем должны быть сопоставимы и равноценны. Оценка стоимости товара потребителем не должна быть ниже, чем его реальная стоимость; более высокая оценка рассматривается потребителем как критерий конкурентоспособности вуза на рынке. Вместе с тем, как показывает практика, ценовой фактор, как правило, не является приоритетно определяющим для конечного потребителя образовательных услуг.

Размеры рынка образовательных товаров в регионах зависят от количества учебных заведений и действующих в них выпускных кафедр, от количества выпускников и в настоящее время несколько в меньшей степени - от потребности рынка труда в соответствующих специалистах. Так, например, по данным на 2008 г., потребность рынка Самарского региона составляла до 14 тыс. выпускников с высшим образованием, в то время как выпуск превысил 35 тыс. специалистов⁵. Если же брать данные по соотношению “соискатели/вакансии”, разрыв оказывается еще большим. Так, например, на середину августа 2009 г., по данным Headhunter.ru (ведущий ресурс по подбору квалифицированного персонала), по Самарской области было зарегистрировано 30 900 специалистов с высшим образованием, находящихся в поиске работы, и всего 1000 вакансий для специалистов с высшим образованием⁶. В то же время остро ощущается дефицит специалистов со средним специальным и начальным профессиональным образованием. Инновационный подход и формирование наукоемких производств (создание аэрокосмического кластера, автомобилестроительного кластера) позволят сгладить ситуацию, когда большинство выпускников вузов вынуждены работать не по полученной специальности.

Одним из критериев оценки конкурентоспособности учебного заведения является дополнительная ценность образовательного товара, предлагаемого на рынке этих услуг, что достигается благодаря инновациям в содержании и структуре образовательных продуктов, использованию в учебном процессе результатов развития фундаментальной и прикладной науки.

Каждое из учебных заведений, представленных на рынке образовательных услуг, формирует свой собственный образовательный товар. Масса образовательного товара - совокупность образовательных продуктов по

дисциплинам, которые входят в учебный курс по каждой специальности или направлению подготовки в вузе. Изменения массы и объема образовательного товара вуза происходят в период, когда открываются или закрываются специальности и направления, а также в тех случаях, когда специализации расширяются.

Учебные заведения, формирующие образовательные продукты и учитывающие требования соответствующих международных стандартов качества, имеют сегодня большие перспективы на рынке, ибо их конкурентоспособность повышается. Подобные “смешанные” образовательные товары расширяют возможности студентов в процессе самореализации, ускоряют их адаптацию на рынке труда в стране и за рубежом. Таким образом, можно говорить о конкурентоспособности данных вузов не только на региональном, но и на федеральном и международном уровнях.

Для создания более конкурентоспособного образовательного товара требуется не только проведение маркетинга на рынке образовательных продуктов, но и анализ всей информации относительно направлений развития территории, где происходит “реализация” выпускников вузов.

Содержание образовательного товара, имеющее высокую степень актуальности, отражается на его полезности. Сочетание образовательных продуктов в товаре может создавать ему как дополнительную ценность, так и снижать ее в зависимости от наличия элементов новизны и их практической значимости.

Представляется, что конкурентоспособность субъектов на рынке образовательных услуг можно оценивать по следующим критериям⁷:

- вид высшего учебного заведения (университет, академия, институт);
- структура образовательного товара (внешняя и внутренняя);
- величина коэффициента обновления образовательных продуктов в процессе обучения индивида (коэффициент использования в образовательном процессе новых знаний, полученных в результате фундаментальных и прикладных исследований);
- уровень предпринимательских и интеллектуальных способностей производителей образовательных товаров (ректор, проректор, декан, ведущий кафедрой);
- уровень интеллектуальных способностей производителей образовательных продуктов разных академических степеней (доктор, кандидат, магистр).

Если рассматривать конкурентную борьбу университетов за студентов, в последние годы можно четко выделить следующую тенденцию: обострение конкурентной борьбы за студентов при увеличивающемся конкурсе среди абитуриентов. В первую очередь, это, конечно, связано с введением единого государственного экзамена и упрощением процедуры подачи документов в высшие учебные заведения. Таким образом, возрастает роль вуза в формировании собственной маркетинговой программы, в продвижении среди потенциальных абитуриентов.

На самарском рынке хорошо прослеживается инновационный подход вузов в сфере маркетинга и продвижения собственных образовательных продуктов - если раньше это был удел в основном негосударственных учебных заведений, то в последние несколько лет и государственные вузы активно занимаются рекламой, в институтах создаются отделы маркетинга, идет активное продвижение государственных программ и совместная работа с банками по предоставлению образовательных кредитов.

Для понимания ситуации, складывающейся на региональном рынке, необходимо проанализировать межвузовскую конкуренцию и оценить конкурентоспособность различных типов вузов на примере Самарской области. Высшая школа Самары - модель всего российского образования: по составу вузов (отраслевые признаки), по отношению к собственности (государственные и коммерческие), по уровню развития материальной базы вузов и ресурсной составляющей (профессорско-преподавательский состав), по востребованности образования со стороны населения. Также необходимо проанализировать роль инноваций, как одного из ключевых факторов, определяющих дальнейшие перспективы развития вуза в регионе.

Главным индикатором конкурентоспособности услуги является уровень спроса на нее, но для успешной деятельности вузу необходимо понимать, что является основой востребованности его услуг, которая может поддерживаться как за счет ценовых факторов, так и за счет неценовых.

Для более полного понимания структуры высшего образования в регионе необходимо сегментировать рынок вузов в Самарской области. В целом, можно выделить четыре основные категории: государственные вузы, частные вузы, филиалы государственных и филиалы частных вузов.

На самарском рынке высшего образования в 2009 г. осуществляли свою деятельность 63 вуза и филиала, из них: 18 - местные государственные, 12 - местные частные, 13 - иногородние государственные и 13 - иногородние частные учебные заведения, а также 7 филиалов самарских государственных вузов в других городах области.

При сравнительной оценке деятельности образовательных учреждений, как правило, возникает ситуация, при которой ни одно учебное заведение не является по всем показателям лучше, чем остальные.

Конкуренция между вузами разворачивается не только по одинаковым специальностям подготовки, но и по близким направлениям, в особенности при ориентации на гуманитарных специалистов для частного сектора экономики.

Одним из основных критериев, по которым можно определить конкурентоспособность вуза, можно считать трудоустройство выпускников. На практике иерархия дипломов определяется исходя из престижности и репутации учебного заведения и зависит от того, как зарекомендовал себя его выпускник.

По результатам исследования, работодатели применяют следующие требования к выпускникам:

- 1) высокий уровень профессиональных знаний, навыков и компетенций;
- 2) владение иностранным языком;
- 3) компьютерная грамотность;
- 4) развитые социальные связи, коммуникабельность;
- 5) динамичность и гибкость мышления, адаптивность и стрессоустойчивость;
- 6) креативный, инновационный подход, ответственность, инициативность;
- 7) быстрообучаемость, склонность к самообразованию и развитию.

Таким образом, инновационный подход к поддержанию конкурентоспособности вуза должен формировать не только профессиональные знания и навыки у студентов, но и вместе с тем делать определенный акцент на формирование личностных характеристик студента, его коммуникативные навыки, которые в настоящий момент могут иметь гораздо большее значения для успешного трудоустройства.

Инновационный подход к системе высшего образования в настоящее время становится неотъемлемой частью, необходимостью любого вуза, желающего сохранить свою конкурентоспособность и усилить свои позиции на рынке высшего образования в регионе.

Коренным образом изменилось отношение к студентам. На сегодняшний день студент становится потребителем услуг, предлагаемых вузом, и акцент в образовании от педагога смещается в сторону студента.

Для сохранения конкурентоспособности и усиления позиций на рынке, как правило, крупные игроки прибегают к слияниям и поглощениям. Схожие варианты развития можно увидеть и среди вузов Самарской области. В настоящее время можно увидеть два процесса объединения вузов, направленных на усиление позиций на рынке.

Высшие учебные заведения Самары идут по пути “мягкой интеграции”: в конце 2006 г. была создана ассоциация “Самарский национальный университет”. В нее вошли Самарский государственный аэрокосмический университет (СГАУ), Самарский государственный медуниверситет (СамГМУ), Самарский госуниверситет (СамГУ), Самарский государственный экономический университет (СГЭУ) и Международный институт рынка (МИР). Ассоциация является открытой для вступления, но на текущий момент другие вузы не заявили о готовности войти в нее⁸.

Таким образом, можно говорить о формировании образовательного кластера, вместе с тем позволяющего сохранить значительную автономию каждого из входящих в него учебных заведений. Формирующаяся интегрированная структура значительно усилит конкурентные преимущества каждого из участников, в частности, за счет “экономии от масштабов”, а также за счет формирования межвузовских кафедр, студенческих центров и возможного совместного использования непрофильных активов.

В 2009 г. в Самарской области на базе Тольяттинского государственного университета началось формирование Приволжского кластерного университета “Автомобилестроение”, в который вошли 7 вузов ведущих городов Поволжья: ТГУ, ТАУ, УлГТУ, НГТУ, КГТУ, ИжГТУ, ИНЭКА⁹. Данное направление интеграции учебных заведений, как объединение по отраслевому признаку, позволит усилить конкурентные позиции каждого из участников не только за счет консолидации научно-исследовательской деятельности, но и за счет тесного взаимодействия с Приволжским автомобильным кластером, более плотного сотрудничества с реальным сектором экономики региона.

В настоящее время можно отметить следующие тенденции в конкуренции самарских вузов:

- 1) укрупнение вузов, объединение их в ассоциации и партнерства, с формальной независимостью, но использованием общих ресурсов;
- 2) рост маркетинговой активности среди всех участников рынка, активная борьба за “потребителя” на всех этапах;
- 3) внедрение инновационного подхода к образованию, переориентация на “внутреннего и внешнего клиента”;
- 4) переосмысление концепции подготовки специалистов, переориентация на международные рынки. Ориентация на новые специальности, запросы работодателей с учетом специфики региона.

В современных условиях вузы постепенно становятся полноценным рыночным субъектом, а их успешность все больше определяется эффективностью коммерческих результатов. Сложившиеся реалии требуют выработки нового подхода к конкурентоспособности вузов, учитывающего достоинства

основных направлений экономической теории и опирающегося на достижения других отраслей экономической науки с целью переосмысления роли высшего образования в формировании человеческого капитала. В этой связи трактовка термина “конкурентоспособность вуза” должна учитывать коммерческую сторону деятельности. Деятельность высших учебных заведений зависит от множества влияющих на нее факторов, определяющих конкурентоспособность. Факторы могут быть как внешними, так и внутренними.

Сокращению населения страны, а следовательно и уменьшению числа абитуриентов, в Самаре противопоставляются миграционные процессы, а также процессы преобразования Самары в региональный образовательный центр. По мнению сотрудников вузов, спрос на образовательные услуги в дальнейшем будет расти за счет иногородних студентов и вновь прибывших на постоянное место жительства в Самару. Соответственно, вузы активно вводят программы по дополнительной профессиональной подготовке и переподготовке специалистов. Кроме того, как показывают исследования, около 2/3 выпускников вузов планируют в дальнейшем получать второе высшее образование.

Обострение внутриотраслевой и межотраслевой конкуренции в отношении факторов производства, среди которых самым важным является человеческий капитал, требует выработки стратегии развития, позволяющей вузу сосредоточить у себя факторы конкурентоспособности, необходимые для формирования человеческого капитала, соответствующего требованиям потенциальных потребителей.

Обостряющаяся конкуренция среди вузов вынуждает их разрабатывать оптимальную и эффективную стратегию своего развития, позволяющую развиваться в положительном направлении, выбирать правильную нишу сегодня и видеть, исходя из своих возможностей, потенциальные рынки ближайшей и отдаленной перспективы. Переход на новый уровень образовательных услуг, как правило, требует иного подхода к вузовской стратегии и пересмотра ведущих факторов конкурентоспособности.

С повышением уровня вуза все большую роль в его конкурентоспособности и позициях на рынке начинает играть инновационная деятельность, влияние которой зависит от ряда других факторов.

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Пер. с англ. М., 1999. С. 28.

² Иванова Н.И. Влияние взаимодействия факторов производства на развитие международной торговли в современных условиях: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Самара, 2007.

³ Цит. по: Иванов А. Мегауниверситет будет. Ассоциацию вузов “Самарский национальный университет” поддерживают областные власти. Сайт Samgu.ru. Режим доступа: <http://www.samru.ru/nauka/fakt/28274.html>.

⁴ Бабенко Е.И. Управление инновациями как основа предпринимательской деятельности в образовательном процессе: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Тамбов, 2008.

⁵ Анализ кадровых потребностей Самарской области к 2008 году и оценка соответствия им образовательных услуг региона. Режим доступа: http://www.samara.edu.ru/portal/dt?last=false&cphChannel=sepArticleDetails&MainSectionID=MAINSECTION_13311&SectionID=SECTION_14067&YEAR=2006&PAGE=0&ArticleID=ARTICLE_77940.

⁶ По данным сайта группы компаний Headhunter (он-лайн-ресурс по подбору персонала). Режим доступа: <http://www.samara.hh.ru>.

⁷ Мильгуй Т. Кризис и конкурентоспособность вузов // Человек и труд. 2009. □ 8.

⁸ Иванов А. Указ. соч.

⁹ Web-сайт Приволжского кластерного университета “Автомобилестроение”. Режим доступа: <http://pku.tltsu.ru/sites/site.php?s=1977&m=20152>.

Поступила в редакцию 04.09.2009 г.

ОЦЕНКА БРЕНДА КАК ФАКТОР ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВЕЛИЧИНЫ ФРАНШИЗЫ

© 2009 А.В. Шехирев

Вятская государственная сельскохозяйственная академия

В данной статье проведен анализ влияния бренда на величину франчайзинговых платежей, предложено авторское понимание данной проблемы.

Ключевые слова: ценность бренда, паушальный платеж, величина полной полезности бренда, роялти, рента, сила бренда.

Потенциальный покупатель франшизы (франчайзи) должен оценить целесообразность уплаты указанной в рекламе суммы. Для этого требуется подход, который позволит сравнить на единой основе аналогичные платежи в той же отрасли и виде бизнеса, чтобы убедиться в справедливости выставленной цены. Чем выше или ниже уровень ценности бренда в ценности фирмы-франчайзера, тем существеннее может отклоняться от нормы цена франшизы. Таким образом, без оценки влияния бренда на ценность франшизы оценивать последнюю некорректно.

Важным условием в определении платы за франшизу является разделение ее на две составляющие: сумму инвестиций, необходимую для успешного старта, и сумму, получаемую франчайзером от франчайзи за продвинутый бренд.

Таким образом, оценке должен подвергаться только паушальный платеж, поскольку он является прямой платой за бренд. Поэтому в рекламе франшиз абсолютно четко следует разделять объем стартовых инвестиций и паушальный платеж. Если такого разделения нет, то провести экспертизу цен на франшизы относительно предмета их справедливости невозможно.

На наш взгляд, более сбалансированным является подход, по которому франчайзи платит справедливый небольшой паушальный платеж, а в дальнейшем - роялти с брендированного бизнеса.

Проблемы оценки начнем рассматривать с определения ценности и стоимости франшиз. Оценку по формам оплаты за услугу франчайзинга можно рассматривать в трех аспектах:

1. Оценка справедливости цены в случае разовой уплаты паушального платежа.
2. Оценка оправданности смешанной платы в виде паушального платежа и роялти.
3. Оценка справедливости уровня ставки роялти к чистому доходу или прибыли.

Начнем с самого распространенного способа оплаты за франшизу - паушального платежа.

Реально, франчайзи должен иметь бизнес-план развития аналогичного небрендированного бизнеса либо уже его иметь как базис, на основе которого будет реализован брендированный бизнес. Это необходимо для того, чтобы получить представление о приблизительном уровне цен на товары или услуги, реализуемые без использования продвинутого бренда. Усредненный уровень надбавки в цене без НДС можно определить через соотношение валовой прибыли и чистого дохода (валовая рентабельность продаж).

При таком подходе одновременно учитывается и экономия в себестоимости, и выигрыш в цене. Для определения аналогичного показателя по

франчайзеру можно затребовать соответствующую информацию у последнего. В надежде на достоверность информации можно просчитать рентабельность на основе отчетов эмитентов, выставленных на сайте Госкомиссии по ценным бумагам, для продвинутых франчайзи и франчайзеров в той же отрасли. Усреднив уровень рентабельности для таких фирм можно определить, насколько рентабельность согласно бизнес-плану отстает от рентабельности, рассчитанной по брендированным бизнесам. Причем именно рентабельность потенциального франчайзи должна сравниваться с рентабельностью франчайзера. Среднеотраслевая рентабельность, как правило, “загрязнена” надбавками к ней франчайзеров.

Умножив надбавку рентабельности в процентах на чистый доход франчайзера, предлагающего франшизу, мы получим своеобразный надбавочный денежный поток от бренда. Таким образом, мы учтем прирост потока как за счет роста рентабельности, так и за счет роста объема продаж. Если мы такой поток (за минусом налога на прибыль) продисконтируем и соотнесем с отдельно оцененной рыночной ценностью франчайзера, то получим удельный вес бренда в ценности компании. Такие удельные веса публикуются в книгах по оценке по отдельным франчайзерам и отраслям, поскольку они демонстрируют силу бренда.

Если мы (потенциальный франчайзи) знаем такой уровень по предполагаемому франчайзеру, то без труда сможем определить ценность бренда по пропорции:

$$P_{BR} = V_F \cdot \frac{d_{BR}}{(100 - d_{BR})},$$

где d_{BR} - удельный вес ценности бренда в ценности франчайзера;
 V_F - ценность фирмы франчайзи.

Полученная величина является полной полезностью бренда для текущего бизнеса франчайзи. Если мы для себя, чисто субъективно, определим, какой частью в процентах мы готовы поделиться с франчайзером (либо эта часть будет навязываться последним), то, умножив такой уровень на ценность бренда, мы получим величину приемлемой стоимости франшизы. Эта стоимость полностью сопоставима с величиной паушального платежа. Если последний ниже стоимости, то франшизу стоит приобрести исходя из ценности бренда и наших представлений о справедливости распределения добавленной ценности.

Теперь вспомним об инвестициях, которые необходимы для преобразования текущего бизнеса потенциального франчайзи в брендированный бизнес. Целесообразность его уплаты производится по тому же принципу, но на основании другого денежного потока. Для этого должен использоваться свободный денежный поток фирмы, поскольку он учитывает капитальные затраты и прирост оборотного капитала по брендированному бизнесу, а также амортизацию закупленных активов и самой франшизы. Таким образом, паушальный платеж вместе с инвестициями рассматривается как обычный инвестиционный проект, к оценке привлекательности которого можно применить все известные критерии доходности.

Вышеприведенное сравнение производится тогда, когда не определена дисконтная ставка для приведения приростного денежного потока. Если дисконтная ставка известна (например, 17%), то наиболее корректным сравнение полученной IRR будет именно с ней. Если внутренняя норма превысит ставку дисконта (а в нашем примере превышение составляет 18,5%), то и с

позиций инвестиционного анализа франшизу стоит приобрести по указанной сумме паушального платежа и осуществить стартовые капитальные вложения.

Далее рассмотрим вышезаявленные ситуации с ценами на франшизы в виде роялти, когда их необходимо трансформировать в паушальный платеж, и наоборот. Самым простым действием является конверсия роялти в паушальный платеж. Для этого достаточно определить сумму дисконтированных отчислений. Рассчитанная величина и будет эквивалентным паушальным платежом.

Реально роялти может представлять собой уровень отчислений в процентах, тогда ставку нужно умножить на объект начисления (прибыль, чистый доход) или непосредственно платежи в рублях. Причем платежи могут быть как рентой, так и специально разработанной шкалой отчислений, построенной по прогрессивному или регрессивному принципу. Суть конверсии при этом не меняется.

В том случае, если возникает потребность в обратной конверсии из паушального платежа в роялти, возможны такие варианты:

1. Если нужна конверсия в бессрочную ренту, то достаточно паушальный платеж умножить на ставку дисконта и поделить на 12.

2. Если разовый платеж нужно превратить в срочную ренту, то рекомендуется использовать следующую формулу:

$$R_R = C_{pp} \cdot \frac{p((1+i)^{1/p} - 1)}{1 - (1+i)^{-n}} + p,$$

где R_R - роялти в виде рентного платежа за один отчетный период;

C_{pp} - паушальный платеж;

p - периодичность выплат роялти, раз в год;

i - дисконтная ставка;

n - продолжительность срочной ренты, годы.

Причем в приведенной формуле используется финансовый принцип рефинансирования роялти по сложным процентам. Если осуществляется примитивный расчет по простым процентам, то для нахождения разового платежа по роялти (например, раз в месяц) необходимо паушальный платеж поделить на произведение количества месяцев в году и срока ренты. Учитывая то, как нами определялась ценность бренда и как дисконтировались платежи по роялти для сопоставления с паушальным платежом, мы глубоко уверены в недопустимости определения рентного платежа по простым процентам.

3. Если нужна ставка роялти (например, по отношению к чистому доходу), то следует разделить паушальный платеж на сумму приведенных чистых доходов всего периода эксплуатации франшизы. Стоит заметить, что 20-летний прогноз чистого дохода маловероятен. Поэтому такой подход применяется для более коротких периодов использования франшизы.

4. Если необходимо произвести расчет конкретного графика платежей в рамках роялти, то поступают следующим образом:

- производят приблизительное распределение платежей по периодам;
- находят сумму дисконтированных платежей по известной дисконтной ставке;

- меняют платежи в определенных месяцах таким образом, чтобы добиться приблизительного равенства приведенной суммы платежей и паушального платежа.

На наш взгляд, последний подход, хотя и реализуется немного сложнее, но вместе с тем является и самым гибким для согласования схемы

отчислений между франчайзером и франчайзи. Кроме того, он используется для определения величины отчислений роялти и паушального платежа одновременно (смешанный платеж).

Здесь следует мысленно вернуться к оценке стоимости франшизы, которой выступала часть уступаемой добавленной ценности бренда по бизнесу франчайзи. Эта величина будет выступать эталоном для сравнения. Далее производятся действия пункта 4, но паушальный платеж рассматривается как недисконтируемый элемент потока роялти. В результате подбора параметров потока можно добиться равенства суммарного потока и стоимости франшизы.

Такой подход позволяет произвести практически любую конверсию платежей по оплате за использование бренда. Однако все они предполагают использование дисконтной ставки, с расчетом которой мы еще не определились.

Существует общепризнанный метод вычисления дисконтной ставки, разработанный продвинутой консалтинговой компанией Interbrand, основанный на экспертной оценке силы бренда. Суть экспертизы состоит в присвоении оценки бренду за степень проявления следующих характеристик:

- лидерство (25);
- мировое распространение (25);
- стабильность (15);
- рынок (10);
- тенденция (10);
- поддержка (10);
- правовая охрана (5).

В скобках указано максимальное количество баллов, которое может набрать бренд.

Набранные баллы в общей сумме откладываются по оси X, и из этой точки строится перпендикуляр к точке на S-образной кривой. Ордината этой точки является мультипликатором, максимальное значение которого составляет 20 при стопроцентной силе бренда. Дисконтная ставка определяется как 1/Мультипликатор.

Метод определения силы бренда и дисконтной ставки, соответственно, признан практически всеми рейтинговыми агентствами, специалистами по маркетингу во всем мире. Рядовому же потенциальному франчайзи от этого не легче. Проставить рейтинг по 100-балльной шкале на основе приведенных выше семи характеристик сможет только опытный эксперт в оценке брендов, обладающий широкой базой данных как по особенностям ведения бизнеса франчайзеров, так и по параметрам конкретных рынков. Это для большинства потенциальных покупателей франшизы недоступная роскошь. Поэтому приведенный метод не приживается у оценщиков, не имеющих достаточного опыта в оценке брендов.

Однако у бренда есть преимущества, оценка которых достаточно несложно формализуется. Поэтому силу бренда можно оценить, не прибегая к дорогостоящей экспертной оценке. Дисконтная ставка отражает сравнительный уровень риска ведения конкретного бизнеса. Потенциальный франчайзи, когда оценивает инвестиции в небрендированный бизнес, должен применять дисконтную ставку, минимальный уровень которой соответствует средневзвешенной стоимости капитала. Причем стоимости собственного и заемного капитала используются как рассчитанные для данного бизнеса. Если же франчайзи оценивает для себя ценность бренда и стоимость франшизы, то он должен использовать средневзвешенную сто-

имость капитала, где используется стоимость заемного капитала, который финансирует бизнес франчайзи, а стоимость собственного капитала применяется такая же, как у франчайзера. Иногда даже стоимость заемного капитала используется по уровню, свойственному бизнесу франчайзера.

В результате таким способом откорректированная дисконтная ставка, как правило, будет ниже, чем ставка по небрендируемому бизнесу. Если франчайзер достаточно продвинутое АО с ликвидными акциями, то стоимость его собственного капитала можно определить на основе следующего уравнения:

$$k_S = k_{RF} + \beta \cdot (k_m - k_{RF}),$$

где k_{RF} - безрисковая доходность;

β - бета-коэффициент фирмы-инвестора;

k_m - доходность рыночного портфеля.

Если фирма франчайзера не является акционерным обществом и информация по его стоимости заемного капитала доступна, то для определения чистой стоимости собственного капитала применяется формула, разработанная группой Chase Manhattan Bank в конце 1990-х гг.:

$$C = \frac{Y + (1 - T) \cdot \frac{\bar{B}}{\bar{S}} \cdot \bar{i}}{1 + (1 - T) \cdot \frac{\bar{B}}{\bar{S}}},$$

где $Y = \frac{NOPAT - (1 - T) \cdot \bar{B} \cdot \bar{i}}{\bar{S}}$;

\bar{B} - средняя рыночная ценность долга;

\bar{S} - средняя рыночная ценность собственного капитала;

\bar{i} - средневзвешенная цена долга;

$NOPAT$ - чистая операционная прибыль.

Почему необходимо брать стоимость собственного капитала франчайзера, а иногда и стоимость заемного капитала? Асват Дамодаран в своей фундаментальной книге "Инвестиционная оценка" утверждает, что успехи и проблемы франчайзера, отражающиеся на рыночном курсе его акций, автоматически переходят к франчайзи. Проблемы франчайзера приводят к увеличению рисков, которые могут отразиться как на росте бета-коэффициента, так и на увеличении ставки заемного финансирования в связи с ростом издержек банкротства. Все это рынок автоматически переносит на франчайзи. Следовательно, в роли дисконтной ставки должна выступать фактически стоимость капитала франчайзера.

Данная мысль подтверждается у этого же автора в другом месте. Когда оценивается слияние через покупку крупного пакета акций, то дисконтной ставкой должна выступать стоимость капитала целевой компании, поскольку риски финансирования ее деятельности отражаются на фирме-покупателе. Покупка франшизы в какой-то степени является формой слияния, поскольку дает возможность франчайзи работать под одной брендовой крышей с франчайзером. Для рынка происходит формальное уравнивание обоих субъектов по отношению к уровням кредитоспособности и несистематических рисков, что и обуславливает вышеприведенный подход к обоснованию дисконтной ставки.

Поступила в редакцию 03.08.2009 г.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ VISA В РОССИИ: НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

© 2009 М.В. Шеенкова

Самарский государственный экономический университет

В статье рассматривается современное состояние международной платежной системы Visa в России. Характеризуются новейшие технологии, такие как стандартизация, “универсальная коммерция” и др. Анализ состояния международной платежной системы Visa в России является актуальным в настоящее время, так как, несмотря на стабильный рост объемов электронных платежей, способствующих общему развитию российской экономики, сохраняется и ряд проблем в платежной индустрии.

Ключевые слова: платежная система, кредитные карты, “чиповые карты”, электронные платежи.

Международная платежная система Visa

Торговая марка Visa появилась около 30 лет назад. Тогда она насчитывала не более 40 млн. карт с оборотом в 12 млрд. долл. США. По прошествии чуть больше четверти века оборот по картам Visa превысил отметку 4,8 трлн. долл. США. Банки - члены Visa выпустили 1,59 млрд. карт Visa, которые принимаются по всему миру более чем в 170 странах¹.

Visa International - крупнейшая в мире платежная система; общее количество выпущенных карт превышает 1 млрд. Карты обслуживаются более чем 22 млн. торгово-сервисных предприятий. Членами и владельцами Visa является 21 тыс. финансовых институтов, эмитирующих ее карты.

Общий оборот по картам Visa в России вырос за 2008 г. на 85% - до 85 млрд. долл. Такие данные приводятся в сообщении Visa International. Российские банки - члены международной платежной системы Visa International увеличили выпуск карт Visa на 42% - до 32,4 млн. За год количество кредитных карт Visa в России увеличилось в 4,5 раза, превысив 2 млн. Общее количество операций составило более 558 млн., что на 55% больше аналогичного показателя на конец 2005 г.

На конец 2008 г. расплатиться картой Visa можно было в 145 821 торгово-сервисном предприятии, что на 38% больше аналогичного показателя на конец 2007 г.

На сегодняшний день мировой оборот по картам Visa составляет более 4 трлн. Карты Visa принимаются к оплате по всему миру.

Россия является ключевым рынком региона Visa СЕМЕА (Центральная и Восточная Европа, Ближний Восток и Африка). В 1994 г. в стране насчитывалось всего около 30 000 карт Visa. Стабильный и уверенный рост привел к тому, что к концу I квартала 2007 г. в обращении находится уже более 36 млн. карт Visa, что на 50% превышает показатели на конец I квартала 2006 г. Еще более успешными являются показатели оборотов по картам Visa, которые достигли 93 млрд. долл. США (рост 88% по сравнению с аналогичным периодом 2006 г.).

Постоянный рост оборотов показывает, что россияне стали активнее пользоваться картами Visa не только для снятия наличных денег, но и для оплаты услуг и товаров. Так, оборот по картам Visa в торгово-сервис-

ной сети в России на конец I квартала 2007 г. увеличился на 76% по сравнению с аналогичным периодом 2006 г. и составил более 6,7 млрд. долл. США. Количество транзакций по картам Visa в торгово-сервисной сети увеличилось на 75% и превысило 113 млн.²

В России карты Visa обслуживаются практически в 166 тыс. торговых точек и более чем в 36 тыс. банкоматов. Таким образом, Visa предоставляет российским и иностранным пользователям карт Visa самую широкую сеть приема пластиковых карт³.

Ассоциация российских банков - членов Visa

25 февраля 1997 г. Международной Сервисной Ассоциацией Visa International, коммерческими банками “Инкомбанк” и “Российский кредит” была учреждена Ассоциация российских банков - членов Visa. На данный момент соучредителями Ассоциации являются и другие российские банки, общее количество которых составляет 49.

Представим инициативы и программы Ассоциации⁴:

- инициатива прекращения приема карт Visa в пунктах выдачи наличных (ПВН) банков, не являющихся участниками системы Visa;
- ценовая политика в отношении банкоматных транзакций;
- создание “Форума Безопасности” - организации, главной целью которой станет борьба с мошенничеством по платежным картам;
- образовательные программы для банков;
- маркетинговая программа “Visa. Всегда и Везде”.

За последние годы платежная индустрия России добилась впечатляющих результатов. На российском рынке электронных платежей заложена основа для дальнейшего динамичного развития, что имеет большое значение для России.

Несмотря на стабильный рост объемов электронных платежей, который сопутствует общему развитию российской экономики, сохраняется и ряд проблем, таких как ограниченный опыт обращения к банковским услугам у значительной части населения, внушительный объем “серого” рынка и общая ориентация экономики на использование наличных денежных средств.

Решить проблемы платежной индустрии в России позволяет диалог между всеми заинтересованными сторонами. С этой целью международная платежная система Visa выступила организатором публичного обсуждения важнейших вопросов развития электронных платежей в России. В дискуссиях также принимали участие депутаты Государственной Думы, члены Правительства Российской Федерации, представители Центрального банка, участники ассоциаций потребителей и представители торгово-сервисных предприятий. Подобный открытый диалог позволяет участникам рынка принимать решения, которые ускоряют рост объемов электронных розничных платежей в России, обеспечивают значительную экономическую выгоду и благоприятно сказываются на социальном развитии в масштабах страны⁵.

В ноябре 2007 г. по инициативе Visa прошел форум “Экономические и социальные преимущества использования безналичных розничных платежей”. Участники мероприятия - представители бизнеса и власти - определили преимущества использования электронных платежей для экономики России и сформулировали их следующим образом:

1. Сокращение затрат. Обслуживание наличных стоит недешево, так как их необходимо печатать, охранять, перевозить, утилизировать и т.д. Перемещение наличных денег требует обеспечения безопасности и средств для транспортировки. Использование систем безналичных платежей, исключающих и сокращающих подобные накладные расходы, обходится дешевле аналогичных систем, основанных на наличности.

2. Привлечение средств населения в банки. Действующие системы электронных платежей способствуют привлечению наличных средств населения в банки.

3. Выход из тени. Теневой оборот наличных лишает правительства стран существенных доходов. Переход на электронные розничные платежи ведет к повышению прозрачности финансовых потоков и увеличению собираемости налогов, что положительно влияет на общество в целом.

4. Развитие и улучшение экономики страны. Как показывает практика, электронные системы платежей способствуют стимулированию потребительских расходов.

Одной из первостепенных задач участники форума признали совершенствование законодательной практики регулирования системы электронных платежей. Для реализации этой инициативы в апреле 2006 г. состоялось заседание специальной рабочей группы. Результатом дискуссий стала разработка практических предложений по изменению действующего законодательства по определенным вопросам и формулировок законопроектов для представления в Государственную Думу.

Visa также подготовила специальный документ “Перспективы развития системы электронных карточных платежей в России”. Основу этого документа составляет детальный анализ накопленного во всем мире передового опыта в области развития безналичных платежей и определение основных правил работы и взаимодействия банков, торговых предприятий и государства. В документе описаны выгоды и преимущества для всех основных участников рынка электронных платежей.

Visa намерена и в будущем способствовать всестороннему обсуждению актуальных вопросов российской индустрии электронных платежей.

В 2006 г. Visa International разработала проект по внедрению системы денежных переводов с карты на карту в России. В 2007 г. на 3-м этапе уже в 6 российских банковских учреждениях тестировалась данная новая услуга. Тарифная политика Visa, как считают многие участники рынка, по новому продукту достаточно конкурента, при активном участии в проекте банков может позволить платежной системе потеснить рынок традиционных денежных переводов⁶.

Новые технологии

Новые технологии в большей степени меняют построение платежной и банковской системы. В настоящий момент наиболее значительным достижением стала пластиковая карточка с микропроцессором. Карта с микропроцессором – это пластиковая карта с имплантированной интегральной схемой. Ее также еще называют “смарт-картой”, “интеллектуальной картой” или “чиповой картой”⁷. Смарт-карта может применяться как для оплаты товаров и услуг, так и для снятия наличных в банкоматах, в отличие от пластиковой карты с магнитной полосой. Также чиповая карта может использоваться для реализации неплатежных дополнительных схем,

например, системы скидок или премиальных баллов, индивидуальных корпоративных программ, различных банковских приложений, и т.д.

Технология с применением встроенного микропроцессора обеспечивает надежный механизм оплаты товаров, услуг через разнообразные каналы связи в виртуальной среде. Смарт-карта может использоваться и как идентификационное унифицированное средство доступа к счету через Интернет для совершения многочисленных банковских стандартных операций со счетом. Карты с микропроцессором не только облегчают совершение таких современных операций, но и обеспечивают возможность дальнейшего развития новых продуктов и услуг без необходимости перепускать карту.

Российский рынок является одним из наиболее динамичных в переходе на чиповые технологии. По данным на конец 2006 г., в России выпущено почти 2 млн. чиповых карт Visa, что на 35% выше показателей 2005 г. Чиповые карты сегодня составляют 6% от общего числа карт Visa, выпущенных в России.

Стандартизация

Распространение и прием карт Visa с магнитной полосой по всему свету стали возможными благодаря внедрению и соблюдению платежной индустрией единого глобального стандарта. В связи с этим Visa, а также Europay и MasterCard разработали индустриальный стандарт EMV (Europay, MasterCard, Visa) для смарт-карт с кредитно-дебетовыми условиями. Использование EMV означает, что в торгово-сервисной сети и банкоматах во всем мире будут приниматься смарт-карты, а также впоследствии чиповые карты получают такое же широкое применение, как и карточки с магнитной полосой.

Visa Smart Debit/Credit - это основное приложение Visa для чиповых карт. Поскольку данное приложение соответствует стандарту EMV, карты с Visa Smart Debit/Credit могут быть использованы в любой стране, в которой есть инфраструктура EMV.

Одно из основных преимуществ использования VSDC заключается в новых расширенных возможностях, открываемых дополнительными приложениями. Это различные бонусные схемы (loyalty), идентификационные приложения (ID), страховки, накопительные схемы и многое другое.

Visa Horizon и Visa Cash

Чиповая технология предлагает новые платежные инструменты. Недавно в регионе СЕМЕА появились два новых продукта - чиповая карта и электронный кошелек.

Visa Horizon - это дебетовая карта, которая хранит средства на самом чипе, предварительно авторизовывая их со счета в банке. При ее использовании нет необходимости устанавливать связь в режиме реального времени с банком-эмитентом для получения авторизации. Вся информация о доступном балансе находится на самой карте в памяти встроенного чипа и доступна для чтения терминалом в торговой точке. Держатель карты при необходимости может пополнить баланс на карточке со своего счета в банке либо через банкомат, либо через один из терминалов в торговой сети или отделениях банка. Visa Horizon идеально подходит в тех случаях, когда существуют проблемы со связью или таковая вообще отсутствует. Поскольку для данного продукта отсутствует риск неплатежеспособности

или перерасхода средств за счет предварительной авторизации, Visa Horizon идеально подходит для выдачи клиентам, у которых отсутствуют банковская и кредитная истории. В отличие от карты с электронным кошельком, в котором баланс на карте prepaid и в случае потери карты клиент теряет непотраченные средства с карты, Visa Horizon позволяет восстановить оставшиеся к моменту потери карты средства на счете клиента в банке.

Первая карта Visa Horizon была выпущена в Гане в 2000 г., и сегодня многие банки региона СЕМЕА планируют начать ее выпуск.

Карта Visa Cash, или, как еще ее принято называть, “электронный кошелек”, является prepaid картой и совмещает в себе удобства платежных карт с защищенностью и функциональностью встроенного чипа. Карта Visa Cash позволяет легко и быстро оплачивать мелкие расходы, поэтому в основном может использоваться для покупки недорогих предметов, таких как газеты, билеты в кино, для оплаты непродолжительных телефонных переговоров и т.д.

Карта Visa Cash может быть либо пополняемой, либо одноразовой. Решение об этом принимается банком-эмитентом, выдающим карту, и согласовывается с клиентом.

Visa U-Commerce

Сегодня, когда мир стал более мобильный, появилась необходимость иметь возможность совершать платежи в любом месте, в любое время и используя различные механизмы. Решением может стать слияние электронной, мобильной и традиционной форм коммерции, или так называемая “универсальная коммерция”. Сегодня универсальная коммерция уже становится реальностью и Visa принадлежит первенство в разработке и продвижении этой концепции.

Под универсальной коммерцией подразумеваются:

- транзакции, традиционно совершаемые в торговых и сервисных предприятиях;

- платежи по телефону, по почте или по факсу;

- совершение покупок в Интернете с помощью персонального компьютера, мобильного телефона, ручного радиоприемника или приставки, так называемые электронная и мобильная коммерция (e-commerce, m-commerce);

- платежи с использованием мобильного телефона или переносного компьютера, которые отправляют информацию по оплате с помощью сигналов на терминал, а также принимают ответный сигнал. Visa уже провела ряд успешных тестовых транзакций с использованием этого способа коммуникаций;

- платежи в терминалах самообслуживания, таких как колонки бензозаправок, торговые автоматы и банкоматы.

Ближайшие перспективы Visa

Международная платежная система решила реорганизовать свою структуру, цель реорганизации - создание новой мировой корпорации под названием Visa Inc. Visa также планирует в дальнейшем провести публичное размещение акций (IPO). Следуя плану реорганизации, благодаря слиянию компаний Visa Canada, Visa USA и Visa International, будет образована компания Visa Inc. На данный момент Visa International включает ре-

гиональные подразделения Азии и Тихоокеанского бассейна, Карибского бассейна и Латинской Америки, а также Восточной и Центральной Европы, Африки и Ближнего Востока⁸. Цель реорганизации - создание новой акционерной корпорации. Ее собственниками станут члены платежной системы Visa. После завершения слияний корпорация намерена организовать торги на фондовой бирже своими акциями. Планируется также, что большая часть акций реструктуризированной компании отправится в открытую продажу. Visa обеспечивает взаимодействие не только между держателями карт, предприятиями торговли и услуг, а также между финансовыми учреждениями посредством крупнейшей в мире сети электронных платежей. В настоящее время мировой оборот по картам составляет чуть больше 4 трлн. долл. Сеть обслуживания карт Visa является одной из самых обширных в мире, насчитывает более 24 млн. точек обслуживания, включая 1 млн. банкоматов.

¹ Электронная платежная система "Visa International". Офиц. сайт в России. Режим доступа: <http://www.visa.com.ru>.

² Семья VISA выросла до 2 миллионов // *Финам*. 2007. □ 4.

³ *Сальников Д.* Международные платежные системы // *Мир карточек - международные платежные системы*. 2008. □ 12.

⁴ Электронная платежная система "Visa International".

⁵ *Скогорева А.* Платежные системы - спор за место под солнцем // *Банковское обозрение*. 2008. □ 5.

⁶ Visa International // *Бухгалтерия и банки*. 2007. □ 3.

⁷ *Шастель В.* Будущее за карточками с микропроцессором // *Банк. вестн.* 2008. □ 11.

⁸ Электронная платежная система "Visa International".

Поступила в редакцию 05.08.2009 г.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ЗА РУБЕЖОМ

© 2009 А.Б. Сапронова

кандидат экономических наук

Орловский государственный аграрный университет

В условиях мирового финансового кризиса предприятия все чаще стали встречаться с такой проблемой, как выбор надежных партнеров по бизнесу. Решение данной проблемы должно быть тщательно продуманным и проверенным, поскольку от этого зависит эффективность будущего сотрудничества и, соответственно, будущее самой фирмы, в связи с чем возникает необходимость получения полной и исчерпывающей информации о финансовом состоянии предполагаемого поставщика или заказчика. На сегодняшний день анализ финансового состояния стал неотъемлемой частью современного бизнеса - проанализировав экономическое состояние, можно сделать вывод об успешности деятельности предприятия.

Ключевые слова: финансовое состояние, банкротство, управление, кредитоспособность, методики анализа финансового состояния.

В промышленно развитых странах банковский надзор и методология анализа развивались в зависимости от финансовых кризисов, изменений в экономике и политических событий. Особенности оценки финансового состояния организаций определяются законодательством, культурой, традициями стран, а также другими факторами. Однако можно сказать, что методика проведения зарубежного анализа во многом схожа с принципами оценки финансового состояния в отечественной практике. Различия наблюдаются в информационном обеспечении лиц, проводящих анализ. Еще одной особенностью является то, что зарубежные методики зачастую не ограничиваются одними лишь экономическими показателями. В них включено изучение и так называемого человеческого фактора (возможность возникновения конфликта в топ-менеджменте, репутация фирмы и др.). Специфика заключается также в том, что оценка финансового состояния проводится в комплексной деятельности по оценке кредитоспособности потенциального заемщика, ведь главным звеном в экономике развитых стран является банковская система и, соответственно, кредитная деятельность. Именно поэтому оценка финансового состояния в развитых странах проводится банками и в основном сводится к расчету вероятности банкротства, однако практически каждое заинтересованное лицо может получить информацию о деятельности любой фирмы.

Наиболее ярким примером методики оценки финансового состояния, применяемой к коммерческим банкам, является американская рейтинговая система оценки деятельности "CAMEL". Она включает в себя все важнейшие компоненты устойчивости банка, оцениваемые банковскими аудиторскими, основу для анализа составляют результаты надзорной проверки на месте. Хотя рейтинговая система "CAMEL" представляет собой стандартизированный метод оценки деятельности коммерческих банков в США, российские консалтинговые службы активно применяют эту систему (в адаптированном варианте) к комплексной оценке финансового состояния коммерческих организаций. Методика проведения анализа финансового состояния коммерческих банков, предлагаемая американски-

ми аналитиками, предназначена для обеспечения управления финансовым состоянием и оценки финансовой устойчивости в условиях рыночной экономики.

Особенность данной системы состоит в том, что она включает как числовые элементы, так и нечисловые параметры, характеризующие деятельность банка не только с финансовой стороны, но и со стороны менеджмента. Она относится к типу рейтинговых систем, использующих метод “информированного наблюдателя”, в соответствии с которым деятельность банка определяется по следующим критериям, используемым при анализе:

- капитал (Capital) - показатели достаточности капитала, определяющие размер собственного капитала банка, необходимый для гарантии вкладчиков, и соответствие реального размера капитала требуемому;

- активы (Assets) - показатели качества активов, определяющие степень “возвратности” активов и внебалансовых статей, а также финансовое воздействие проблемных займов;

- управление (Management) - показатели оценки качества управления (менеджмента) работы банка, проводимой политики, соблюдения законов и инструкций;

- доходность (Earning) - показатели доходности или прибыльности с позиций ее достаточности для будущего роста банка;

- ликвидность (Liquidity) - показатели ликвидности, определяющие, достаточно ли ликвиден банк, чтобы выполнять обычные и совершенно неожиданные обязательства¹.

В адаптированной системе при описании расчетов всех коэффициентов, используемых в системе “CAMEL”, применяются термины финансовых показателей, которые рассчитываются отечественными банками или которые могут быть легко рассчитаны по действующему Плану счетов.

К недостаткам данного метода можно отнести то, что адекватность коэффициентного анализа целям пользователей вызывает некоторые сомнения. В частности, результативность коэффициентного анализа ограничивает ряд факторов: 1) множественность предлагаемых наборов коэффициентов; 2) сложность обоснованного нормирования показателей; 3) отсутствие четких механизмов интерпретации значений показателей и получения итоговых выводов и рекомендаций.

Вместе с тем расчет финансовых коэффициентов является приемом, успешность применения которого во многом определяется не столько владением техникой расчетов, сколько способностью понимать используемую информацию и умением аналитически интерпретировать полученные результаты расчетов. В противном случае использование данного инструмента носит скорее арифметический, нежели экономический характер.

Такие недостатки коэффициентного анализа в современном виде не представляются критическими. Существует объективная необходимость развивать данный аналитический инструмент.

Одной из первых и простейших моделей прогнозирования вероятности банкротства, применяемых в США, считается двухфакторная модель Э. Альтмана - Z-коэффициент Альтмана, или “Z score model” (США)².

Индекс Z построен с помощью аппарата мультипликативного дискриминантного анализа (Multiple-discriminant analysis - MDA) и позволяет в первом приближении разделить хозяйствующие субъекты на потенци-

альных банкротов и финансово устойчивые компании. Данная модель основывается на двух ключевых показателях - коэффициенте текущей ликвидности и коэффициенте финансовой зависимости (доля заемных средств), от которых, по мнению Э. Альтмана и достаточно большого числа специалистов, зависит вероятность банкротства предприятия. Эти показатели умножаются на весовые значения коэффициентов, найденные эмпирическим путем и характеризующие значимость каждого из данных факторов, а затем результаты складываются с некой постоянной величиной, полученной тем же (опытно-статистическим) способом:

$$Z = -0,3877 - 1,0736K_{ml} + 0,0579K_{фз}, \quad (1)$$

где Z - показатель вероятности банкротства;

K_{ml} - коэффициент текущей ликвидности, рассчитываемый как отношение оборотных активов к краткосрочным пассивам;

$K_{фз}$ - коэффициент финансовой зависимости, равный частному от деления суммы всех средств, находящихся в распоряжении предприятия и собственного капитала компании.

Если $Z = 0$, вероятность банкротства равна 50%, если $Z < 0$, вероятность банкротства меньше 50% и далее снижается по мере уменьшения Z , а если $Z > 0$, вероятность банкротства больше 50% и возрастает с ростом Z .

Ошибка прогноза вероятного банкротства с помощью двухфакторной модели оценивается интервалом $\pm 0,65$. Впоследствии Альтман усложнил свою Z -модель: привязал ее к уровню рентабельности проданной продукции и довел количество относительных показателей до пяти. Таким образом, индекс Альтмана стал представлять собой функцию от некоторых показателей, характеризующих экономический потенциал предприятия и результаты его работы за истекший период. В общем виде индекс кредитоспособности (Z) представляет собой:

$$Z = 1,2 K_{дос} + 1,4 K_{ран} + 3,3 K_{раб} + 0,6 K_{фсн} + K_{ок}, \quad (2)$$

где $K_{дос}$ - доля оборотных средств в активах, вычисляемая как отношение оборотного капитала к сумме активов компании;

$K_{ран}$ - коэффициент рентабельности активов "нетто" - отношение суммы чистой прибыли (нераспределенной прибыли) или непокрытого убытка, взятого с отрицательным знаком, к общей сумме активов;

$K_{раб}$ - коэффициент рентабельности активов "брутто" - отношение прибыли до налогообложения к общей сумме активов;

$K_{фсн}$ - коэффициент финансовой самостоятельности "нетто", представляющий собой отношение рыночной стоимости собственного капитала предприятия (суммарной рыночной стоимости акций предприятия) к балансовой стоимости заемных средств;

$K_{ок}$ - коэффициент оборачиваемости всего капитала (фондоотдача), вычисляемый как отношение выручки к общей сумме активов.

Предприятия, для которых $Z > 2,99$, попадают в число финансово устойчивых, предприятия, для которых $Z < 1,81$, являются, безусловно, несостоятельными, а интервал $Z [1,81-2,99]$ составляет зону неопределенности.

В 1983 г. Альтман предложил модифицированный вариант своей формулы для компаний, акции которых не котировались на бирже:

$$Z = 8,38 K_{дос} + K_{ран} + 0,054 K_{раб} + 0,63 K_{фсн}. \quad (3)$$

При этом коэффициент финансовой самостоятельности "нетто" вычислялся как отношение балансовой стоимости собственного капитала предприятия к балансовой стоимости заемных средств.

Несмотря на то, что Z -модель Альтмана относится к числу наиболее распространенных и рекомендуемых к использованию, она имеет ряд се-

рьезных недостатков. При построении своего пятифакторного индекса Альтман обследовал 66 предприятий, половина которых обанкротилась в период между 1946 и 1965 гг., а половина работала успешно, и исследовал 22 аналитических коэффициента, которые могли быть полезны для прогнозирования возможного банкротства. Из этих показателей он отобрал пять наиболее значимых и построил многофакторное регрессионное уравнение. Таким образом, нельзя вести речь вообще о какой-либо репрезентативности его выборки.

В качестве еще одной количественной методики оценки финансового состояния корпорации рассмотрим многофакторную прогнозную модель Таффлера, предложенную в 1977 г. британским ученым. Рассматриваемый метод заключается в следующем: 1-й этап - при использовании компьютерной техники на первой стадии вычисляются 80 отношений по данным обанкротившихся и платежеспособных компаний; 2-й этап - используя статистический метод, известный как анализ многомерного дискриминанта, строят модель платежеспособности, определяя частные соотношения, которые наилучшим образом выделяют две группы компаний и их коэффициенты. Такой выборочный подсчет соотношений является типичным для определения некоторых ключевых измерений деятельности корпорации, таких как прибыльность, соответствие оборотного капитала, финансовый риск и ликвидность; 3-й этап - объединяя рассчитанные ранее показатели и сводя их соответствующим образом воедино, модель платежеспособности производит точную картину финансового состояния корпорации³.

Типичная модель для анализа компаний, акции которых котируются на биржах, принимает форму

$$Z = C_0 + C_1X_1 + C_2X_2 + C_3X_3 + C_4X_4 + \dots \quad (4)$$

где X_1 - показатель, измеряющий прибыльность, равный частному от деления прибыли корпорации до налогообложения на размер текущих обязательств этой компании;

X_2 - показатель, измеряющий состояние оборотного капитала, вычисляемый как отношение текущих активов к общей сумме обязательств корпорации;

X_3 - показатель, измеряющий финансовый риск, определяемый как отношение текущих обязательств компании к общей сумме ее активов;

X_4 - показатель, измеряющий ликвидность - отсутствие интервала кредитования;

$C_0, C_1, C_2, C_3, C_4 \dots$ - признак, вес соответствующего показателя, указывает на пропорции построенной модели.

В частности, Таффлер предложил четырехфакторную прогнозную модель со следующими признаками - весами:

$$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4. \quad (5)$$

Основным ограничением использования метода Таффлера является трудоемкость процесса расчета и потребность в полной инсайдерской информации о финансово-хозяйственной деятельности значительного числа корпораций. Учитывая существование коммерческой тайны и ограничения на представление информации акционерам (участникам) в зависимости от размера их пакета акций, следует отметить, что данный метод, с нашей точки зрения, малоприменим в современных российских условиях.

Сильной стороной такого подхода является его способность сочетать ключевые характеристики отчета о прибылях и убытках и баланса в единое представительное соотношение. Так, компания, получающая большие прибыли, но слабая с точки зрения баланса, может быть сопоставлена с менее прибыльной, баланс которой уравновешен.

Еще одной методикой оценки финансового состояния фирмы, применяемой в практике банков США, является “Правило 6С”, в которой критерии отбора клиентов обозначены словами, начинающимися на букву “С”⁴:

1) Character - Характер заемщика. Кредитный инспектор должен быть убежден в том, что клиент может достаточно точно указать цель получения кредита и имеет серьезные намерения погасить его. Кредитному инспектору надлежит установить: ответственно ли клиент относится к заемным средствам, дает ли правдивые ответы на вопросы банка и приложит ли все усилия для выплаты задолженности по кредиту. Если у кредитного инспектора после изучения документов, предоставленных заемщиком, и бесед с ним возникли сомнения относительно надежности клиента, то клиенту следует отказать в кредитовании. В противном случае банк, наверняка, будет иметь дело с проблемным кредитом;

2) Capacity - Способность заимствовать средства. Кредитный инспектор должен быть уверен в том, что клиент, испрашивающий кредит, имеет юридическое право подавать кредитную заявку и подписывать кредитный договор. Например, в большинстве штатов США и регионов России несовершеннолетние (лица, не достигшие 18 лет или 21 года) не имеют права отвечать по кредитному договору. Кредитный инспектор должен быть уверен в том, что руководитель или представитель компании, обращающийся за кредитом, имеет соответствующие полномочия, предоставленные ему учредителями или советом директоров, на проведение переговоров и подписание кредитного договора от имени компании;

3) Cash - Денежные средства. Ключевой момент любой кредитной заявки состоит в определении возможностей заемщика погасить кредит. В целом заемщик имеет только три источника погашения полученных им кредитов: а) потоки наличности; б) продажа или ликвидация активов; в) привлечение финансов;

4) Collateral - Обеспечение. При оценке обеспечения по кредитной заявке кредитный инспектор должен получить ответ на вопрос: располагает ли заемщик достаточным капиталом или качественными активами для предоставления необходимого обеспечения по кредиту? Кредитный инспектор обращает особое внимание на такие характеристики, как: срок службы, состояние и структура активов заемщика. Если активы заемщика - это устаревшее оборудование и технология, то их ценность в качестве кредитного обеспечения невелика, поскольку подобные активы будет трудно превратить в наличные средства в случае недостаточности доходов заемщика для погашения задолженности по кредиту;

5) Conditions - Условия. Кредитный инспектор должен знать, как идут дела у заемщика или положение, складывающееся в соответствующей отрасли, а также то, как изменение экономических и других условий может повлиять на процесс погашения кредита. По документам кредит может показаться надежным с точки зрения обеспечения, но степень его надежности может понизиться в результате сокращения объема продаж или дохода в условиях экономического спада или роста процентных ставок, вызванного инфляцией. Для оценки состояния отрасли и экономических условий большинство банков создают информационные центры с базой данных, собирают различные информационные материалы и итоговые документы о научных исследованиях по отраслям, в которых действуют их основные заемщики;

б) Control - Контроль. Контроль сводится к получению ответов на такие вопросы, как: насколько изменение законодательства, правовой, экономической и политической обстановки может негативно повлиять на деятельность заемщика и его кредитоспособность?

Легко заметить, что и “6С” не лишены недостатков. Названные показатели, за некоторым исключением, не могут быть выражены непосредственно в цифровых величинах. Значит, и тут возникают проблемы надежности аргументации в пользу того или иного вывода. Многие показатели рассчитываются исходя из данных об остатках, а не оборотах.

В Англии ключевым словом, в котором сосредоточены требования при выдаче ссуд заемщикам, является термин “PARTS”, включающий в себя: Purpose - цель; Amount - сумма; Repayment - возврат долга и процентов; Term - срок; Security - обеспечение, залог.

Финансовое положение предприятия-заемщика определяют по уровню рентабельности и доле обеспеченности собственными средствами. Выделяют три основные группы предприятий с различной степенью риска: 1) безукоризненное финансовое состояние, т.е. солидную базу собственных средств и высокую норму рентабельности; 2) удовлетворительное финансовое состояние; 3) неудовлетворительное финансовое состояние, т.е. низкую долю собственных средств и низкий уровень рентабельности

Все это позволяет выделить предприятия, работающие с более высокой, чем межотраслевая, рентабельностью, на межотраслевом уровне и с показателями на уровне ниже отраслевых. Практика выдачи кредита банком такова, что его получают свободно предприятия имеющие либо безукоризненное финансовое положение независимо от качества обеспечения кредита, либо с безукоризненным обеспечением, независимо от финансового положения предприятия.

Французская методика включает три блока: общая финансово-экономическая оценка предприятия; прикладная оценка кредитоспособности, специфическая для каждого банка; обращение в картотеку Банка Франции.

Первый блок имеет дело с характером деятельности предприятия, длительностью его функционирования, а также с факторами производства. Второй блок имеет результатом формализованную оценку заемщика, базирующуюся на его отчетных балансах и отчетах о прибылях и убытках. Следует отметить, что во Франции методики оценки кредитоспособности заемщика дифференцированы по отраслевым принадлежностям и формам собственности, они различны для фирм и частных лиц.

Также примерами зарубежных методик, позволяющих наиболее полноценно изучить кандидата в заемщики, являются специальные методы PARSER и CAMPARI (США).

Метод PARSER заключается в оценке следующих параметров: информация о репутации заемщика - Person; обоснование суммы кредита - Amount; возможность погашения - Repayment; оценка обеспечения - Security; целесообразность кредита - Expediency; вознаграждение банка - Remuneration.

Метод CAMPARI базируется на таких изучаемых критериях, как: репутация заемщика - Character; оценка его бизнеса - Ability; анализ необходимости ссуды - Means; цель кредита - Purpose; обоснование кредита - Amount; возможность погашения - Repayment; способ страхования риска - Insurance.

В основе любого анализа кредитоспособности лежит сбор необходимой информации, наиболее полно характеризующей клиента.

Таким образом, кратко рассмотрев некоторые из существующих методов оценки, отметим, что причиной недостатков любого из них является их узкая целенаправленность. Если невозможно учесть все факторы, влияющие на оценку кредитоспособности, то, как правило, их группируют и рассматривают при анализе отдельно либо прибегают к средним значениям и т.п.

Относительно применения западных методик в отечественной практике можно сказать, что возникает ряд трудностей.

Во-первых, компании, испытывающие финансовые трудности, всячески задерживают публикацию своих отчетов, и, таким образом, конкретные данные могут годами оставаться недоступными. Так, согласно ст. 126 федерального закона от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ “О несостоятельности (банкротстве)”, только с даты принятия арбитражным судом решения о признании должника банкротом и об открытии конкурсного производства сведения о финансовом состоянии должника прекращают относиться к сведениям, признанным конфиденциальными или составляющим коммерческую тайну.

Во-вторых, даже если данные и сообщаются, они могут оказаться “творчески обработанными”. Для компаний в подобных обстоятельствах характерно стремление обелить свою деятельность, иногда доходящее до фальсификации. Требуется особое умение, присущее даже не всем опытным исследователям, чтобы выделить массивы подправленных данных и оценить степень завуалированности.

В-третьих, некоторые соотношения, выведенные по данным деятельности компании, могут свидетельствовать о неплатежеспособности в то время, как другие - давать основания для заключения о стабильности или даже о некотором улучшении. В таких условиях трудно судить о реальном состоянии дел. Однако такие недостатки анализа в современном виде не представляются критическими. Существует объективная необходимость развивать данный аналитический инструмент.

¹ Джонсон М.Д., Херрманн А. Ориентация на клиента - ключевой фактор успеха предприятия // Проблемы теории и практики управления. 2005. № 2.

² Вебер М. Коммерческие расчеты от А до Я: формулы. М., 2005.

³ Джонсон М.Д., Херрманн А. Указ. соч.

⁴ Стоянова Е.М. Финансовый менеджмент. Российская практика. М., 2005.

Поступила в редакцию 08.08.2009 г.

АУТСОРСИНГ НА РЫНКЕ КОЛЛЕКТИВНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

© 2009 С.В. Уливанова

Самарский государственный экономический университет

Аутсорсинг - важнейшая тенденция современного развития во всех сферах экономики. В статье обосновано, что на рынке коллективного инвестирования на сегодняшний день аутсорсинг является перспективным и востребованным направлением, которое позволяет сократить затраты на создание и функционирование учетных подразделений управляющих компаний, снизить операционные риски и риски, связанные с человеческим фактором, сосредоточиться на выполнении своих основных функций и, соответственно, повысить эффективность управления.

Ключевые слова: аутсорсинг, коллективное инвестирование, паевой инвестиционный фонд, специализированный депозитарий, электронный документооборот.

Аутсорсинг в настоящее время не просто одно из экономических явлений. Аутсорсинг стал важнейшей тенденцией современного развития во всех сферах экономики, во многом определяющей развитие экономики в целом и сдвиги в разделении труда в наиболее развитых странах.

Аутсорсинг (от англ. “outsourcing”: out - внешний, source - источник, заимствование ресурсов извне) - это способ оптимизации деятельности предприятия за счет выполнения сторонней организацией определенных задач, бизнес-функций или бизнес-процессов, обычно не являющихся частью основной деятельности компании, но, тем не менее, необходимых для полноценного функционирования бизнеса.

Сущность аутсорсинга заключается в распределении функций бизнес-системы в соответствии с принципом “оставляю себе только то, что могу делать лучше других, передаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других”.

В России аутсорсинг пока еще не получил такого мощного развития, как в остальном мире. Вместе с тем тенденция увеличения спроса на аутсорсинг в России схожа с мировой. Постепенно приходит понимание, что аутсорсинг является эффективным способом снизить издержки, получить доступ к новейшим технологиям и сконцентрироваться на ведении своей основной деятельности, и начинает создаваться среда для его успешного внедрения.

Коллективное инвестирование является динамично развивающейся отраслью. Паевые инвестиционные фонды все активнее входят в нашу жизнь. В настоящее время количество паевых инвестиционных фондов составляет 1026 фондов. Соответственно, объем операций, выполняемых организациями, обеспечивающими процесс деятельности паевого инвестиционного фонда, постоянно возрастает. В этих условиях при усилении конкуренции на рынке коллективных инвестиций повышается интерес управляющих компаний к вопросам оптимизации информационных потоков, в том числе связанных с выполнением учетных функций.

В инвестиционной индустрии под аутсорсингом понимают, как правило, делегирование управляющими фондами своих неосновных операционных функций.

Существуют следующие основные ресурсы аутсорсинга:

- профессиональный (у аутсорсера более профессиональные и опытные специалисты);
- технологический (аутсорсер располагает необходимыми технологиями, в том числе программным обеспечением);
- финансово-административный (аутсорсер может управлять некоторыми проектами и транзакциями так, чтобы ускорить их выполнение и снизить стоимость);
- географический (в некоторых регионах работа может стоить дешевле).

Что касается передачи управляющими компаниями отдельных функций на аутсорсинг, то здесь могут быть использованы все ресурсы, кроме, пожалуй, географического.

В последние годы в Европе наблюдается тенденция делегирования управляющими фондами всех функций, исключая основную - управление инвестициями. То есть все операционные функции, администрирование фондов, учет, составление и направление отчетности регулирующим, контролирующим органам и так далее передаются внешним провайдерам услуг.

В области коллективных инвестиций на западных рынках чаще всего такими провайдерами становятся крупные кастодианы, в Европе - депозитарии, предприятия для коллективного инвестирования в обращающиеся ценные бумаги. Кастодианы и депозитарии способны осуществлять данные функции более качественно и с более низкой себестоимостью, поскольку обработка транзакций, операций, формирование разнообразных отчетов, администрирование ценных бумаг и фондов - их базовый бизнес, в котором они являются профессионалами. К тому же у них существует вся необходимая технологическая и методологическая инфраструктура, в которую вложены значительные средства.

Тенденция концентрации всех операционных функций у крупных кастодианов и депозитариев фондов, безусловно, является позитивной, поскольку это позволяет снизить общую себестоимость инвестиционных услуг.

В настоящее время кастодианы и депозитарии претендуют в инвестиционной цепочке создания стоимости на выполнение почти всех функций, кроме инвестиционного менеджмента.

В российской практике для паевых инвестиционных фондов федеральным законом "Об инвестиционных фондах" и постановлением Финансовой службы по финансовым рынкам "О регулировании деятельности специализированных депозитариев акционерных инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов" предусмотрена возможность ведения специализированным депозитарием бухгалтерского учета фондов.

Широко такая практика пока не распространена, но тенденция движения в направлении повышения эффективности и оптимизации работы управляющей компании посредством аутсорсинга бухгалтерского учета фондов уже наметилась. Особую актуальность приобретают проблемы снижения издержек. В первую очередь это вопросы управляющих компаний, но именно в их решении может принять активное участие специализированный депозитарий.

Оптимизация - процесс нахождения максимума или минимума определенной функции либо выбора наилучшего (оптимального) варианта из

множества возможных. С точки зрения управляющей компании, число альтернативных вариантов не так уж велико - выбор нужно сделать как минимум из трех:

- ведение бухгалтерского учета фондов и осуществление хранения первичных документов собственными силами;
- самостоятельное хранение и учет первичных документов, передача на аутсорсинг ведения бухгалтерского учета фондов;
- передача на аутсорсинг хранения (а также в отдельных случаях и получения) первичных документов и ведения бухгалтерского учета фондов.

Бухгалтерский учет фонда включает в себя:

- бухгалтерский учет операций, связанных с инвестированием денежных средств, переданных в доверительное управление управляющей компании, в ценные бумаги и (или) иные объекты инвестирования согласно инвестиционной декларации фонда;
- бухгалтерский учет операций, связанных с зачислением на банковский счет (счета) фонда дивидендов, процентов, иных платежей по ценным бумагам;
- бухгалтерский учет выдачи и погашения инвестиционных паев фонда;
- бухгалтерский учет иных операций в соответствии с Правилами доверительного управления фондом и инвестиционной декларацией фонда;
- подготовку данных для составления отчетности фонда, предусмотренной нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг.

Для управляющих компаний, которые специализируются только на закрытых паевых инвестиционных фондах недвижимости, ввиду отсутствия операций с ценными бумагами или их незначительного объема и, соответственно, отсутствия необходимости содержать полноценный бэк-офис, целесообразно рассмотреть также вопрос о передаче на аутсорсинг внутреннего учета (отчетности) управляющей компании.

Тремя основными достоинствами аутсорсинга бухгалтерского учета фондов являются снижение риска, связанного с человеческим фактором, сроки начала полноценного функционирования бизнес-процессов и финансовая выгода.

Не секрет, что специалистов со знанием бухгалтерского учета и основ фондового рынка очень немного, на поиски квалифицированного сотрудника уходит не меньше полугода, затем не менее 6 месяцев на выбор и вхождение в курс дела. В итоге запуск проекта, связанного с созданием паевого инвестиционного фонда, может быть отложен почти на год. А специализированный депозитарий уже владеет технологией исполнения задачи и может приступить к работе непосредственно после завершения договорного процесса. При наличии типовых договорных решений этот процесс занимает от 1 недели до 1 месяца. Так как специализированный депозитарий обслуживает не одну, а несколько управляющих компаний, то и специалистов в штате значительно больше, чем в одной управляющей компании. Соответственно, с точки зрения человеческого фактора, обеспечиваются такие немаловажные требования, как взаимозаменяемость и обмен опытом. Кроме того, управляющая компания получает масштабируемость - при регистрации новых фондов не нужно искать новые кадры, это становится задачей аутсорсера (специализированного депозитария).

Дополнительным преимуществом ведения бухгалтерского учета специализированным депозитарием являются незначительное увеличение

документооборота и отсутствие фактора повышения риска утечки конфиденциальной информации, так как копии первичных документов специализированный депозитарий получает в рамках исполнения контрольных функций. Соответствующие разделы о конфиденциальности включены и в основной договор, и в договор на ведение бухгалтерского учета фонда.

Конечно, наряду с очевидными достоинствами аутсорсинга бухгалтерского учета на рынке коллективных инвестиций, есть и недостатки данной схемы оптимизации бизнес-процессов. Но можно с уверенностью сказать, что при существующем уровне контроля со стороны Федеральной службы по финансовым рынкам, а также при наличии законодательных требований к процедурам внутреннего контроля уровень риска у профессионального участника рынка ценных бумаг ниже, чем у аутсорсеров из других отраслей. Кроме того, специализированные депозитарии страхуют свою деятельность, связанную с депозитарной деятельностью и функциями, выполняемыми специализированным депозитарием.

Одним из недостатков аутсорсинга является отказ от модели повседневного управления. Постановка задачи реализуется посредством заключения договора и разработки (или утверждения) учетной политики. Затем осуществляется периодический контроль за счет предоставления отчетности и проведения аудита (как минимум ежегодного, требуемого законодательством). В свою очередь, в договоре определяются объем передаваемых на аутсорсинг функций, порядок информационного обмена между участниками процедуры согласования распоряжения денежными средствами, объем и порядок отчетности, распределение ответственности между сторонами.

Как при передаче функции хранения первичных документов специализированному депозитарию, так и без нее при информационном обмене в целях ведения бухгалтерского учета фонда для повышения оперативности обработки информации возможно использование электронного документооборота с использованием не только формализованных (с применением согласованных форматов), но и неформализованных документов. В случае организации электронного документооборота между сторонами заключается соглашение, устанавливающее организационные мероприятия, а также оформляются документы, необходимые для осуществления электронного документооборота. Условия, порядок организации и обеспечения электронного документооборота между регистратором и клиентом, а также форматы электронных документов определяются Регламентом электронного документооборота. Перечень используемых в процессе электронного документооборота электронных документов, а также временные параметры обмена документами указываются в утверждаемом отдельным соглашением Положении о документообороте между регистратором и клиентом.

Среди основных преимуществ электронного документооборота можно выделить следующие:

- 1) оперативное получение входящих и выдача исходящих документов. Оперативный контроль за движением документов, регламентация доступа и способов работы пользователей с различными видами документов;
- 2) поддержка одновременной работы нескольких пользователей с одним и тем же документом;
- 3) уменьшение расходов (и, как следствие, себестоимости обслуживания) за счет высвобождения людских ресурсов, занятых различными ви-

дами обработки бумажных документов, контроля за порядком и сроками прохождения документов;

4) быстрое создание новых документов из уже существующих;

5) сокращение времени поиска нужных документов.

Постоянное увеличение количества участников российского рынка коллективных инвестиций, размера стоимости чистых активов фондов, объема проводимых операций (и, соответственно, обрабатываемых документов) требует разработки и использования новых технологий обмена документами с использованием электронного документооборота в сфере коллективных инвестиций.

Подводя итог, необходимо отметить, что на сегодняшний день направление аутсорсинга является перспективным и востребованным при обслуживании паевых инвестиционных фондов. Это позволяет сократить затраты на создание и функционирование учетных подразделений управляющих компаний более чем в 2 раза, снизить операционные риски и риски, связанные с человеческим фактором, сосредоточиться на выполнении своих основных функций и, соответственно, повысить эффективность управления.

Поступила в редакцию 06.08.2009 г.

КОНКУРЕНЦИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ АВТОМОБИЛЬНЫХ ЗАПЧАСТЕЙ

© 2009 М.Р. Сайгушинская

Самарский государственный экономический университет

В статье рассматриваются отличительные черты российского рынка автокомплектующих, тенденции первичного и вторичного рынков автокомпонентов, а также проводится анализ конкуренции между производителями автомобильных запчастей в России.

Ключевые слова: конкуренция, рынок автокомпонентов, автомобильная промышленность, участники рынка автозапчастей, тенденции рынка автокомплектующих.

Реформирование социально-экономической системы России 1990-х гг. повлекло за собой кардинальное изменение структуры и принципов взаимодействия предприятий автомобильного сектора. Если раньше производители комплектующих являлись подразделениями автосборочных производств, то в течение последних пяти лет ситуация изменилась. Производством комплектующих начали заниматься не только крупные российские автомобильные группы (по данным за 2000 г., на них приходилось до 70% всего рынка автокомпонентов), но и компании среднего бизнеса. Это в конечном счете способствовало развитию рынка автокомплектующих в России и его динамичному развитию.

По оценкам специалистов, совокупная емкость рынка автокомпонентов в России в настоящее время составляет около 15-20 млрд. долл. Из них примерно 40% приходится на конвейерные поставки для автосборочных производств (первичный рынок) и 60% - на рынок запасных автозапчастей (вторичный рынок)¹. В мировой практике соотношение между ними составляет примерно 70 : 30. Причин такого отклонения несколько:

1) российский автомобильный парк устарел и требует постоянного обслуживания и ремонта. Доля легковых автомобилей старше 10 лет составляет более 50 %, а на долю относительно новых машин в возрасте до 5 лет приходится всего чуть более 20 % парка страны. Причем в эксплуатации находится очень много устаревших отечественных моделей. Например, доля в российском парке легковых автомобилей ВАЗ составляет 28,4 %, разных “Москвичей” - 6,6 %, “Волг” - 6 %, “Запорожцев” - 3,3 %, “УАЗов” - 2,5 %;

2) российские дороги по качеству далеки от европейских;

3) по числу аварий на тысячу автомобилей Россия на одном из первых мест в мире. Даже по официальным данным, раз в год в аварию попадает каждый сто пятидесятый автомобиль, но в реальной жизни эта цифра как минимум в 3 раза выше².

Ввиду широкой номенклатуры изделий, используемых в автомобилестроении, рынок автокомпонентов высокосегментирован. В зависимости от типа выпускаемой продукции различаются условия работы на рынке, в частности, количество игроков, механизмы ценообразования, барьеры входа.

По данным НАПАК (Независимой Ассоциации Производителей Автомобильных Компонентов), общее количество участников рынка составляет около 200 компаний. К ним относятся предприятия, основной дея-

тельностью которых является производство автокомпонентов. Помимо основных участников рынка, существует около 400 организаций, для которых производство автокомпонентов остается второстепенной или временной деятельностью. Это отдельные конверсионные предприятия, мелкие частные фирмы, ремонтные центры и т.д.

Крупнейшим участником рынка автокомпонентов является Группа “СОК”. На ее долю приходится по различным оценкам 22-26% рынка автокомплектующих. Оставшуюся долю рынка делят между собой холдинг “Северсталь” и другие компании.

Рассмотрим основные тенденции рынка автокомплектующих. Развитие рынка автокомплектующих напрямую зависит, во-первых, от динамики темпов роста отрасли автомобилестроения, во-вторых, от состояния действующего автомобильного рынка.

Первичный рынок. Начиная с 2000 г. производство автомобилей в России ежегодно растет в среднем на 7,5%. Скорее всего, высокие темпы роста сохранятся в ближайшие несколько лет.

Подобный рост будет происходить за счет развития так называемого “нового рынка” легковых автомобилей. К нему относятся новые модели российских автопроизводителей, например, ВАЗ-1118 (“Калина”), ВАЗ-2170 (LADA Priga) и др., а также легковые автомобили, выпущенные совместными предприятиями и по лицензии, такие как “Шевроле-Нива” (ЗАО “GM-AVTOVAZ”), Kia Spectra (ЩФЩ “Ижмаш-Авто”) и пр. В общей сложности, иномарки отечественного производства могут занять свыше 25% всего российского рынка к 2010 г.

Для российских производителей автокомплектующих работа на “новом рынке” наиболее перспективна. Чтобы иметь возможность работать на этом рынке, им уже сейчас необходимо проводить модернизацию производственных мощностей, расширять номенклатуру выпускаемых изделий и улучшать их качество. В частности, возникает необходимость освоения серийного выпуска новых видов автокомпонентов для современных моделей автомобилей: системы электронного впрыска, гидроусилителей руля, автоматических коробок передач, кондиционеров, подушек безопасности (см. таблицу).

Вторичный рынок. По данным Министерства транспорта РФ, за последние 10 лет автомобильный парк России увеличился в 2,5 раза и составляет более 25 млн. автомобилей. В ближайшие годы автомобильный

Характеристики “нового” и “традиционного” рынка автокомпонентов*

Характеристика “традиционного” рынка	Характеристика “нового” рынка
Основные субъекты: традиционные потребители - АВТОВАЗ, ГАЗ, УАЗ и другие российские автосборщики	Основные субъекты: иностранные предприятия, трансформированные российские автопредприятия
Семейства автомобилей - российские автомобили устаревающей конструкции	Семейства автомобилей - зарубежные модели и новые современные модели российских автопроизводителей
Технологии производства автомобильных компонентов - стремительно устаревающие	Технологии производства автомобильных компонентов - современные
Рынок поставок комплектующих на автомобили в традиционном сегменте к 2010 г. существенно сократится	Рынок поставок комплектующих на автомобили в перспективном сегменте до 2010 г. вырастет на порядок

* Информационный меморандум ООО “СОК-Автокомпонент”. С. 18-19.

парк вырастет как минимум еще в 2-3 раза, по показателю “количество машин на душу населения” Россия пока значительно отстает от таких стран, как США, Великобритания, Япония, Чехия.

Расширение автомобильного парка будет способствовать существенному росту спроса на автокомплектующие, в том числе и потому, что автомобильный парк России остается достаточно старым. Если каждый владелец машины будет в среднем тратить около 200 долл. в год на приобретение комплектующих, то емкость вторичного рынка к 2010 г. может достигнуть 300 млрд. руб.

На сегодняшний день вторичный рынок комплектующих далек от насыщения, хотя и имеет сбалансированную структуру спроса и предложения. На рынке не существует дефицита запасных частей в количественном отношении, т.е. предлагаемая продукция практически полностью удовлетворяет спрос потребителей. При этом одной из важнейших проблем рынка была и остается проблема контрафактной продукции. По оценкам НАПАК, доля контрафактной продукции сейчас на вторичном рынке составляет около 40%. Эта доля представляет собой потенциальную емкость рынка для серьезных производителей запасных частей, в том числе и для предприятий Группы “СОК”³.

К наиболее крупным и в то же время достаточно хорошо структурированным сегментам рынка компонентов можно отнести рынок шин (2,2 - 2,4 млрд. долл.), рынок масел (1,1 - 1,2 млрд. долл.), рынок аккумуляторов (500 - 600 млн. долл.), рынок фильтров (250 - 300 млн. долл.). Всего на рынке автокомпонентов сейчас работают порядка 2 тыс. игроков разного масштаба. Лидирующие позиции здесь пока занимают отечественные производители. Тем не менее, активно идет процесс вытеснения российских брендов более качественной продукцией из Европы, а также более дешевыми запчастями из Китая, Турции и Индии⁴.

Концепция развития автомобильной промышленности, принятая Правительством РФ в 2002 г., свою задачу выполнила: в страну пошли инвестиции. Сейчас уже работают (или строятся) семь новых сборочных предприятий, еще ряд проектов - на этапах всяческих согласований. Доля зарубежных марок в легковой автомобильной промышленности по итогам 2007 г. составляла 23,6%. По прогнозам специалистов, к 2010 г. она должна увеличиться до 60-63 %. К тому моменту сборочные предприятия будут в состоянии выпускать порядка 1 - 1,2 млн. иномарок в год; выпуск автомобилей на “старых” предприятиях будет планомерно снижаться.

Аналитики ожидали активного прихода иностранных компаний уже в 2007 г. 29 марта 2005 г. было принято постановление Правительства РФ № 166 “О внесении изменений в Таможенный тариф РФ в отношении автокомпонентов, ввозимых для промышленной сборки”, по которому производители компонентов могут получить льготный режим промсборки.

К настоящему времени подписано четыре соглашения о промсборке компонентов: с КамАЗом, ярославским заводом “Автодизель”, а также с “Toyota Boshoku”. Кроме того, как рассказал исполнительный директор Национальной ассоциации производителей автомобильных компонентов М. Блохин, есть еще 30 проектов, претендующих на промсборку. Среди крупнейших - проект соглашений по промышленной сборке автокомпонентов с европейской компанией “Automotive Lightning” (блок-фары и

противотуманные фары, задние фонари), с американским производителем “Leag” (производство жгутов электропроводки). Компания “TiRad” из Японии решила построить в Нижнем Новгороде завод по производству автомобильных радиаторов. О выходе на отечественный рынок автокомпонентов думают также подразделение корейской компании “Hyundai”, английская “Stadco”. Крупнейший мировой производитель компонентов - канадская “Magna International” собирается вложить более 30 млн. долл. в строительство собственного завода в Татарстане. Но, по словам М. Блохина, процедура оформления льгот пока не проработана, и это сильно затрудняет процесс.

Тем не менее, некоторые проекты уже работают (“Robert Bosch”, “Siemens VDO”, “Tenneco Automotive”, “Jonson Controls”, “Magneti Marelli”, “Delphi”, ZF, “Commins”, “Stadco”, “Federal Mogul”), другие находятся в стадии организации производства, третьи - на уровне проработки технических вопросов. В целом, с участием иностранного капитала на территории России работает уже несколько десятков компаний - производителей автомобильных комплектующих и запасных частей. Во всем автомобильном мире уже давно идет процесс консолидации. Выгоды от этого налицо, в первую очередь - сокращение затрат на всех этапах производства, от разработки до продвижения конечной продукции. В мировом масштабе за последнее десятилетие произошли уже сотни слияний и поглощений компаний. На российском рынке производители компонентов традиционно группировались вокруг АВТОВАЗа, который выпускал более 70 % легковых автомобилей в стране. Самым крупным объединением производителей стал дивизион “Автокомпоненты” Группы компаний “СОК”. В него входило 11 предприятий в разных городах России (в собственности группы) и еще 5 “сторонних” заводов (находятся в управлении). В Группу “СОК” также входят “ИжАвто”, “ВИС” и “РосЛада”. Другая, чуть менее известная самарская группа “Автоком” объединяет 8 предприятий - производителей автомобильных компонентов и запчастей. В группу также входит Серпуховский автозавод (СеАЗ). Консолидация происходит и в шинной отрасли. За последнее время в России образовалось два крупных холдинга - “Амтел” и “Сибур”. В первый входят 6 предприятий шинной индустрии, во второй - 4 достаточно крупных шинных завода. Начался процесс консолидации и среди производителей аккумуляторов.

Но в мировой автомобильной индустрии идет и другой процесс - унификации узлов, агрегатов и даже автомобильных платформ; одни и те же модули и системы можно встретить на автомобилях совершенно разных классов и марок. Унификация компонентов позволяет производителям выходить на нужный объем производства отдельных узлов даже при достаточно небольших объемах выпуска конкретных моделей. Увы, в нашей стране вопросы унификации автокомпонентов пока еще только обсуждаются. Первые контакты были установлены между АВТОВАЗом и “ИжАвто” благодаря Группе “СОК”; ряд “черновых” наработок у инженеров были и с коллегами из Нижнего Новгорода. Перспективные модели, за которыми будущее российского автопрома ВАЗа, однозначно будут унифицированы, но, вероятнее всего, не друг с другом, а с иностранными моделями.

Усилившаяся в последнее время конкуренция заставляет российские автозаводы поднимать планку требований в области качества, и в первую очередь к своим поставщикам. При этом, как правило, заказчик ставит условие: повысить качество без изменения цены. Или грозит найти аль-

тернативу. Кроме того, сейчас практически на всех российских автозаводах внедряется система “бережливого производства”, которая предполагает снижение товарных запасов и, соответственно, вводится требование к поставщикам осуществлять поставки “точно в срок” (Just in time). Так что времена, когда производители вынуждены были брать любые комплектующие, на любых условиях остались в прошлом. И выживут только те производители компонентов, кто сможет играть по новым правилам⁵.

Что касается конкурентной борьбы на рынке отечественных запасных частей, качество автокомпонентов производителей - лидеров рынка - примерно одинаковое, а возможности ценовой борьбы в значительной мере исчерпаны. Главными преимуществами становятся реклама, маркетинговые методы привлечения покупателей, т.е. методы неценовой конкуренции.

Безусловно, отечественный рынок автокомпонентов становится более цивилизованным. Однако нужно помнить, что иногда определяющее значение в продвижении той или иной продукции на региональном рынке имеет “гаражный маркетинг”: мастер, к которому обращается автолюбитель за помощью, рекомендует автокомпоненты того или иного бренда и отрицательно характеризует продукцию другого. Поэтому политика создания комплексных центров по продаже автомобилей с обеспечением их последующим ремонтом и запасными частями является наиболее перспективной в развитии бренда производителя.

Сегодня у большинства операторов рынка уже произошла переоценка приоритетов - от количества продаж к качеству продукции и сервиса.

Для успешных продаж в регионе, с одной стороны, необходимо развивать сеть розничной реализации, с другой - ремонтную базу. Рынок запчастей близок к насыщению, поэтому наиболее конкурентоспособными оказываются те, кто может не только продать, но и грамотно обслужить продукцию. Сейчас трудно себе представить успешное предприятие без современного оборудования и квалифицированного персонала, без маркетинговой политики, что позволяет воспитывать потребительский спрос. Не случайно автомобилисты все чаще отдают предпочтение более дорогим и качественным компонентам, исключая из конкурентной борьбы продавцов и производителей контрафактной продукции.

На российском рынке автокомпонентов перспективы есть у крупных предприятий, имеющих возможность создания новых продуктов за счет применения новейших материалов, гибких технологий и собственных инженерных центров, способных поддерживать мировой уровень качества. Только такие предприятия могут выдержать конкуренцию на рынке автокомпонентов, перестроиться под выпуск новых моделей автомобилей, которые в ближайшее время выйдут на наш рынок. Введение норм “Евро-2”, а в ближайшее время и “Евро-3” делает невостребованными целые направления автокомпонентной промышленности, и им придется очень серьезно думать о перспективах производства. В настоящее время многие производители запчастей реализуют свою продукцию через мощные сбытовые сети, созданные крупнейшими сборочными заводами. Выгоднее делать закупки именно у таких структур, обеспечивающих широкую номенклатуру, логистику, конкурентоспособные цены. Холдинги с развитой дилерской сетью дают возможность реализовывать продукцию под мощным брендом. Выстраиваются в систему все процессы - от производства до продажи и услуг в техобслуживании конечным покупателям. А

это повышает управляемость, дает возможность производству более гибко реагировать на спрос, планировать как объемы и ассортимент выпуска, так и реализацию.

Все участники таких цепочек, от производителей до продавцов, объединены взаимной ответственностью. К дилерам и сервисным центрам предъявляются стандартизованные требования, касающиеся наличия оборудования, технологий ремонта, квалификации персонала, оформления помещений в едином стиле и др. Причем год от года требования возрастают, совершенствуется маркетинговая поддержка, разрабатываются новые программы обучения сотрудников, расширяется применение фирменной упаковки реализуемых изделий. Такие сервисно-сбытовые корпорации имеют хорошие перспективы развития при дальнейших изменениях на рынке отечественных и импортных автокомпонентов.

Необходимо усовершенствовать технические регламенты для отечественных автомобилей так же, как это принято в отношении новых иномарок, где предусмотрена принудительная замена узлов и агрегатов, отработавших строго определенный ресурс. Качество, долговечность и цена комплектующих изделий должны быть не слишком высокими, не слишком низкими - они должны быть оптимальными и соответствовать общему ресурсу автомобиля.

А сегодня удержать и развивать продажи отечественных автокомпонентов можно только путем расширения сети продаж, обеспечивая присутствие запчастей даже в небольших населенных пунктах, где отечественные машины еще долго могут использоваться⁶.

Ситуация на рынке автокомпонентов осложняется присутствием контрафактной продукции. В законе РФ “О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров” дается следующее юридическое определение контрафактной продукции: “Товары, этикетки и упаковки товаров, на которых незаконно используется охраняемый товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, считаются контрафактными”.

По данным Роспотребнадзора, доля контрафактной и фальсифицированной продукции на российском рынке составляет от 30 до 40%. По информации же независимых экспертов, отечественный “серый” рынок контролирует до 60% всех розничных продаж. Некоторым специалистам и эти оценки представляются весьма заниженными - истинных размеров отечественного пиратского товарооборота не знает никто.

Контрафактные автодетали представляют собой опасность для потребителя. Изготавливая их, подпольные производители не придерживаются технических норм, используют ненадлежащие материалы, и конечно не проводят контроль качества готового изделия. Основной объем контрафактных деталей приходится на отечественные автомобили.

Доминирующая тенденция рынка легковых автомобилей за последние несколько лет - существенный прирост объемов продаж легковых автомобилей, в значительной степени обеспечиваемый за счет импорта новых автомобилей и стабильного роста продаж автомобилей иностранных марок, собранных в России. Доля импортируемых автомобилей, бывших в эксплуатации, установилась на уровне 15%, привлекая потребительскую группу владельцев новых автомобилей отечественного производства. Отечественные автомобили катастрофически теряют потребителей, и прогнозы экспертов в отношении этого сегмента пессимистичны в связи с от-

сутствием новых моделей, адекватных по цене, техническим характеристикам, вариантам оснащения даже подержанным иномаркам⁷.

Прирост объемов продаж обеспечивался как ростом доходов населения России, так и стремительным ростом рынка автокредитования, что в значительной степени сказалось и на ценовых предпочтениях россиян.

Российских производителей автокомпонентов можно разделить на несколько групп. Это независимые производители отдельных групп автокомпонентов, в основном снабжающие продукцией российские марки легковых и коммерческих автомобилей, сельхозтехники, производители автокомпонентов, связанные с поставщиками сырья для их производства, и компании, исторически консолидированные вокруг российских автомобильных концернов.

Из примерно 600 предприятий, выпускающих автокомпоненты, исключительно производством комплектующих для автопрома занимаются только 200, для остальных это всего лишь одно из направлений бизнеса. В настоящее время рынок оптовой и розничной торговли автокомпонентами является высококонкурентным, дифференцированным по торговым маркам, на нем осуществляет свою деятельность большое количество независимых оптовых, мелкооптовых и розничных продавцов.

В целом, на рынке автокомпонентов аналитики насчитывают сегодня порядка 2 тыс. игроков разного масштаба. И хотя лидирующие позиции здесь пока еще занимают отечественные производители, активно идет процесс их вытеснения компаниями из Европы и Азии. Продукция последних выигрывает в качестве (Европа), а также в цене (Китай, Турция, Индия). Как отмечают эксперты, в отличие от мировой практики, где соотношение между первичным и вторичным рынком компонентов составляет 70 : 30, российская структура рынка автокомпонентов смещена в сторону вторичного рынка и оценивается в соотношении 30 : 70.

Отсутствие четкого регулирования отрасли приводит к перенасыщению рынка автокомпонентов по многим номенклатурным позициям, к жесткой конкуренции между продавцами и производителями автокомпонентов внутри своих отраслей и к усиливающейся межотраслевой конкуренции, которая носит, как правило, ценовой характер, что негативно сказывается на рентабельности обеих отраслей и приводит к существенному недополучению прибыли, замедляющему развитие. В то же время на рынке существует дефицит определенных групп автокомпонентов.

¹ Информационный меморандум ООО “СОК-Автокомпонент”. 2008. Январь. С. 16-17.

² Моржаретто И., Целиков С. Российский рынок автокомпонентов // Российский Детройт. Сайт отрасли производства автокомпонентов. Режим доступа: www.auto-component.ru.

³ Информационный меморандум ООО “СОК-Автокомпонент”. С. 20.

⁴ Моржаретто И., Целиков С. Указ. соч.

⁵ Там же.

⁶ Сайт Национального агентства промышленной информации. Режим доступа: www.napinfo.ru.

⁷ См.: СПС “КонсультантПлюс”.

Поступила в редакцию 07.08.2009 г.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ И ИХ ПРОБЛЕМЫ

© 2009 И.Н. Тимиргалиев

Самарский государственный экономический университет

Рассматриваются инновационные процессы как важный элемент экономики. Раскрываются цели инноваций, которые обеспечивают экономическое воспроизводство, высокое качество производимой продукции, сбережение природных ресурсов, стимулируют повышение квалификации кадров, рост доходов и тем самым закладывают фундамент общественного благосостояния. Описывается трансферт технологий, который представляет собой передачу научно-технических знаний и опыта для оказания научно-технических услуг. Освещены некоторые проблемы, возникающие при реализации инновационных проектов.

Ключевые слова: инновация, инновационный проект, инновационный процесс, патент, инновационная деятельность, патентное лицензирование, рынок новшеств, экспорт технологий, трансферт технологий, инновационный цикл, международная конкурентоспособность, рынок капитала, рынок чистой конкуренции нововведений.

Термин “инновация” происходит от латинского слова “innovato”, что означает обновление или улучшение. Инновация - результат творческой и инвестиционной деятельности, направленной на разработку, изготовление и распространение новых видов товаров, услуг и технологий, организационных форм на уровне фирмы. Целью инновации является повышение конкурентности фирмы, товара и услуг и повышение за счет этого прибыли фирмы.

Инновационный процесс представляет собой подготовку и постепенное осуществление инновационных изменений, или, точнее, цепь событий, в ходе которых новшество вызревает от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется в хозяйственной практике либо удовлетворяет потребности человека¹.

Рассмотрим основные составляющие инновационного процесса.

Рынок новшеств. Основным товаром рынка является научный и научно-технический результат - продукт интеллектуальной деятельности. Рынок новшеств формируют научные организации, вузы, временные научные коллективы, объединения научных работников, научно-исследовательские подразделения коммерческих организаций, самостоятельные лаборатории и отделы, отечественные и зарубежные новаторы.

Рынок чистой конкуренции нововведений - это совокупность продавцов и покупателей, совершающих сделки со сходным товаром, и ситуации, когда ни один покупатель или продавец не оказывает большого влияния на уровень текущих цен.

Рынок капитала (инвестиций). Трудно найти организацию, которая не хотела бы обновления и развития. Однако в качестве основного ограничения удовлетворения потребностей любого субъекта хозяйствования выступает капитал во всех его видах (ссудный, оборотный, акционерный, венчурный, уставный и др.).

Инновационная деятельность направлена на практическое использование научного, научно-технического результата и интеллектуального потенциала с целью получения нового или улучшения производимого про-

дукта, способа его производства и удовлетворения потребностей общества в конкурентоспособных товарах и услугах, совершенствования социального обслуживания.

Активность инновационных отношений в экономической системе зависит от объективных и субъективных, внешних и внутренних факторов. Объективную природу имеют те факторы внешней среды, которые обусловлены долговременными тенденциями, не связаны с волевыми решениями конкретного субъекта, субъективную - те, действие которых является прямым следствием сознательно принятых решений.

При анализе способности общественной системы к нововведениям, прежде всего, приходится иметь дело с экономическими аспектами, которые определяют или ограничивают “инновационную мощь” системы. Последнее более относится к материальным новшествам, требующим для своего создания и распространения существенных затрат ресурсов и времени. В ряде случаев экономические ограничения являются главным фактором, тормозящим процесс нововведения, даже при наличии неограниченной потребности в новшестве. Инновационные мероприятия, по сути, должны быть децентрализованы, конкретны, оперативны и носить микроэкономический характер. На микроуровне каждый субъект инновационной деятельности ставит конкретную цель - получить соответствующий доход, занять или удержать определенные рыночные позиции. Развитие инновационного предпринимательства позволяет решить ряд проблем на макроуровне - экономический рост, структурные преобразования, проблема занятости, международная конкурентоспособность.

Как известно, различают следующие виды инноваций:

- технологические;
- создание нового рынка;
- освоение нового источника поставки сырья или полуфабриката;
- реорганизация системы управления.

Все меры, подходящие для улучшения конкурентоспособности продукции, увеличения производительности или показателей деятельности предприятия, вместе взятые определяют продвижение инноваций. С технологической точки зрения инновация определяется как введенное в практику изобретение, такое, например, как новый вид товара или производственный процесс.

Трансферт технологий, таким образом, рассматривается как один из аспектов инновационного процесса и представляет собой передачу научно-технических знаний и опыта для оказания научно-технических услуг, применения технологических процессов, выпуска продукции. Критерий наличия факта передачи - активное применение переданной технологии для производственных целей².

Основными формами трансферта технологий являются:

- передача патентов на изобретения;
- патентное лицензирование;
- торговля беспатентными изобретениями;
- передача технической документации;
- передача ноу-хау;
- передача технологических сведений, сопутствующих приобретению или аренде (лизингу) оборудования и машин;
- информационный обмен в персональных контактах на семинарах, симпозиумах, выставках и т.п.;

- инжиниринг;
- научные исследования и разработки при обмене учеными и специалистами;
- проведение различными фирмами совместных исследований и работ;
- организация совместного производства;
- организация совместных предприятий.

Следует отметить побудительные мотивы деятельности со стороны покупателей и продавцов технологий.

Продажа технологии - один из основных инструментов проникновения и закрепления на рынке. Она, как правило, связана и с товарной экспансией (поставка оборудования, проекты предприятий “под ключ”), и с сопутствующими сделками на поставки сырья, материалов, комплектующих изделий, полуфабрикатов, приносящих продавцу дополнительный доход. Экспорт технологии прямо пропорционален числу зарубежных патентов; заключение соглашения на передачу технологии часто является результатом предшествующего патентования инновации за рубежом.

Покупка технологии способствует повышению конкурентоспособности промышленности, активизации экспорта, уменьшению зависимости от импорта. Полученная технология может стать катализатором при создании собственных технологий, развитии национальной сферы НИОКР.

Существенной проблемой для предприятий, нуждающихся в трансферте технологий, часто является их недостаточная компетентность в вопросах приобретаемой технологии (например, в тех случаях, когда эта технология служит дополнительной к той, которая составляет основу уже имеющегося производства). В том случае они нуждаются в компетентных посредниках. В их задачу должны входить сбор информации о спросе и предложении на определенные услуги трансферта технологий и установление надлежащих контактов. Этот путь трансферта технологий называется непрямым, в отличие от прямого, при котором обходятся без посредников.

Различают следующие формы прямого трансферта технологий:

- от университетов промышленным предприятиям;
- от научно-исследовательских институтов промышленным предприятиям;
- личный трансферт технологий при найме персонала;
- обмен между промышленными предприятиями и их филиалами путем заказов и доставок;
- между сотрудничающими промышленными предприятиями, когда последние формируют стратегические объединения;
- ярмарки, выставки, съезды.

Все учреждения, занимающиеся внедрением инновационных технологий (не только университеты, научно-исследовательские институты, но также и промышленные предприятия с собственными исследовательскими отделами), могут быть названы “источниками технологии”.

Инновационная деятельность неизбежно сталкивается и с некоторыми проблемами. Понимание этих проблем нередко сближает дистанцию между далекими перспективами развиваемых проектов и имеющимися реальными инновационными возможностями, а также помогает в принятии конкретных решений. Приведем некоторые из возможных проблем.

Движущаяся цель. Нередко развиваемые проекты по разработке новых продуктов видятся перспективными в рамках одного, и чаще всего целого набора допущений. Этими допущениями могут быть элемент стабильности на рынке, отсутствие резких технологических изменений в определенной области, отсутствие изменений в предпочтениях потребителей и т.д. К сожалению, не всегда эти допущения в конечном счете оказываются верными, и тогда проект может стать убыточным.

Внутрикорпоративные напряжения. Предприятие подобно живому организму: оно так же развивается и меняется. То, что еще вчера казалось перспективным и заманчивым, сегодня может перестать привлекать некоторых менеджеров. Внутренняя динамика предприятия может сложиться таким образом, что отдельные менеджеры со временем увидят неактуальность проводимого в жизнь проекта и поставят вопрос о его прекращении или приостановлении в интересах либо других проектов, либо отдельных стратегических задач предприятия в свете изменившихся обстоятельств.

Неразличимость новой разработки. На первой стадии проекта идея нового продукта нередко видится достаточно туманно. Со временем, по мере того как в исследования и разработку уже вложены некоторые средства, можно убедиться, что новый продукт недостаточно оригинален и не открывает таких далеких перспектив, как это казалось в самом начале работы над проектом. Нередко такое понимание приходит к разработчикам уже после первой пробы на рынке, когда потребители достаточно холодно встречают новую разработку.

Неожиданные технические проблемы. Не всегда удается с самого начала четко спрогнозировать, какие технические задачи будут стоять перед разработчиками. К сожалению, возникающие технические проблемы не всегда удается обойти. Тогда перед предприятием может возникнуть вопрос о прекращении финансирования проекта или о его заморозке до того момента, когда технические возможности предприятия станут шире.

Лавинообразный рост затрат на проект. Нередко бюджеты на разработку новых продуктов на его начальном этапе кажутся достаточно привлекательными. Однако по мере его осуществления объем непредвиденных затрат может неконтролируемо расти. Это может поставить проект перед угрозой срыва. Иногда уже на начальном этапе объемы финансирования могут оказаться трудноопределимыми, что нередко отпугивает менеджеров.

На практике предприятиям приходится отказываться от продолжения уже начатых и изрядно профинансированных проектов. Но это имеет место в большей части не по причине того, что группа разработчиков проекта была недостаточно квалифицирована и плохо работала, и не потому, что высшие менеджеры не имели добрых намерений. Большая часть проектов оказывается неудачной только из-за того, что не был проведен анализ возможностей предприятия по осуществлению такого проекта³.

Наука и инновации обеспечивают экономическое воспроизводство на новой экономической основе, высокое качество производимой продукции, сбережение природных ресурсов, стимулируют повышение квалификации кадров, рост доходов и тем самым закладывают фундамент общественного благосостояния.

В дальнейшем, по прогнозам экспертов, значимость современных технологий и других инноваций в социально-экономическом развитии еще более усилится.

Разработка инновационного проекта - длительный, дорогостоящий и очень рискованный процесс. Каждый проект независимо от сложности и объема работ, требуемых для его выполнения, проходит в своем развитии определенные состояния: от состояния, когда “проекта еще нет”, до состояния, когда “проекта уже нет”. Согласно сложившейся практике, состояния, через которые проходит проект, называют фазами. От первоначальной идеи до эксплуатации этот процесс может быть представлен в виде цикла, состоящего из следующих фаз: прединвестиционной и инвестиционной.

Инновационные проекты характеризуются высокой неопределенностью на всех стадиях инновационного цикла. Многие проекты дают обнадеживающие результаты на первой стадии разработки, но затем при неясной или технико-технологической перспективе должны быть закрыты. Даже наиболее успешные проекты не гарантированы от неудач: в любой момент их жизненного цикла они не застрахованы от появления у конкурента более перспективной новинки⁴.

Создание и реализация инновационного проекта включает следующие этапы:

- формирование инновационного замысла (идеи);
- исследование инновационных возможностей;
- подготовка контрактной документации;
- подготовка проектной документации;
- строительно-монтажные работы;
- эксплуатация объекта;
- мониторинг экономических показателей.

Показанные выше проблемы, с которыми сталкивается инновационное предприятие при реализации инновационного проекта, условно можно разделить:

- на законодательные;
- кадровые;
- экономические;
- инфраструктурные;
- финансовые.

Решение проблемы повышения эффективности научно-технического потенциала и обеспечения национальной технологической безопасности предполагает введение системы учета и контроля процесса трансферта отечественной и импортируемой технологии.

¹ Управление инновациями: В 3 кн. Кн.1. Основы организации инновационных процессов: Учеб. пособие / А.А. Харин, И.Л. Коленский; Под ред. Ю.В. Шленова. М., 2003.

² Нам О. Формирование технологической структуры экономики и условия трансферта новой техники // Транзитная экономика. 2006. □ 5-6.

³ Ерешев Б. Методика формирования инновационных стратегий и пути их реализации // Транзитная экономика. 2006. □ 3.

⁴ Управление инновациями...

Поступила в редакцию 08.08.2009 г.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ДВИЖЕНИЯ КАПИТАЛА

© 2009 Л.Н. Шаклина

Самарский государственный экономический университет

Международное движение капитала, являясь одной из сфер международных экономических отношений, в настоящее время не только играет важнейшую роль в процессах, происходящих в мировой экономике, но и во многом определяет их. В статье рассматриваются такие основные тенденции, как изменения в структуре международного движения капитала, концентрация ресурсов, переориентация потоков капитала.

Ключевые слова: международное движение капитала, интернализация, транснационализация, транснациональные корпорации, транснациональные банки, прямые иностранные инвестиции (ПИИ), ссудный капитал, предпринимательский капитал, портфельные инвестиции.

Международное движение капитала является одной из форм международных экономических отношений, превративших современную мировую экономику в единую глобальную саморазвивающуюся систему. Это стало возможным благодаря научно-технической революции, позволившей преодолеть пространственные и временные барьеры для создания мировой экономической системы.

Международное движение капитала, будучи глобальным процессом, перемещает финансовые ресурсы из одной части земного шара в другую, из одной страны в другую. Глобальный характер международного движения капитала проявляется в качественно новой форме интернационализации - в транснационализации. Транснационализация означает возникновение новых хозяйствующих субъектов в глобальных масштабах - транснациональных корпораций и транснациональных банков, которые представляют собой производственные и финансовые комплексы, не совпадающие с контурами государственных границ. Они создают глобальные производственные процессы, через них проходит подавляющая часть международного капитала, они способствуют экономической интеграции стран и регионов мира.

Важнейшим фактором экономического роста и отдельной страны, и мировой экономики в целом являются иностранные инвестиции как форма международного движения капитала. Иностранные инвестиции дают возможность странам использовать качество экономического потенциала других стран и вместе с тем развивать национальную экономику посредством зарубежных рынков. Поэтому эффективность развития и позиционирования любой страны в современной мировой экономике зависит от эффективной и рациональной политики привлечения иностранных инвестиций и продвижения собственных инвестиций за рубеж.

На современном этапе международное движение капитала в различных формах неоднозначно влияет на развитие мировой экономики. С одной стороны, прямые иностранные инвестиции, сопровождающиеся не только перемещением финансовых ресурсов, материальных объектов, но и передачей так называемых "мягких" технологий (ноу-хау, управленческий и маркетинговый опыт и др.) в слаборазвитые отрасли экономики, способствуют их экономическому росту; развитие портфельного инвести-

рования повышает ликвидность национальных фондовых и кредитных рынков, увеличивает количество и разнообразие инструментов, что стимулирует различных участников выходить на рынки и удешевляет ресурсы. С другой стороны, усиливается влияние капитала, который теперь выступает в форме транснационального, на экономическую политику стран, на степень их самостоятельности. Конкурентоспособность стран стала во многом определяться действиями транснациональных корпораций. Вследствие увеличения объемов перемещения финансового капитала увеличивается нестабильность мировых финансовых рынков, их зависимость от манипуляций небольшой группы крупных банков, хеджевых фондов и других финансовых организаций.

Таким образом, в настоящий момент целесообразно заново оценить роль международного движения капитала в международных экономических отношениях и определить присущие данной сфере тенденции.

Сфера международного движения капитала развивается в соответствии с тенденциями, присущими международным экономическим отношениям в целом.

Движение ссудного капитала происходит, прежде всего, между развитыми странами (на них приходится более 2/3 экспорта и импорта ссудного капитала). Лидером как в экспорте, так и в импорте ссудного капитала остаются США, хотя в отдельные годы на первое место выходят Япония, Германия и Великобритания.

В последние два десятилетия произошли заметные изменения в структуре международного движения капитала, в котором соотношение между ссудным и предпринимательским капиталом формально изменилось в пользу последнего. Однако значительная часть портфельных инвестиций, относимых к предпринимательским, фактически являются ссудными (облигации, деривативы и др.).

В движении предпринимательского капитала доминируют портфельные инвестиции. Они в 1990-е гг. стали превращаться в главный вид иностранных инвестиций в мире. Это объясняется, прежде всего, улучшением инвестиционного климата в мире, снижением барьеров на пути международного движения капитала, активной интеграцией в мировой рынок капиталов развивающихся стран и стран с переходной экономикой, а также расширением инвестиционных возможностей мелких инвесторов из развитых стран в связи с уникальным по продолжительности периодом быстрого экономического роста в этой группе стран.

Одной из черт современной глобализации является усиление значения прямых иностранных инвестиций (ПИИ). В последнее время в мировой практике отмечается новое явление - экспорт капитала в виде прямых инвестиций из развивающихся стран. В роли экспортеров в основном выступают новые индустриальные страны (НИС): Гонконг, Сингапур, Тайвань, Южная Корея, Аргентина, Бразилия, Малайзия.

В свое время, попав в сферу влияния промышленно развитых стран, НИС прошли ускоренный курс индустриализации, хорошо усвоили современную технику менеджмента, вместе с прямыми иностранными инвестициями приобрели передовые технологии и, достигнув весьма высокого уровня экономического развития, стали располагать собственными возможностями экспорта капитала. Столь впечатляющие экономические успехи позволили новым индустриальным странам и Китаю выйти на рынок инвестиций.

Появление на мировой арене новой группы стран - экспортеров ПИИ подтверждает рост значения иностранных инвестиций в условиях глобализации. Пока по масштабам развития зарубежной сети предприятий компании из развивающихся стран значительно уступают западным ТНК. Но это уже результат, показывающий положительные стороны глобализации и ее влияние на международное движение капитала. Конечно, большая часть родительских компаний ТНК (79%) размещена в промышленно развитых странах, а так как основное движение ПИИ происходит между родительской компанией и ее филиалами, соответственно, крупными экспортерами ПИИ являются именно эти страны.

Следует отметить, что факторы, определяющие процессы глобализации мировой экономики, оказывают непосредственное влияние и на процессы международного движения капитала.

Либерализация национальных рынков капитала (свободный доступ иностранного капитала практически во все секторы национальных экономик; предоставление иностранным инвесторам государственной поддержки в виде субсидий, таможенных и налоговых льгот, дешевых заемных ресурсов; отмена ограничений на все операции, связанные с движением капитала; гарантия иностранным инвесторам прав собственности) содействовала более свободному перемещению капиталов в различных формах с более низкими издержками.

Внедрение достижений в области информационных и коммуникационных технологий позволило не только оперативно передавать информацию, но и совершать различные операции, сопутствующие перемещению капитала. Особенно большое значение инновации имеют для финансовых рынков. Внедрение унифицированных и стандартизированных систем расчетов, осуществления платежей, регистрации и перерегистрации прав собственности (Cedel, Euroclear, SWIFT), а также современные информационно-торговые терминалы Reuters и Bloomberg предоставляют возможность практически любому потенциальному инвестору или заемщику найти наиболее выгодные варианты для вложения и заимствования необходимых ресурсов.

Важной тенденцией, присущей развитию мировой экономики в целом и находящей свое отражение в международном движении капитала, является переориентация потоков капитала в сектор услуг и сферу высоких технологий. На долю сектора услуг в настоящее время приходится порядка 60% суммарного объема ввезенных ПИИ по сравнению с 49% в 1990 г. За этот же период доля сырьевого сектора в суммарном объеме ввезенных ПИИ уменьшилась с 9 до 6%, а доля обрабатывающей промышленности - с 42 до 34%.

Переориентация ПИИ в сектор услуг объясняется, с одной стороны, растущим значением данного сектора в целом для экономик различных стран; с другой стороны, невозможностью большинства услуг быть предметом экспорта: они должны производиться в месте их потребления и в тот момент, когда они потребляются. В этих условиях единственным вариантом выхода на местный рынок является создание предприятия либо путем строительства нового предприятия, либо посредством сделок слияния и поглощения.

Также в качестве одной из тенденций международного движения капитала можно назвать концентрацию материальных и финансовых ресурсов под управлением относительно небольшой группы транснациональных корпораций и банков.

Рассмотрим некоторые тенденции, наметившиеся в последние годы в международном движении капитала применительно к России. В 2006 г. произошло определенное смещение структуры трансграничного движения капитала: если в привлечении иностранных инвестиций в Россию преобладали публичные заимствования частного сектора, характеризующиеся достаточно высокой стоимостью, то в структуре экспорта отечественного капитала основную роль прочно занял сектор государственного управления, инвестиции которого за рубеж характеризовались достаточно консервативной структурой и низкой доходностью. Разность между стоимостью привлеченного иностранного капитала и доходами от размещения отечественного капитала, представляющая собой своеобразный трансферт российской экономики в пользу остального мира, существенно возросла как в абсолютном, так и в относительном выражении.

Ключевую роль в выборе источника привлечения капитала (с внутреннего или с международного рынка) для российских контрагентов продолжала играть сравнительная стоимость ресурсов, а также их срочность и доступность. Так, внешние ссудные займы по сравнению с внутренними были относительно дешевы (7% на международном рынке против 11% - на внутреннем) и характеризовались более длительными сроками. В то же время высокий порог требований к осуществлению займов за рубежом не позволял основной массе российских предприятий фондироваться за рубежом, и они заимствовали преимущественно на внутреннем рынке.

Структура экспорта отечественного частного капитала за рубеж носила преимущественно трансакционный характер. Крупные российские экспортеры и банки, в распоряжении которых оказывалась основная часть валютных поступлений, стремились поддерживать максимальную ликвидность и надежность размещаемых валютных ресурсов, что обуславливало низкие доходы на вложенный капитал. В размещении валютных активов превалировала ссудная форма, внутри которой существенная часть приходилась на наращивание остатков на текущих и депозитных счетах резидентов в иностранных банках, т.е. наименее доходного экспорта капитала.

Сложившееся в последнее время мнение о будущем российского инвестиционного рынка после финансового кризиса достаточно категорично. Кризис показал, что стабилизация в России была мнимой - реальный сектор экономики не работал, а между тем устойчивость финансового рынка любого государства определяется его производственным потенциалом. Выход экономики из кризиса требует реализации широкой инвестиционной программы, в том числе с привлечением иностранного капитала, ибо будущее нашей страны во многом зависит от того, как скоро и в каком объеме придут к нам инвестиции из-за рубежа.

При всем многообразии оценок и мнений о путях дальнейшего развития российской экономики вопрос о полезности иностранных инвестиций вряд ли вызывает сомнения. Инвестиции напрямую связаны с созданием рабочих мест в условиях перехода к рыночным отношениям.

В международном движении капитала Россия участвует весьма специфически. Она активно ввозит ссудный капитал и слабо - предпринимательский. Одновременно для России характерны широкие масштабы бегства капитала.

В последнее время масштабы бегства капитала замедлились, а улучшение инвестиционного рейтинга России должно положительно сказаться на приросте частных инвестиций в Россию.

В целом современный этап развития процессов международного движения капитала характеризуется следующими чертами.

1. Высокие мировые стандарты и конкуренция. Участники глобального рынка для поддержания конкурентоспособности должны соответствовать предъявляемым современным требованиям к качеству продуктов и услуг, позиционирования на рынке, технологий, а также прозрачности деятельности и отчетности.

2. Выгодная цена в сочетании с высокой ликвидностью. В большинстве случаев в любой момент времени глобальная цена глобального продукта представляет собой самую выгодную цену, которая сложилась в результате баланса большого количества предложений и спросов во всем мире. Что касается финансовых рынков, то большое количество участников позволяет проводить операции с наименьшими временными издержками, иногда практически мгновенно, в особенности на официально организованных рынках.

3. Профессиональное управление рисками и более высокий уровень диверсификации. Кроме капитала, сторонами глобального обмена являются современные теории управления портфелями активов, профессиональная подготовленность участников и финансовые инновации. Новейшие информационные технологии и теории менеджмента позволяют вырабатывать и оперативно модифицировать собственные системы управления рисками и их оптимизации. В результате риски могут быть наиболее адекватно оценены, идентифицированы и контролируемы в соответствии с индивидуальной инвестиционной стратегией. Все это происходит благодаря максимальной информационной наполненности систем, из которых участники оперативно получают обзоры рынков, продуктов, потоков капитала и текущей ситуации с минимальным временем на перевод средств из одного вида активов в другие и с низкими операционными издержками.

4. Компьютеризация и информатизация рынков, заключающаяся в повсеместном использовании участниками международных рынков капитала новейших информационных систем, глобальных баз данных и интегрированных компьютерных систем управления. Сегодня унифицированные информационные системы являются главной предпосылкой для возникновения современных финансовых продуктов и глобальных рынков. В настоящее время все чаще процесс принятия решений основан на сложном компьютерном моделировании, статистическом анализе огромных массивов данных и использовании новейших методов математического моделирования. В связи с этим важное значение приобретает надежность систем, обслуживающих информационные и платежные потоки, торговлю активами и хранение ценных бумаг.

5. Интеграция, концентрация и универсализация финансовых рынков. В результате либерализации и дерегулирования рынков, снятия законодательных ограничений, барьеров регулирования и роста операций иностранных участников на национальных рынках размываются границы между различными их секторами и сегментами в мировом масштабе. В результате слияний и поглощений происходит концентрация огромных финансовых ресурсов у ограниченного числа глобальных игроков, способных вести активные операции на различных рынках капитала.

Поступила в редакцию 08.08.2009 г.

**IN PROTECTION OF THE EVOLUTIONARY APPROACH
IN THE ECONOMIC THEORY**

© 2009 V. Yunin

In article the evolutionary principles applied in the economic theory have examined. Differences of rationally organized and evolutionary processes have analyzed.

Keywords: theory of evolution, a principle of methodological individualism, adaptation, functional system, creativity.

**LABOUR CONTRADICTION AS THE FOUNDATION FOR DEVELOPMENT
OF ECOLOGICAL-AND-ECONOMIC RELATIONS**

© 2009 L. Sokusheva

It was shown that, dialectic labour contradiction that, consists of the unity of its opposite sides - creation and destruction, - is the foundation for formation and development of ecological-and-economic relations.

Keywords: work, dialectical contradiction, creating and destruction, ecological-and-economic relations.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF RUSSIA AS INDUSTRIAL SOCIETY

© 2009 V. Goloshchapova

Thereupon there is a necessity in the study of developments in business behavior, which are closely connected with the formation of information resources, which are the source of their following processing and using for the purpose of informational and other demands and realization of the corresponding economical interests.

Keywords: industrial society, postindustrial economy, information resources, information security, digital era, international stir of the information, globalization of economy, transnational enterprise, transnational corporation, scientific and technical progress.

**CONDITIONS OF FORMATION AND DISTRIBUTION OF PROFIT
OF COMMERCIAL BANK**

© 2009 O. Gromadskaya

In modern conditions the well-founded policy of formation and the profit distribution, including also tax and dividend politicians is necessary for each bank. Financial results of commercial bank are defined by many factors, of them it will be a question of some in offered article.

Keywords: bank incomes, bank expenses, tax policy, bank profit, profitability, dividend.

TO THE COMPETITIVENESS OF REGIONAL UNIVERSITIES

© 2009 O. Prokhorenko

This article examines the competition and the competitiveness of regional institutions of higher education by the example of the Samara region, analyzes main trends in the regional educational market and estimates the changes that may further affect the regional education market.

Keywords: higher education, innovation, competitiveness, competition, educational services, innovative development trends in the regions.

ASSESSMENT OF THE BRAND AS A FACTOR IN DETERMINING THE FRANCHISE

© 2009 A. Shehirev

We did analysis the brand's influence of amount franchising payment, proposed author's interpretation of this problem.

Keywords: the value of the brand, the lump-sum payment, the full usefulness of brenda, royalties, rent, force brand.

CURRENT STATE OF INTERNATIONAL PAYMENT SYSTEM VISA IN RUSSIA: NEW TECHNOLOGIES AND DEVELOPMENT PROSPECTS

© 2009 M. Sheenkova

The current state of international payment system Visa in Russia is considered in article. The newest technologies, such as standardization, "universal commerce" and others are characterised. The analysis of a condition of international payment system Visa in Russia is actual now as despite stable growth of volumes of the electronic payments promoting the general development of the Russian economy, variety of problems in the payment industry remains also.

Keywords: payment system, credit cards, "chip cards", electronic payments.

ESTIMATION CHARACTERISTICS OF THE FINANCIAL STATE OF COMPANIES ABROAD

© 2009 A. Saprionova

During the world economy crisis choice of reliable business partners has become one of the top problems. Solving of the problem must be thoroughly thought-over and checked, because it directly influences efficiency of future partnership and correspondingly future of the whole company. In connection with this there is a necessity to get full and exhaustive information about the financial state of a supposed supplier or a client. Nowadays financial state analysis has become an integral part of modern business for with its help it is possible to make a conclusion about the successfulness of a company.

Keywords: financial state, bankruptcy, management, creditworthiness, financial state analysis methods.

OUTSOURCING IN THE MARKET OF COLLECTIVE INVESTMENT

© 2009 S. Ulivanova

Outsourcing - the major tendency of modern development in all spheres of economy. In the market of collective investment for today outsourcing is a perspective and demanded direction which allows to reduce expenses for creation and functioning of registration divisions of the operating company, to lower operational risks and the risks connected with the human factor, to concentrate on performance of the basic functions and, accordingly, to raise a management efficiency.

Keywords: outsourcing, collective investment, share investment fund, specialised depositary, electronic document circulation.

COMPETITION IN THE RUSSIAN MARKET OF AUTOMOBILE SPARE PARTS

© 2009 M. Saigushinskaya

Distinctive features of the Russian market of autoaccessories, tendencies of the primary and secondary markets of autocomponents are described in given article, and the analysis of competition between russian manufacturers of automobile spare parts is also carried out.

Keywords: competition, market of autocomponents, motor industry, participants of the market of autospare parts, tendencies of autocomponents market.

THE BASIC TENDENCIES OF INNOVATIVE DEVELOPMENT AND THEIR PROBLEM

© 2009 I. Timirgaliev

Are considered innovative processes as the important element of economy. In it the purposes of innovations which provide economic reproduction, high quality of made production, savings of natural resources are opened, stimulate improvement of professional skill of shots, growth of incomes and by that lay the foundation for public welfare. In work the transfer of technologies which represents transfer of scientific and technical knowledge and experience for rendering of scientific and technical services is described. Also the author covers some problems arising at realisation of innovative projects.

Keywords: innovation, innovative project, innovative process, patent, innovative activity, patent licensing, market of innovations, export technologies, transfer of technologies, innovative cycle, international competitiveness, capital market, market of a pure competition of innovations.

RECENT TRENDS OF INTERNATIONAL CAPITAL FLOWS

© 2009 L. Shaklina

The international movement of capital, being one of the areas of international economic relations, is now not only plays a critical role in the processes occurring in the global economy, but also largely determines them. It analyzes the major trends, like changes in the structure of international capital flows, the concentration of resources, reorientation of capital flows.

Keywords: international capital flows, internalization, transnationalization, multinationals, multinational banks, foreign direct investments (FDI), loan capital, venture capital, portfolio investment.

Ī àì ÿò êà àâò î đó

Как правильно подготовить статью в “Вопросы экономики и права” на персональном компьютере

Материал статьи представлять *í à ýěâêð đí í í í ì í î ñèð àěâ* в программе Word (дискета с одним файлом, содержащим последний вариант статьи) и в виде *÷âò êî é đàñî ã÷âð êè í à áóî àãã*, точно соответствующей файлу.

Ī àáí đ ò àêñò à
тип шрифта **Таймс**
размер шрифта **14 пт**
абзацный отступ 0,5 см (устанавливать
через окно “Абзац”, **не пробелами**
и не табуляцией)
межстрочный интервал “полуторный”

Ī àáí đ ò àáěèö
тип шрифта **Таймс**
размер шрифта **13 пт**
линейки внешние (рамка) 1,5 пт
линейки внутренние 0,75 пт

Ī àáí đ ô î ðî óě
в редакторе формул
все символы прямым шрифтом

Ī àáí đ ññî ěî ê í à ěèð áðàð óđó
(ñî î ñèè)
размещение внизу страницы
(меню “Вставка” подменю “Сноска”)
тип шрифта **Таймс**
размер шрифта **12 пт**

Đèñóí êè (ãðàð èèè, àèàãðàì ì ù)
в редакторах Word, Excel - **только**
черно-белые

**! Запрещается вставлять в статью сканированные рисунки (графики,
диаграммы)**

! Èñî î ěüçî ààð ù ñò èěü “Normal” èěè ø àáěî í “Ī áú ÷î ù é”

При нарушении требований к оформлению материалов

đóêî î èñè í à ì óáěèêóð ò ñÿ!

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

2009. □ 3

Главный редактор
кандидат экономических наук, доцент А.М. Михайлов
Редактор И.Н. Лошкарева
Компьютерная верстка - О.В. Егорова

Подписано в печать 27.08.2009 г. Формат 60x84/8.
Бумага офсетная. Гарнитура NewtonС.
Усл. печ. л. 6,32 (6,8). Уч.-изд. л. 7,1. Тираж 1000 экз.
Цена договорная. Заказ □
Отпечатано в издательстве ООО “24-Принт”

Мнение авторов публикаций не обязательно совпадает
с точкой зрения редколлегии.
При перепечатке материалов из научного журнала “Вестник СФЭИ”
обязательно согласование с редколлегией.