МИР НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

WNE

THE WORLD OF NEW ECONOMY

ЖУРНАЛ НАУЧНЫХ ГИПОТЕЗ И УСПЕШНЫХ БИЗНЕС-РЕШЕНИЙ

№ 3 (13), 2011 г.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ НАВИГАТОР

КОЛОНКА ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

Время социально ответственного бизнеса

НОВАЦИИ И ТЕНДЕНЦИИ

Н. Н. Думная. Правила «сборки» рыночной экономики

Т. М. Стасова. Этика бизнеса как институт рыночных отношений

СИТУАЦИЯ

Д. А. Зияев. Бедность и ограничение социальной активности человека

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ

И. Б. Кулешова. Зарубежный опыт повышения конкурентоспособности посредством роста деловой активности компаний

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОРТАЛ

В. А. Успенский, О. А. Абелев. Автомобильное кредитование

LIBRARY

А. Ю. Юданов. Практикум: как вузам выжить, несмотря на кризис?

The World of new Economy – [WNE:/идентификация и параметры.wne]

© Журнал «**МИР НОВОЙ ЭКОНОМИКИ**». © Оригинал-макет ООО «Фининформсервис НИКА».

Автор проекта **Н. Н. Думная**, организатор проекта **В. Н. Володина, А. В. Можарова**.
Дизайн и академическая архитектура оригинал-макета **В. Н. Володиной**.
Техническое решение **И. В. Крыловой, М. В. Каштанова**.
Свидетельство ПИ № ФС77-29915. Издается с 2007 г. усл. печ. л. 6,5. Тираж 1000 экз. Издатель ООО «Фабрика книг».
Тел.: 8(499)9439578, e-mail: 9439330@mail.ru; сайт: www.worldneweconomy.ru, www.worldneweconomy.com
Адрес: 125468, Москва, Ленинградский пр-т, д. 49 (здание Финуниверситета), ауд. 401.
Тел.: 8 (499) 943 95 78, e-mail: info@worldneweconomy.ru. www.worldneweconomy.ru, www.worldneweconomy.com.

Перепечатка материалов только с письменного разрешения редакции. Ссылка на журнал обязательна.

Учредители журнал: ФГОБУВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» и Н. Н. Думная

INFORMATION NAVIGATOR

EDITOR'S-IN-CHIEF COLUMN
The time of socially responsible business

INNOVATIONS AND TRENDS
N. Dumnaya. Rules for «assembling» market economy
T. Stasova. Business ethics as the institute of market relations

SITUATION
D. Ziyaev. Poverty and social activity of men

THEORETICAL PROBLEMS
I. Kuleshova. Competitiveness and innovations

EDUCATION PORTAL
V. Uspensky, O. Abelev. Car loans

LIBRARY
Workshop: how universities survive, despite the crisis?

The World of new Economy – [WNE:/редакционный совет.wne]

Главный редактор Думная Н. Н. – д. э. н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ
Зам. главного редактора: Юданов А. Ю. – д. э. н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ; Генкин А. С. – д. э. н., Исполнительный директор Консалтинговой Группы «АСПЕКТ»
Научный редактор Володина В. Н. – главный редактор журналов «Банковские услуги», «Финансы, деньги, инвестиции».
Выпускающий редактор – Муравьева А. В. – к. э. н.
Ответственный секретарь – Сергеева А. Е.
Редакционный совет.
Россия: д. э. н., проф. Б. М. Смитиенко – председатель совета; д. э. н. А. С. Генкин, д. э. н., проф. В. В. Герасименко, к. э. н. А. Ю. Грибов, д. э. н., проф. В. Г. Князев, д. э. н., проф. Я. М. Миркин, д. э. н., проф. А. А. Пороховский, к. э. н. В. В. Разумов, О. А. Рябова, д. э. н., проф. С. Н. Сильвестров, д. э. н., проф. Д. Е. Сорокин, д. э. н., проф. А. В. Холопов, к. э. н. Р. Н. Семин, Л. М. Кветной
Иностранные члены: доктор, проф. Д. Диккинсон (Великобритания), доктор, П. Леоче (Италия), доктор, проф. А. А. Мазараки (Украина), доктор, проф. Н. Павлов (Болгария), доктор, проф. Т. Хаймер (ФРГ), доктор, проф. С. Хан (США)
Журнал издается при содействии: Финансовый университет при Правительстве РФ, Блумсбергский университет (штат Пенсильвания, США), Университет г. Бари (Италия), Университет Саленто (Италия, г. Лечче), Франкфуртская школа финансов и менеджмента/ Университет (Франкфурт-на-Майне, Германия).

ВРЕМЯ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО БИЗНЕСА

В данном номере мы поднимаем две основные темы. Одна из них – это растущая бедность населения. Почему журнал о новой экономике считает необходимым привлечь внимание наших читателей к этому вопросу?

Бедность – вековая проблема человечества в самых разных странах при различных формах организации общественной жизни. В наше время инновационное развитие значительной части экономик мира, появление новых шансов для отстающих в своем экономическом развитие стран должно было бы вести к смягчению проблемы бедности, однако этого не происходит. Напротив, армия бедных растет, так как после крушения социалистической системы бедность охватила широкие слои людей в бывших социалистических странах. Поэтому мы обращаемся к тематике особенностей перехода от социализма к капитализму, а также к тематике усиления бедности населения в переходных экономиках.

Другая тема номера – как подойти к решению проблемы бедности. Поэтому наши авторы пишут о различных подходах к ведению социально ответственного бизнеса и его этике.

Разумеется, мы не забыли и традиционные для нас вопросы формирования новой экономики.

Главный редактор – Думная Наталья Николаевна,
Заслуженный работник высшей школы РФ,
д. э. н., профессор, зав. кафедрой микроэкономики
Финансового университета при Правительстве РФ,
Лауреат премии Правительства РФ

THE TIME OF SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS

In this issue we raise two main themes. One of them is the growing poverty of the population. Why magazine about new economy drawing the attention of our readers to this issue?

Poverty is the old problem of mankind in various countries, with various forms of public life. Nowadays innovative development of a large part of the economies of the world, the emergence of new chances for lagging behind in its economic development would lead to poverty alleviation, but this does not happen. On the contrary, the army of the poor is growing, because after the collapse of the Socialist system, poverty affected broad segments of people in the former socialist countries. We therefore appeal to the characteristics of the transition from socialism to capitalism, as well as the theme of strengthen poverty in transition economies.

Another theme of the issue – how to meet the problems of poverty. Therefore, our authors write about different approaches to socially responsible and ethics of business.

Of course, we have not forgotten and traditional for us issues shaping the new economy.

Professor Natalia Dumnaya
Doctor of Science (Economics), Professor Head of the Department of Microeconomics of the Finance University under the Government of the Russian Federation, Honorary Figure of Russian Higher Education, The RF Government Award winner 2010

ПРАВИЛА «СБОРКИ» РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Н. Н. Думная,
д. э. н., профессор, зав. кафедрой микроэкономики
Финансового университета при Правительстве РФ,
Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации

Новые переходные экономики следуют к рынку различными путями. К этому новому типу, по многим показателям отличающемуся от традиционных переходных экономик, относится, в частности, и Россия.

Постсоциалистические страны еще не создали у себя многих рыночных институтов. Например, бывшие государственные заводы в своем большинстве еще не научились жить по законам рынка, не превратились в настоящие фирмы. Не сложились еще и нормально функционирующие рынки капитала, земли, трудовых ресурсов. К тому же хозяйство постсоциалистических стран до сих пор страдает от самого процесса трансформации – ломки старой и создания новой экономической системы. Для этих стран характерен чуть ли не полный набор хозяйственных неурядиц, которые вообще бывают в рыночной экономике: инфляция, безработица, разнообразные кризисы и т. д.

Вместе с тем, еще в социалистическую эпоху в переходных экономиках были заложены многие условия, которые характерны не просто для рыночной экономики, а для *высокоразвитой рыночной экономики*. Нынешние лидеры мирового хозяйства – США, ФРГ, Япония и др. – прошли долгий путь развития в качестве уже вполне сложившихся рыночных экономик, прежде чем добились того же. Мы имеем в виду существование крупных предприятий с высокими технологиями, высококвалифицированную рабочую силу, мощный научный потенциал, высокие стандарты в социальной сфере и многое другое. Ничего подобного ни в традиционных экономиках, ни в переходных экономиках старого типа не бывает, пока они ни достигнут больших успехов в рыночных преобразованиях. Поэтому базовый, фундаментальный потенциал постсоциалистических экономик исключительно велик. После завершения (часто мучительного) переходного периода от них с большой вероятностью можно ожидать мощного «экономического чуда», стремительного выдвижения в число мировых лидеров. (Мировой финансово-экономический кризис лишь затормозил этот процесс).

Специфика постсоциалистических стран вообще и России в частности заставляет вспомнить и еще об одном моменте. Конкретные формы проявления рыночной цивилизации при наличии общих черт сильно отличаются по странам и регионам. Опыт показывает, что наибольших успехов в экономическом развитии добиваются те страны, которые удовлетворяют следующим двум условиям. С одной стороны, они усваивают и внедряют общие принципы рыночной цивилизации, а не изобретают «особые» экономические системы, с другой стороны, они *опираются на имеющиеся национальные ценности, традиции, культуру, религии*.

Россия обладает богатейшими историческими, культурными и духовными традициями, одним из самых развитых в мире языков – русским. У нас есть все предпосылки для того, чтобы на общих прин-

ципах рыночной системы, во взаимосвязи с мировой рыночной экономикой создать основанную на 1000-летней российской культуре рыночную цивилизацию, которая встанет в один ряд с великими рыночными цивилизациями мира.

Вместе с тем, теория самоорганизации определяет некоторые общие стратегии и подходы к принципам «сборки», создания самоорганизующихся систем.

На наш взгляд, существуют три варианта правил «сборки» системы вообще, и рыночной экономики, в частности, которые условно можно было бы назвать: 1) «Импульс», 2) «Среда» и 3) «Слом»[1].

В чем их суть?

1. Задается выборочный внутренний импульс, как бы «первотолчок». Выбирается главное звено.
2. Происходит качественное *изменение среды*, в которой функционирует система, далее она уже сама качественно меняется. Происходит в известном смысле внешнее, хотя и пронизывающее насквозь воздействие, то есть своего рода тотальный подход.
3. Осуществляется слом системы. Далее из хаоса система сама вероятностным образом создаст какие-то структуры или переходит на варианты 1 или 2.

Наиболее экономный путь, с точки зрения системы, – *импульс*. Первоначальное усилие может быть минимальным, а полученный результат по сравнению с ним огромен, так как здесь вступает в действие явление резонанса, хорошо известное в технике, когда очень малые воздействия порождают «цепную» реакцию. Математики отмечают, что и в человеческом обществе в переходные, неустойчивые моменты действия даже отдельного человека могут оказать огромное влияние на макропроцессы. Но данный сценарий требует терпения и времени. Причем очень важен стартовый момент реформы, поскольку от него зависит порядок развертывания процессов преобразований.

Не составит труда увидеть здесь аналогии с реформами, проводимыми в Китае. Они были инициированы в сельском хозяйстве. В результате начала постепенно меняться среда, так как вырос немонополизированный сектор в сельском хозяйстве, затем мелкий бизнес. К настоящему моменту произошел кардинальный сдвиг в соотношении между госсектором и частным сектором, появилась конкурентная среда, вырос эффективный спрос, и сейчас Китай переходит к следующему этапу реформ, все это произошло не за счет слома, а за счет импульса. Такой подход вполне согласуется и со старой восточной философией, отмечавшей явления резонанса («мягкое жестче жесткого, слабый сильнее сильного» и т. п.). Люди практически не пострадали. Уровень жизни вырос.

Страны Восточной и Центральной Европы пошли по второму пути – «Среда» – независимо от того, применялась ли «шоковая терапия» или эволюционный сценарий. С точки зрения синергетики, оба метода являются сценариями одного и того же пути. Дело только в факторе времени, который в данной концепции понимается не только как длительность реформ, но и как невозможность возврата к старой системе, и как синхронизация или разновременность преобразований, их разные темпы.

«Шоковая терапия» имеет свою логику – синхронизировать и ускорить процессы создания рыночной среды, но при этом складываются слишком высокие для людей издержки. Эволюционный подход к созданию среды не снижает издержек, но облегчает положение людей. Создается иллюзия, что «шоковая терапия» ускоряет переход. Но, по-видимому, это не так. Длительность перехода в итоге может оказаться одинаковой, но меняется порядок действий.

Оба сценария типа «Среда» выводят экономику далеко от состояния равновесия, чтобы к нему вернуться на качественно ином уровне. Это уже не флуктуации, типичные для саморазвивающейся

системы. Поэтому появляется необходимость стабилизации. Ничего с этим поделать нельзя. Система только тогда станет самоорганизующейся, когда она отойдет от равновесия, что фиксируется статистикой как экономический кризис.

Однако для системы небезразлична «цена» поддержания порядка. Применительно к социально-экономической сфере непомерными представляются «затраты» на поддержание репрессивной системы рабского труда в колониях, когда уже существуют другие, более прогрессивные типы общественных отношений. То же самое можно сказать о социализме казарменного типа с его напрасными затратами энергии, труда, сырья и материалов. К тому же классу явлений относится перепроизводство товаров и основного капитала, особенно в условиях нерегулируемого рынка, массовая безработица.

Высказанные замечания касаются переходных экономик. Уже работающая самоорганизующаяся рыночная система не должна быть постоянно в равновесии, но и не должна слишком далеко от него отходить.

В России реформа пошла по третьему варианту: через слом системы, подобно тому, как произошел слом, а затем строительство новой системы в 1917 году. Такая задача была действительно беспрецедентна. В силу обстоятельств (внутренних и внешних), а может быть и неосознанности выбора, Россия оказалась на менее эффективном, трудоемком разрушительном пути. В течение ряда лет предпринимались мучительные попытки перейти к варианту – «Среда». России ничего не остается, как обращаться к *административным мерам* конструирования рыночной среды. Кстати, такой сценарий – не исключение. Государство в уже работающей рыночной экономике может меньше вмешиваться в нее. В условиях слома системы (хаоса) ему следует играть ведущую *организационную роль*.

Таким образом, Россия опять оказалась не на пути регулируемого спонтанного развития, а на пути сознательного конструирования всех элементов рыночной системы. Но не является ли это, по выражению Ф. Хайека, «пагубной самонадеянностью»?

Россия осуществляет еще одну попытку догоняющей модернизации. Скопировав рамочные условия функционирования развитых рыночных экономик, приватизировав средства производства, либерализовав цены и открыв экономику для внешнеэкономических связей, реформаторы надеялись, что это автоматически запустит мотор рыночной саморегуляции и экономического роста. К сожалению, эти надежды не оправдались.

Попытки шоковой перестройки плановой экономики на рыночный лад привели вначале не к экономическому росту, а к общему упадку производства, и в первую очередь к тяжелому кризису обрабатывающей промышленности и сельского хозяйства. А ведь именно эти отрасли создают большинство рабочих мест в экономике, производят преобладающую долю добавленной стоимости, генерируют основную часть эффективного спроса.

Сложилась резкая дифференциация доходов населения. Они сильно выросли у незначительного меньшинства россиян (около 2% населения), еще 10–15% могут быть отнесены к среднему классу. На долю же остальных выпало обнищание, что во многом обесценило для них рыночные преобразования и обострило социальную ситуацию в стране.

Неблагоприятно изменилась структура экономики. В такой высокоразвитой стране, а как Россия, появился противоестественный сырьевой перекос. И эта сырьевая направленность грозит превратить Россию в придаток обрабатывающих отраслей развитых стран, обречь население страны на долговременную нищету и ввергнуть страну в состояние постоянной социальной конфликтности.

Представляется, что нынешняя попытка догоняющей модернизации, переноса на нашу почву опыта наиболее развитых стран вновь, как это уже не раз было в истории, споткнулась на недостаточном учете специфики российских условий и, в частности, на недоучете важности институциональной структуры экономики[2].

При всех вариантах «сборки» рыночной системы страна оказывается в плену парадоксальной роли государства, которое выступает в качестве реформатора системы.

Прежде всего, отметим, что в деятельности государства огромную роль играет субъективный фактор, о чем пишет Мизес: «БЮРОКРАТ не только наемный работник государства. При демократической конституции он в то же время является и избирателем и в этом качестве - частью суверена, то есть своего нанимателя. Он находится в своеобразном положении: он одновременно и наниматель, и наемный работник. И его денежные интересы, как наемного работника, заметно превышают его интересы, как нанимателя, поскольку он получает из общественных фондов гораздо больше, чем вносит в них. Это двойственное отношение приобретает все большее значение по мере того, как растет количество людей, находящихся на государственной службе. Бюрократ как избиратель больше обеспокоен получением прибавки к жалованью, чем сохранением сбалансированного бюджета. Его основная забота - раздуть ведомость на заработную плату»[3].

Кроме того, в переходных экономиках нового типа имеет место парадокс, или противоречие особого рода, когда государство само себя преобразует и ограничивает по отношению к рынку. «Перетекание» какой-то части частной собственности в государственную и, напротив, определенных блоков государственной в частную – неотъемлемая органическая черта смешанной экономики, которая, таким образом, как бы совершает колебательные движения, пульсирует. Государство в лице своих институтов склонно к самовоспроизводству и не склонно к самоограничению. Таким образом, в период становления рыночных отношений деятельность государства выглядит по-иному[4].

Л. И. Абалкин обратил внимание еще и на следующий эффект: «Самоорганизация, а рынок - это классический образец самоорганизации, характерна для достаточно устойчивых систем и не применима к переходным процессам, к переходу от одной системы к другой. И важно иметь в виду, что в условиях переходных, трансформационных ситуаций принцип самоорганизации выполняет консервативную функцию, защитную функцию. Механизм самоорганизации пытается вернуть к прежнему состоянию, избежать внешних помех и законсервировать старые тенденции. Это очень опасно. Словом, принцип самоорганизации в переходных условиях действует с прямо противоположным знаком. К тому же отсутствие каких-либо регулирующих начал в период трансформации ведет к неизбежному нарастанию хаотических процессов»[5].

Россия прошла определенный путь как страна с переходной экономикой нового типа, находящейся в рамках рыночной цивилизации. На настоящий момент можно констатировать, что рыночные отношения в российской экономике стали преобладающими и в основном созданы предпосылки для перехода к одному из вариантов рыночной цивилизации.

Сегодняшнюю Россию уже нельзя сравнить с витязем на распутье, знакомым нам по знаменитой картине В.М. Васнецова. Каким путем дальше пойти? Налево, к социализму с его стабильностью, системой социальных гарантий? Многих привлекает этот путь, но он связан и со всеми уже описанными слабостями социалистической цивилизации.

Направо, к чистому капитализму – динамичному обществу с сильнейшими механизмами мотивации всех его членов и огромными возможностями быстрого обогащения для отдельных лиц? Именно в этом направлении шло в основном развитие страны в 1992–1998 г. г. Но это тяжелая дорога для

народа, сопряженная с бедностью, отсутствием социальной защиты, а, быть может, и чреватая революционным взрывом народного гнева.

Прямо, к смешанной экономике, базирующейся на рыночных принципах, но сочетающей их с сильным государством и социальными гарантиями? Это явно наиболее привлекательно. Но проблема в том, что создание такого общества длительный и трудный процесс, требующий огромных ресурсов и усилий всего народа. Представляется все же, что иного пути нет. Опыт других стран мира практически не оставляет другого выбора. *России нужна разновидность рыночного хозяйства, представляющая собой смешанную экономику, имеющую неповторимое российское лицо*.

Главная задача данного момента для России – продолжать разрабатывать конкретную страновую модель рыночной цивилизации на основе общих мировых закономерностей рыночной экономики, но и на основе российской действительности.

Доля предприятий частного сектора в России достаточно весома. Почему же тогда в полной мере не работают рыночные отношения? Тому есть много причин, и мы неоднократно будем о них говорить. В контексте же настоящей статьи отметим следующее.

В России пучок прав собственности четко не определен и недостаточно эффективно защищен законодательно. Так, распространенным злоупотреблением директоров предприятий в России, являются действия в собственных интересах, а не в интересах возглавляемой фирмы и ее собственников. Например, недобросовестные директора часто санкционируют продажу готовой продукции по заниженным или закупку сырья по завышенным ценам у «дружественных» компаний, принадлежащих им самим или их родственникам. Тем самым прибыль уходит от предприятия и попадает в карманы владельцев фирм-посредников. Это означает, что директор узурпировал право на доход, обделив акционеров (юридических собственников) предприятия. С другой стороны, собственники предприятия или их представители порой многие месяцы не выплачивают заработную плату персоналу, нарушая право собственности последнего на труд. Можно привести примеры и нарушения прав собственности со стороны самого трудового коллектива.

На языке экономических категорий можно сказать, что в России *формальная передача прав собственности произошла, а спецификация еще находится в процессе становления*.

С развитием рынка спецификация должна вступить в новую фазу, когда в результате перераспределения «пучка» прав собственности (перепродаж, частичных взаимных уступок, банкротств плохо управляемых фирм) они консолидируются и перейдут к наиболее эффективным собственникам, способным их рационально использовать. При этом сами *эффективные собственники* обеспечат себе получение наивысших прибылей. Выгода трудового коллектива от деятельности таких собственников будет состоять в надежности рабочих мест (на процветающих предприятиях риск безработицы низок) и получении высокой заработной платы. Директорат получит высокие *легальные* доходы и перспективы роста вместе с развитием предприятия.

Перед странами, относящимися к группе стран с новой переходной экономикой, кроме задач в области институциональных преобразований, поскольку не заработал в полную силу целый ряд институтов рыночной экономики, стоят *проблемы вхождения в новую экономику*. Им нужно не только преодолевать отставание в области информационных технологий, но и стремиться к прорывному развитию в этой области.

Другая важнейшая составляющая современного ресурсного потенциала рыночной экономики – инновации в прогрессивных отраслях, а не только в ИКТ. Всем этим нужно упорно заниматься, и

такая работа в России идет. Мудрость состоит в том, чтобы перенимать зарубежный опыт, принимать во внимание допущенные ошибки, избегать тупиков, перешагивать через этапы и учитывать предшествовавший этап развития страны (концепция зависимости от предшествующего пути развития).

Государственное регулирование должно быть направлено на осуществление прямого государственного воздействия на ускорение экономических процессов в тех сферах хозяйственной деятельности, в которых рынок пока не работает, а также на создание благоприятных нормативно–правовых условий хозяйственной деятельности.

Предпринимательство составляет важнейший ресурс экономического развития. Проблемы инновационного развития стоят здесь с точки зрения разработки инновационных проектов и внедрения инноваций, а это всегда было слабым место в России. По нашему мнению, одна из важнейших целей отечественного производства – достижение оптимального уровня конкурентоспособности нашей продукции по сравнению с зарубежными аналогами. Для этого следует различными экономическими и административными методами нацелить предприятия на постоянное внедрение в производство новой продукции. Особенно нужно поощрять и поддерживать инновационные фирмы, ориентированные на производство и самостоятельное продвижение на рынки новых технологий и изделий. Динамичность производству может придать децентрализация организационных производственных структур: создание полуавтономных или автономных отделений, полностью отвечающих за прибыли и убытки, а также центров развития производства.

Кроме того, имеется другая чрезвычайно важная проблематика: формирование крупного, среднего и мелкого бизнеса в России.

Крупные хозяйственные структуры были дискредитированы в ходе экономической реформы в России, так как они не выдерживали рыночной конкуренции, теряли рынки сбыта своей продукции. На этом фоне сложилось общее негативное отношение к крупным предприятиям и другим формам хозяйственной организации, связанным с такими предприятиями. И на настоящий момент требуется их реабилитация, поскольку ни одна современная экономика не может обходиться без крупных корпоративных структур и финансово-промышленных групп. Более того, рыночная экономика может нормально функционировать только при правильном сочетании предприятий различных размеров и организационных форм, а корпоративные структуры могут выступать как способ разрешения противоречий рыночного хозяйства. В российских условиях стоят непростые задачи формирования нового для нас экономического типа – современного предпринимателя, а также преодоления инерции старого экономического мышления, пассивности и сопротивления переменам.

Для современной России принципиально важен вопрос о том, сформировалась ли в процессе перехода к рынку новая российская цивилизация со всеми ее атрибутами и специфическими чертами. На наш взгляд, к сожалению, этого пока не произошло.

---

1. *Подробнее см. Думная Н.Н. Теория самоорганизации и стратегия экономических реформ в России // Международные рынки капиталов в условиях глобальной конкуренции и перспективы инвестиций в Российской Федерации/ под ред. Пановой Г.С.- М.: ИМА-пресс, 1999. На наш взгляд, интересный и детальный анализ российской модели рыночного развития России приведен в книге А.А. Пороховского. // См. Пороховский А. А. Вектор экономического развития. М.: Теис, 2002.*
2. *Мизес Л. Бюрократия. Запланированный хаос. Антикапиталистическая ментальность. М.: «Дело», 1993. http://lib.web-malina.com/getbook.php?bid=3251&page=17*
3. *Подробнее см. Эльмурзаев А. А. Приватизация в России и за рубежом: сравнительный анализ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М.: 2005.*
4. *Абалкин Л. И. Доклад «Роль государства в становлении и регулировании рыночной экономики» Материалы международной конференции в Совете Федерации «Роль государства в становлении и регулировании рыночной экономики» (часть 1). Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ, №9 (54), 1997. С. 32.*

ЭТИКА БИЗНЕСА КАК ИНСТИТУТ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Т. М. Стасова,
аспирант кафедры микроэкономики
Финансового университета при Правительстве РФ

ЭТИКА В ОБЩЕСТВЕННЫХ СИСТЕМАХ

На современном этапе в теории и на практике ведется поиск новых подходов, механизмов и методов, направленных на повышение эффективности взаимоотношений государства и бизнеса как главных структурных элементов общественной системы, взаимоотношения между которыми являются определяющими для устойчивого и гармоничного развития всей системы в целом.

В настоящее время происходят изменения в процессах регулирования государством рыночных взаимоотношений через переход от прямых рычагов воздействия к косвенным[1]. Государство, прежде всего, находится в поиске новых возможностей влияния на взаимоотношения в системе, т. к. от позиции главного структурообразующего элемента в значительной степени зависит *поведение участников взаимоотношений* и его корректировка.

Острой проблемой на данный момент является проблема безответственного поведения, которая имеет место на всех уровнях общественной системы. Она должна быть решена и в России[2], и в мировом сообществе[3], т.к. является одной из основных угроз, приводящих к неустойчивости экономических систем. Некоторые из российских экономистов, как-то: В. В. Радаев, А. И. Субетто, А. Неклесса, А. А. Агапова, М. Л. Лучко, Ю. Ю. Перунин, С. М. Сухорукова считают, что решение данной проблемы может произойти при проведении институциональной трансформации, направленной на укрепление *фундаментальной основы общественной системы* – совокупности традиционных норм, ценностей, обычаев, этнической и культурной основ. Одним из возможных путей решения данной проблемы, по мнению ученых, является введение норм этики во взаимоотношения в рамках системы.

Понятие «этика» происходит от греческого слова «этос», что в первоначальном смысле означает *привычку, обычай, нравы, поведение*. Вопрос морали и нравственности - нематериальных ценностей высшего порядка* – был основой всех видов человеческих взаимоотношений со времен древности (императивом этики являются проблема добра и зла, проблема свободы, нормативности этики). Поддержка высокого уровня нравственности (особенно в переходный период) выступает фактором стабильности экономической системы, роста иностранных инвестиций и экономического роста, улучшения экологической ситуации в стране. По словам Э. Тоффлера, «сегодня во всем мире налицо отчетливое осознание, что прогресс не может более выражаться только в технологии или материальных стандартах жизненного уровня»[4].

Если пытаться разрешить проблемы взаимоотношений государства и бизнеса только за счет экономической и политической сфер жизнедеятельности человека, то это ведет к нарушению гармо-

ничного взаимодействия элементов общественной системы и, в конце концов, к проявлению дисбаланса внутри неё (кризисному явлению). Этика же является междисциплинарной категорией совмещая в себе фундаментальные нормы, принципы, приемлемые в любой сфере и на любом уровне системы. Можно сказать, что этика является качественным преобразователем взаимоотношений в системе, благодаря чему она обретает новое качество целостности, гармоничного взаимодействия, устойчивости, обретает качественно новую цель эволюционного развития. Общественная система приобретает те уникальные особенности, которые являются изначальным источником ее развития и формирования.

ЭТИКА КАК НАУКА

По мере формирования этики как науки образовались следующие ее виды и разновидности.

1) **Универсальная (социальная) этика**. Устанавливает нормы поведения, которые являются обязательными для всех людей независимо от их профессиональной принадлежности или социальных функций, поэтому также ее называет социальной. Данный вид этики является источником всех норм и стандартов для остальных видов этики, т.к. интегрирует все аспекты этической ответственности.

2) **Профессиональная (межличностная) этика**. Профессиональная (прикладная) этика возникает как дополнение к общим этическим нормам и определяется как дополнительная этическая ответственность индивида в связи с каким-либо видом трудовой деятельности. Регулирует качественную устойчивость профессиональных отношений с помощью особых нравственных установок, которыми руководствуются участники той или иной профессиональной группы.

3) **Персональная (индивидуальная) этика**. Выстраивает нормы морали для совершенствования качеств каждого индивидуума, отражает общие ожидания каждого человека в любом обществе. Также данный вид этики связан с процессами воспитания и образования, т. к. проявляется в отношении человека к собственной личности, а также именно персональная этика является первой контрольной точкой при любой ситуации, включая уровни профессиональной всемирной ответственности[5].

Одной из разновидностей профессиональной этики является *этика бизнеса* (хозяйственная этика) как научная дисциплина, изучающая применение этических принципов к деловым ситуациям[6]. Становление этики бизнеса как научной дисциплины началось в 1970-х гг. в США из-за необходимости борьбы с коррупцией как в деловых кругах, так и в политических, и повышения «этического сознания» и «ответственности перед обществом» участников бизнеса при проведении ими деловых операций. С точки зрения исследования взаимоотношений государства и бизнеса в рамках общественной системы этика бизнеса проявляет понимание проблем данного вопроса и служит своеобразным инструментом, отражающим их качественные характеристики.

Помимо выделения видов этики как научной категории, затрагивающих все слои общественной иерархии, существуют еще *четыре основные этические концепции*, имеющие различные ценностные ориентиры, основанные на принципах духовной, социальной, экономической сфер жизнедеятельности человека: религиозная этика, утилитаризм, деонтическая этика (этика долга), этика справедливости. В рамках выбранной государством и бизнесом концепции осуществления деятельности формируется уклад взаимоотношений в общественной системе, её структура, а также и высшая надсистемная цель, единая и поддерживаемая всеми элементами системы.

Таблица 2. Основные этические концепции

	Религиозная этика	Утилитаризм	Деонтическая этика	Этика справедливости
Критерии оценки поведения участников взаимо-отношений	Совесть, поскольку «совесть – это слово Господне, и те, кто пребывает в согласии с Богом, знают, что есть добро, а что зло»[12].	Факторы рационализма и расчета, привязанные к уровню «нравственного сознания» человека или группы людей при толковании результата. Степень соответствия образа действия и существующих законов и степень полезности и вредности деятельности[13].	Коллективное рациональное мнение, универсальное правило: «Следуй только такому закону, который ты хотел бы превратить во всемирный» (категорический императив И. Канта).	Справедливость, основанная на моральных правах индивидов, как определение праведности действий.

Сравнивая различные концепции этики бизнеса, необходимо заметить, что эффективность взаимоотношений выше там, где есть руководство высшими абсолютными нормами, т. к. индивидуумы оценивают свои мысли и поступки по высшей шкале ценностей и готовятся предстать перед судом наивысшим (суд Бога). Участники сделок стремятся поступать праведно постоянно, независимо от обстоятельств и интересов, что способствует повышению уровня доверия и взаимоотношений участников. Кроме того, высшие религиозные ценности составляют основу мировоззрения воспитанных подобным образом индивидов и являются определяющим мотивом поведения человека. Именно в рамках религиозной этики разрешается серьезнейшая её проблема – обоснованность норм и границ этики. Религиозная этика была руководством для участников хозяйственной деятельности до XVIII века, а её *принципы являлись изначальными* для последующих концепций этики бизнеса. Длительность признания данной концепции объясняется устремление к совершенствованию взаимоотношений, критерием которых выступают высшие моральные ценности.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДОМИНАНТА ПОВЕДЕНИЯ

Выделение экономики из моральной теологии и этики совпало с периодом возникновения *школы меркантилизма*. В XVI в. по мере образования капиталистического строя с либеральной идеологией ведения хозяйства происходило постепенное изменение мировоззрения человека, а, следовательно, и взглядов на поддержание строгих канонов нравственности в экономике (религиозная этика). Лейтмотивом хозяйственной деятельности выступал поиск средств обогащения нации для увеличения искусственного богатства страны**, что нашло отражение в изменении нравственных ценностей, ориентиров деятельности человека, а также взаимоотношений рынка и государства эпохи меркантилизма.

Наиболее полно и ярко отказ от абсолютных высших ценностей в сторону поощрения порочности поведения, а, следовательно, и нравственной деградации изложил Бернард Мандевиль в своих трудах «Басня о пчелах, или Частные пороки – общественные выгоды», «Исследование о моральной добродетели». Через образ процветающего улья-общества, с высоким уровнем доходов, сильной властью, законами, ненасытным потреблением, предающегося порокам или идущего на поводу у низших страстей (бессовестность, беспринципность, безжалостность, эгоизм, ханжество, зависть,

тщеславие), автор показал деградацию человеческого сознания: эффективным является лишь порочный тип поведения индивида, «ибо мы получаем от них [пороков] выгоды»[9].

Далее по мере развития либеральной экономики развивалась и укреплялась доминанта экономических императивов. Игнорирование этических принципов как составляющей духовной и социальной сфер постепенно приводило состояние общественной системы к кризисному, т.к. следование высшей цели, предъявленной экономической сферой и поддерживаемой политической сферой, по природе системы, ведет к её неустойчивости и структурному дисбалансу. Так, идеология классической политической экономии также не учитывала этическую точку зрения, т.к. механизм экономической жизни производит собственной силой то, что этика ожидает от осуществления своих идеалов: «Природа, создающая все, даже самое великое, простейшими средствами, так устроила социальный порядок, что действия, лишенные нравственного элемента, ведут к тем же результатам, как ожидают моралисты от добродетели, самообладания и человеколюбия»[10]. Эта к онцепция является прообразом нынешнего эгоистического экономического мышления, существующего в рамках гедонистического утилитаризма.

Таким образом, постепенно утверждается верховенство хозяйственных процессов, подчиняющих себе все сферы бытия человека. Ценности и ориентиры в экономике постепенно становятся главенствующими и в обществе. По словам М. Вебера, «мировоззрение» теперь определяется интересами торговой и социальной политики[11]. Сюда можно отнести экономические школы меркантилизма, классическую школу (за исключением взглядов Дж. С. Милля), марксизм, неоклассиков (за искл. Г. Сиджуика), ранних институционалистов, кейнсианства, ультралиберализма, монетаризма, рыночного фундаментализма. В большинстве своем экономические школы в эпоху постиндустриализма (с 80-х – 90-х годов XX века и до наших дней) осознают неполноценность созданной капиталистической модели общественной системы, поставившей под угрозу безопасность жизнедеятельности человека, и стремятся экономически доказать необходимость создания новых условий внутрисистемной среды, способных оказывать благотворное влияние, прежде всего, на главное звено общественной системы – человека. Тем самым происходит отход от доминанты экономической сферы на другие доминанты, прежде всего, духовную и социальную.

ЭТИКА БИЗНЕСА

Противовесом взглядам экономического либерализма являлись школы, поддерживающие активную роль государства в экономике: историческая, неолиберальная, а также социально-рыночного хозяйства. Её сторонники рассматривали *этику как неотъемлемую основу любой деятельности человека, как национальное эволюционное мировоззрение, основанное на традициях и усовершенствованное на благо современности:* «Одного экономического идеала не может быть для народов, точно также как платье не шьется по одной мерке»[12]. *Этика, по их мнению, пронизывает и лежит в основе любых взаимоотношений индивидуумов*, а, следовательно, является фундаментом взаимоотношений таких социальных систем, как государство и бизнес. Вебер в труде «Протестантская этика и дух капитализма» показал значение религиозных нормативов, этики ответственности для формирования товарно-капиталистических отношений, выявил влияние религии на экономику. *По его мнению, экономическая деятельность – это не погоня за наживой, а целеустремленная деятельность, профессиональный долг, следование определенным нормам хозяйственной этики*[13].

На современном этапе переход к экономике, строящей взаимоотношения в системе общества на основе этических взглядов, можно наблюдать как неизбежный, т. к. рыночная экономика и основанное на ней общество как живой организм стремится к самосохранению. Общественная система

в поисках устойчивости близка к нахождению фундаментального структурного элемента (института), способного влиять на взаимоотношения во всех уровнях системы. Таким элементом, по нашему мнению, может быть признана этика бизнеса.

При введении государством этики бизнеса как института рыночных отношений формируется новая форма регуляции взаимоотношений, при которой повышается устойчивость других экономических институтов (доверия, репутации, сотрудничества), что в конечном итоге образует эффективную рыночную среду и повышает благосостояние общества в целом. Как отмечает Д. Д. Вогель: «Хозяйственная этика, практикуемая людьми в определенном порядке хозяйства, и действующий этос хозяйственной надежности повышают благосостояние общества»[14].

Итак, *этика бизнеса как институт рыночных отношений* – это система норм, стандартов, правил для регулирования поведения и взаимоотношений участников хозяйственной деятельности, поддерживаемая государством, которая на основе этических парадигм формирует устремление к высшим морально-нравственным ценностям как к надсистемной цели на каждом уровне системной иерархии. Воздействие этики в условиях рынка проявляется в изменении качества взаимоотношений участников экономического процесса (взаимное доверие и надежность партнеров), а также в снижении издержек заключения договоров (трансакционных издержек) и в конечном итоге в росте благосостояния общества.

Наиболее эффективной с точки зрения взаимоотношений является концепция этики, построенной на высших абсолютных ценностях. Необходимо также заметить, что при такой системе взаимодействия принцип эгоистического интереса заменяется коллективным интересом и сотрудничеством, где каждый заинтересован в успехе и благополучии другого. Этика бизнеса как рыночный институт, основанная на высших абсолютных ценностях, может способствовать снижению информационных издержек ex ante, т. к. предусматривает корректность и правдивость в передаче информации, и особенно влияет на уровень издержек ex post, практически, исключая программу оппортунистического поведения.

Однако достижение подобных результатов возможно только через принятие этических норм всеми хозяйствующими субъектами, т. е. необходимо построение институциональной инфраструктуры. Мы согласны с Д. Вогелем, который пишет: «Экономика представляет собой область культуры, и не вызывает сомнения, что она может функционировать только при существовании определенной системы этических ценностей и принятия этой системы большинством населения»[15].

* *В учениях древнегреческих ученых, в частности Сократа, Платона, Аристотеля, ценности делятся на материальные и ценности высшего порядка, к которым относятся разные душевные способности и добродетели; главные из них мудрость, мужество, умеренность и справедливость.*

** *Богатство здесь рассматривается только с материалистической (рукотворной) позиции. Меркантилисты подразделяли богатство на естественное (климат, геоположение) и искусственное (промышленная продукция), с целью управления объемами последнего при помощи определенной политики.*

1. *В. Путин похвалил бизнесменов за ответственность. – Режим доступа: http://top.rbc.ru/society/01/06/2010/414828.shtml*
2. *Хазин М.. Россия обошлась на саммите G20 без предложений. – Режим доступа: http://fintimes.km.ru/aktualnye-temy/8262*
3. *Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2002. С. 211–214.*
4. *Перунин Ю. Ю., Борисов В. К. Этика бизнеса: учебник. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. С. 60–61.*
5. *Перунин Ю. Ю., Борисов В. К. Этика бизнеса: учебник. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. С. 78.*
6. *Андрианова Л. Н. Этика и профессиональные стандарты. Рабочая тетрадь №1. – М.: Академия народного хозяйства, 2006.*
7. *Перунин Ю. Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. С. 90.*
8. *См. там же. С.231.*
9. *Агапова И. И. Экономика и этика: аспекты взаимодействия. – М.: Юрист, 2002. С. 26.*
10. *Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. С. 130.*
11. *Рошер В. Система народного хозяйства // Мировая экономическая мысль сквозь призму веков. Т. III. Ч. 1. – М.: Мысль, 2005. С. 237.*
12. *Бартенев С. А. История экономических учений. – М.: Магистр, 2007. С.106–115.*
13. *Вогель Д. Д. Этика бизнеса: прошлое и настоящее // Уроки организации бизнеса. – Спб.: 1994. С. 35.*
14. *Агапова И. И. Экономика и этика: аспекты взаимодействия. – М.: Юрист, 2002. С. 11.*

БЕДНОСТЬ И ОГРАНИЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Д. А. Зияев
Председатель Правления
ЗАО ТАКПСБ «Таджпромбанк»

В переходных экономиках особенно усиливаются проблемы бедности населения, которая приводит к ограничению социальной активности человека (группы людей) до их исключения (эксклюзии) из общественной жизни вследствие барьера реализации социальных и гражданских прав человека. В настоящее время среди экономистов и не экономистов весьма популярно понятие эксклюзии. Что же такое эксклюзия? Остановимся на экономическом, социологическом и психологическом понимании этого феномена.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Экономическое понимание социальной эксклюзии прошло длительный путь от примитивной идентификации бедности и эксклюзии к установлению сложной взаимосвязи между занятостью, доходом и социальной активностью человека. К. Даффи (K. Duffy) одним из первых дал экономическое определение социальной эксклюзии: «…недостаток материальных средств и неспособность успешно участвовать в экономической, социальной и культурной жизни, а также, по ряду характеристик отчуждение и дистанцирование от основного хода общественной жизни»[1]. Первоначально в экономическом подходе между эксклюзией и материальной несостоятельностью ставился знак равенства, а бедность определяется ведущей причиной эксклюзии. Хотя здравый смысл подсказывает, что совсем необязательно, чтобы социальная изоляция была опосредована исключительно бедностью. Тем не менее, нельзя отрицать и отсутствие связи между эксклюзией человека из общества и уровнем его достатка.

Борьба с бедностью в рамках раннего экономического подхода становится основой программ социальной инклюзии[2]. Однако опыт показывает, что даже очень хорошо организованные и успешные программы преодоления бедности, как, например, программа адресной помощи в Великобритании, основанная на принципе оценки бюджета семьи и удовлетворенности потребностей, не позволяет преодолеть эксклюзии бедной части населения из общества. Более того, даже хорошо организованная экономическая помощь становится дополнительным фактором эксклюзии людей из общественной жизни. С одной стороны, факт экономической помощи становится причиной дополнительной стигматизации бедных слоев населения.

Так, многие аналитики полагают, что беспрецедентный рост адресной помощи в Великобритании за последние 15 лет породил новые формы эксклюзии и стигматизации социально незащищенных слоев населения[3]. С другой стороны, экономическая помощь препятствует проявлению большей самостоятельности нуждающихся в поиске путей решения проблем. Эти два аспекта: стигматизация и иждивенческая позиция – питают друг друга. Заметим, что для осознания ограниченности данной версии экономического подхода исследователям пришлось выйти за пределы экономических схем и обратиться к социально-психологическим последствиям адресной помощи.

Решение проблемы бедности не помогает решить проблему эксклюзии в семьях с ребенком, имеющим особые потребности. Наследственность и психосоциальная история развития, которые могут вызывать эксклюзию, не компенсируются увеличением дохода семьи за счет пособия. Более того, семья начинает испытывать давление со стороны окружающих, которые, оставаясь нетерпимыми к проблеме особого ребенка, не понимают, почему родители ребенка инвалида получают большую социальную помощь. Известен случай, когда местные жители напали на зарубежных спонсоров одного из российских детских домов, считая несправедливым предоставление помощи только детям-сиротам.

Итак, низкий доход еще не показатель социальной эксклюзии, а денежной помощи недостаточно для включения человека в общественную жизнь. Современный экономический подход к проблеме социальной эксклюзии основывается на оценке трудовых доходов человека. Профессиональная занятость – это основной путь получения дохода, высокого социального статуса и признания в либеральном капиталистическом обществе. Соответственно, безработица – это тот пробел в социальной позиции, который представляется основным препятствием для инклюзии человека в общество. Основной стратегией преодоления проблем эксклюзии, в том числе и эксклюзии из образования, признается обеспечение постоянной занятости родителей. Следует отметить, что данная точка зрения весьма распространена среди специалистов социальной сферы и в России. Так, на одном из семинаров по социальному сиротству специалист отдела социальной защиты отметила, что стратегия профилактики социального сиротства может быть успешно реализована только при разумной политике в области труда.

Современный экономический подход основывается на том, что одни виды эксклюзий теснее связаны с уровнем дохода, чем другие. Так, отмечается, что эксклюзия детей из-за недоступности популярных детских развлечений и модной одежды, которая связана с неформальной спонтанной социализацией детей в подростковом возрасте, теснее связана с доходом семьи, чем, например, эксклюзия из-за неадекватного поведения и академической неуспешности.

Развитие экономического подхода определило необходимость выйти за рамки исключительно экономических показателей эксклюзии и рассматривать в контексте других социально-политических критериев. Признание необходимости изучать экономические критерии эксклюзии во взаимосвязи с другими характеристиками определило многие достижения современного экономического подхода к проблеме социальной эксклюзии. Представители других подходов отмечают, что профессиональная занятость – необходимое, но недостаточное условие для включения человека в общество. Труд, не обеспечивающий соблюдение социальных прав работника, все чаще рассматривается наряду с безработицей как фактор эксклюзии человека из общества. Современный экономический подход к социальной эксклюзии и инклюзии тесно связывает эти понятия с проблемой социальной мобильности, возможностью человека перемещаться из групп с более ограниченным доступом к социальным благам в группы с большим доступом к социальным благам.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Этот подход к изучению таких феноменов как дискриминация, нетерпимость, эксклюзия направлен на выделение и описание групп риска с точки зрения количественных и качественных показателей. Суть социологического подхода состоит в том, чтобы посредством выделения групп риска и наблюдения за их динамикой изучать изменение ситуации, определять наиболее актуальные (болевые) точки негативных социальных процессов. Социологический подход направлен на оценку масштаба распространения социальной проблемы. Имплицитно, социологический подход опирается на анализ влияния общественных и культурных норм на представленность социальных проблем. Поэтому критерии распознавания и оценки социальных проблем представлены как комплексные показатели.

Именно в рамках социологического подхода было генерировано понятие «социальное меньшинство» – группа людей, которые ограничены в реализации своих прав в силу совокупности ряда признаков, по которым каждый член группы дискриминируется[4]. Например, дискриминация женщин в сфере труда происходит вследствие того, что женщины обладают иными ресурсами здоровья, в определенные периоды жизни они заняты воспитанием детей и семьей (и не могут быть хорошими работниками), не обладают необходимым общественным авторитетом. Поэтому объявление «требуется специалист в возрасте от 24 до 30 лет, со стажем не менее 5 лет, готовый к ненормированному рабочему дню на административную должность» по своей сути дискриминирует женщину, которая в этот возрастной отрезок, скорее всего, не может соответствовать перечисленным требованиям. Традиционно, к социальным меньшинствам относят пожилых, детей, людей с ограниченными возможностями, женщин. Количественно социальное меньшинство может быть значительным, но его социальная роль невелика в силу ограничения доступа к правам.

Социологический подход выдвигает совокупность показателей, по которым может быть определен факт эксклюзии (дискриминации, нетерпимости). К таким критериям в первую очередь относят качество жизни, многообразие связей в ближайшем и близком социальном окружении, ресурсы и ограничения, которые характеризуют ситуацию человека. Так, было выделено 5 основных критериев формальной оценки эксклюзии ребенка:

- сочетание домохозяйств на одной территории (доля семей с одним родителем, одиноких людей, пенсионеров, все, что составляет ресурсы или ограничения жизни ребенка в комьюнити);
- доход домохозяйств (20% самых обеспеченных и самых бедных домохозяйств);
- сочетание людей и домохозяйств разных этничностей и национальностей (удаленность от традиционной национальной культуры и обычаев);
- участие в обществе (измеряется по заработной плате и налогам, которые платит человек);
- коммунальные условия (вид владения жильем, плотность жилья, смена мест проживания)[5].

Введение этих критериев в исследование имело значение для определения бытовых, повседневных признаков эксклюзии человека из общества.

Также были обнаружены социогеографические характеристики эксклюзии. Наиболее высокий риск эксклюзии присутствует в крупных городах, население которых превышает 100 тыс. Соединение экономического и социологического подхода позволило сравнить связь эксклюзии и дохода в городе и селе. Было определено, что низкий доход становится причиной эксклюзии в городе гораздо чаще, чем в сельской местности.

Выявление групп риска эксклюзии существенно отличается от определения социальных меньшинств в концепциях дискриминации. В рамках социальной эксклюзии критерии групп риска много разнообразнее, чем в концепции дискриминации. Одним из слабых мест анти-дискриминационной практики является, по сути, дискриминационный характер определения критериев принадлежности к социальному меньшинству (J. Hopton, 1997)[6]. Отнесение женщин к социальному меньшинству и определение необходимости их большей социальной защиты неизбежно означает дискриминацию мужчин и т. д. Социологическому подходу к социальной эксклюзии удается избежать этой проблемы путем не противопоставления групп риска более благополучным группам населения. Социологическая классификация эксклюзии много сложнее, чем дискриминации. Кроме признака социального меньшинства используются комплексные показатели, такие как психологические установки тех, кто исключается из общественной жизни, и социальный статус этих людей.

Несмотря на существенные различия экономического и социологического подходов, они имеют общую черту – сосредоточенность на самом явлении исключения людей из общественной жизни и на аспектах общественной жизни, из которых исключаются люди: образовании, здравоохранении, труде, социальном обеспечении. Этот фокус исследования имеет свои плюсы и минусы. К несомненным плюсам можно отнести подробное и всестороннее описание социальной реальности; к минусам – явно описательный характер, затруднение в определении причин социальных проблем и, следовательно, путей их преодоления.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Данный подход к проблеме бедности сосредоточен на понимании поведенческих и личностных механизмов, которые содействуют укоренению таких феноменов как дискриминация, неравенство, эксклюзия. Как и другие подходы, психологический подход весьма неоднороден.

Психологический подход может быть направлен на анализ поведения тех, кто дискриминирует, отчуждает, проявляет нетерпимость, и тех, кого дискриминируют, отвергают, к кому относятся нетерпимо. Сбалансированный психологический подход должен быть в равной степени обращен и к тем, кто проявляет дискриминационное (негуманное) поведение, и к тем, кто становится его жертвой. В противном случае психология оказывается либо инвалидизирующей (если в фокусе только негуманное поведение) или дискриминационной по сути (если в центре исследования – только «жертвы»).

В рамках психологического подхода трудно выделить различие в понимании таких феноменов как дискриминация, нетерпимость, эксклюзия – все они идентифицируются со стереотипами, предрассудками, низким уровнем локус-контроля (неготовностью брать ответственность на себя) и склонностью человека к стигматизации. Однако ни один другой подход не уходит так далеко от опоры на основной источник неравенства, бедность, как психологический.

Одно из психологических объяснений фокусируется на проблеме предубеждения и стереотипов отношения к Другому. Присущие природе человека страх перед «ущербными» и «другими», готовность избежать контакта с тем, кто нуждается в длительной помощи (без особой надежды на то, что это приблизит человека к «нашим» нормам), являются довольно мощными факторами эксклюзии, дискриминации и нетерпимого отношения. Такие технологии как наделение клиента властью над собственной жизнью (*empowerment*), социальная практика, основанная на силах человека (*strength-based social work*) основываются на преобразовании сознания специалистов социальной сферы и тех, кто к ним обращается.

Изучение внутренних причин эксклюзии, дискриминации привело психологов к выводу, что с точки зрения психологических качеств в такой ситуации может оказаться любой человек. Однако есть поведенческие паттерны, которые провоцируют окружающих на негуманное поведение, такие как виктимность, экстернальность, агрессивность.

Наиболее полное воплощение психологический подход к социальным проблемам и путям их решения получил в *теории идентичности*. Различение социальной и индивидуальной идентичности позволило психологам определить роль самоотношения и самопрезентации как внешнего и внутреннего факторов эксклюзии и дискриминации. Идентичность (позиционирование себя в системе отношений, определение всевозможных ролей и типов отношения к себе в контексте ситуаций) является ведущим фактором терпимого поведения и готовности участвовать в инклюзии.

Каково же место психологического подхода в понимании и решении социально-экономических проблем бедности? В первую очередь психологический подход содействует формированию повседневной практики специалистов социальной сферы. Их профессиональное поведение регулируется стремлением избежать любого психологического факторы, который провоцирует дискриминацию, эксклюзию или нетерпимость. По сути, новые позитивные стандарты отношения к общественным проблемам зарождаются в социальной сфере. Можно выделить последовательность шагов специалиста социальной сферы (учителя, врача, социального исследователя, социального работника, психолога, социального педагога и т.д.), направленную на преодоление социальных предубеждений. В таблице 1 приведено описание проработки дискриминационных установок помогающего специалиста.

Психологический подход вскрывает механизмы трансляции как позитивных, так и негативных социальных норм. По сути, социальные нормы являются скорее социально-психологическими, т.е. интегрируют культурную и индивидуальную компоненту регуляторов отношений в обществе.

Таблица 1. Работа с дискриминативными установками на уровне отдельного случая[7]

Этап работы	Пути реализации
Изживание из сознания специалиста дискриминативных установок	Выявление наличия установок, формирование приемов по диагностике их наличия, развитие гибких и вариативных представлений о социальных ролях людей, выработка основ уверенного поведения (антитезы психологическим манипуляциям). Проведение границы между профессиональным и личным восприятием социальной проблемы.
Содействие в преодолении стигм в сознании клиента	Выявление взаимосвязи манипуляций, которые реализует человек, и социальных стигм, которыми он оперирует. Проработка негативного опыта, который связан с появлением дискриминативных установок. Преодоление деструктивных чувств (вины, ненависти, тревоги), которые создают питательную среду для дискриминативных установок.

Поиск социально обусловленных причин особенностей тех, чьи права ущемляются	Смещение акцента с особенности человека на социальные причины ее возникновения (например, люди с ограниченными возможностями не обладают рядом психологических ресурсов, потому что эти ресурсы никто не развивает)
Побуждение социальных меньшинств к социальной активности, принцип взаимопроникновения политических интересов и личных	Формирование групп самопомощи как для людей с особыми потребностями, так и для их окружения; содействие развитию сети организаций, которые включают объединения людей с особыми потребностями.

Опасность применения психологического подхода состоит в том, что специалист может обращать внимание на проблему дискриминации или неравенства только в контексте отдельного случая, что не позволяет выйти на уровень обобщения социальных проблем и выработки их комплексного решения. Объективно оказываясь несостоятельным решить проблему дискриминации или эксклюзии (в силу отсутствия политико-правовой базы и нужных институтов), но оставаясь в рамках психологического подхода, специалист утрачивает осознание возможностей и ограничений своей практики.

Рассмотрение различных подходов к проблеме эксклюзии подводит нас к выводу о том, что бедность наносит урон личности и обществу, которое теряет мощный созидательный потенциал многих людей.

---

1. Armstrong, F., Armstrong, D., Barton, L (ed) Inclusive Education: Policy, Contexts and Comparative Perspectives // London Press. 2001. P. 162.
2. Thompson N. Anti-discriminatory practice // British Association of social workers, Arena. 2000.
3. Armstrong, F., Armstrong, D., Barton, L (ed) Inclusive Education: Policy, Contexts and Comparative Perspectives // London Press. 2001. P. 13.
4. Hopton J. Anti-discriminatory practice and anti-oppressive practice: a radical humanist psychology perspective // Critical social policy. Vol.17 (3). 1997. P. 231–238.
5. Thompson N. Anti-discriminatory practice // British Association of social workers, Arena.2000. P. 47–48.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ИННОВАЦИИ

И. Б. КУЛЕШОВА,
заместитель председателя совета директоров
по финансово-экономическим вопросам ДСК-1,
к. э. н.

ОТ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ К НЕЦЕНОВОЙ

На микроуровне конкурентоспособность обычно понимается как способность организации увеличивать объем своего производства, свою рыночную долю и прибыль. В традиционной экономической теории стать более конкурентоспособным означает производить более дешево, например, путем снижения затрат труда. Но уже в 30-ые годы XX в. появились первые работы, где неценовые факторы стали рассматриваться как важные детерминанты конкурентоспособности на микроуровне. К настоящему времени эта позиция стала общепризнанной.

Неценовые факторы весьма разнообразны, они включают:

- Характеристики человеческих ресурсов, такие как умения и навыки, квалификация, мотивация работников.
- Технологические факторы, такие как потенциал НИОКР, способность адаптировать и использовать технологии.
- Управленческие и организационные факторы, как внутрифирменные, так и характеризующие внешние взаимосвязи организации с потребителями, поставщиками, государственными и частными исследовательскими институтами и другими организациями.

Эти факторы определяют способность компании завоевывать и поддерживать выгодное положение в условиях изменений технологической, экономической и социальной среды. Прибыльность и выживание остаются конечными индикаторами конкурентоспособности организации.

Примерно так же определялась и эволюционировала парадигма конкурентоспособности для макроуровня (обычно национального), где, впрочем, это понятие, хотя и широко используется, обычно рассматривается как менее определенное, чем на уровне организации. Исторически наиболее широко используемые индикаторы относятся к международной торговле. Как и для микроуровня, в течение длительного времени цены рассматривались как основной детерминант состояния торговли (так, именно к ценам и издержкам, в сущности, сводится классическая теория сравнительных конкурентных преимуществ).

Этот подход стал пересматриваться во второй половине XX в., чему способствовали, например, исследования германского и японского «экономического чуда». Падение экспортных цен в США и Великобритании и рост экспортных цен в Японии и Германии в разительном противоречии с теорией сопровождались увеличением доли экспорта не первых, а последних двух стран. Это привлекло внимание к важности неценовых факторов для национальной конкурентоспособности. В результате торговый баланс все в большей степени утрачивал статус единственного или даже просто значимого индикатора национальной конкурентоспособности. Все больше внимания стало уделяться внутренним условиям, институциональным, инфраструктурным факторам и пр.

А КОНКУРИРУЮТ ЛИ ДРУГ С ДРУГОМ СТРАНЫ?

Эволюция взглядов на межнациональную конкурентоспособность на этом, однако, не остановилась, появились даже идеи, выглядящие почти еретически. П. Кругман в своей статье «Конкурентоспособность – опасное наваждение» выступает против самого понятия конкурентоспособности на национальном уровне[1]. Он утверждает, что политики часто объясняют экономические болезни недостатком конкурентоспособности с другими странами, чтобы избежать других, менее политически приемлемых диагнозов. «Идея, что экономическое благосостояние страны в значительной степени определяется ее успехом на мировых рынках – это лишь гипотеза, и вовсе не обязательно истина; что касается ее практического, эмпирического подтверждения, то эта гипотеза безнадежно ошибочна. Действительно, на практике мы не наблюдаем, чтобы ведущие мировые нации конкурировали друг с другом в какой-то существенной степени, или чтобы любая из их основных экономических проблем могла быть приписана к неудачам в конкуренции на мировых рынках»[2].

П. Кругман приводит эмпирические доказательства недостаточной, по его мнению, значимости международной торговли для жизненного уровня в США, и утверждает, что такие же результаты получены для Европейского Сообщества и Японии. «В каждом случае темп роста уровня жизни по существу равен темпу роста внутренней производительности – не производительности относительно конкурентов, а просто внутренней производительности»[3]. По мнению П. Кругмана, мир не является таким взаимозависимым, как думают некоторые люди, в любом случае страны не конкурируют как корпорации – они не подвержены банкротству, а международная торговля не является игрой с нулевой суммой. Автор заключает, что одержимость национальной конкурентоспособностью опасна и может приводить к ненужным, излишним торговым конфликтам.

КАК НЫНЕ ИЗМЕРЯЮТ МЕЖДУНАРОДНУЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Позиция П. Кругмана, несмотря на огромный авторитет автора, была с самого начала обречена на то, чтобы остаться особым мнением. В наш век количественных измерений научный мейнстрим просто не может отказаться от измерения конкурентоспособности стран. Институт развития менеджмента в Лозанне и Мировой Экономический Форум разработали систему оценки мировой конкурентоспособности, с помощью которой проранжировали 22 страны ОЭСР в соответствии с 378 различными индикаторами, которые были сгруппированы в 5 факторов: интернационализация, наука и технологии, менеджмент, инфраструктура и человеческий фактор, включая образование и квалификацию. Такая система оценки позволяет учитывать много разнообразных параметров, хотя некоторыми специалистами отмечается произвол относительно того, какие собственно факторы включать и какие придавать им веса.

В ответ на критику, аналогичную возражениям П. Кругмана, этот подход был модифицирован. В 1996 году Форум изменил свое определение конкурентоспособности, дав вместо него следующее: «способность страны достичь устойчивых высоких темпов роста ВВП на душу населения»[4]. В 1996 году индекс конкурентоспособности стран, рассчитанный Мировым Экономическим Форумом, включал 155 индикаторов, охватывающих объемную статистику и результаты экспертных опросов. Рассматривались такие факторы, как открытость рынков, уровень налогов, уровень сбережений, инвестиции в человеческий капитал. Результирующие международные рейтинги конкурентоспособности стран ЕС оказались ниже, чем у США и Японии.

Таким образом, конкурентоспособность следует рассматривать как развивающееся понятие. Например, в США, начиная с 1970-х годов, это понятие последовательно рассматривалось как относящееся главным образом к торговле и торговой политике, затем промышленной и технологической политике, а последнее время связывается непосредственно с возрастанием уровня жизни[5]. На наш взгляд, при рассмотрении взаимосвязей между инновациями и конкурентоспособностью целесообразно интерпретировать национальную конкурентоспособность в терминах таких факторов, как рост, производительность и внешняя торговля, каждый из которых обычно понимается как важный для экономического развития.

Согласно М. Портеру существуют несколько взаимозависимых, взаимно усиливающих друг друга свойств, которые определяют, имеется или нет в данной стране среда, дающая возможность организации в определенной отрасли успешно конкурировать[6]. М. Портер описывает такие факторы как наличие инфраструктуры и рынка квалифицированного труда, условия спроса на товары и услуги отрасли, ситуация в отраслях, связанных с данной и поддерживающих ее, включая существование конкурентоспособных поставщиков, корпоративная стратегия, структура и конкурентная среда в том плане, что из них «каждый отдельно и как система создают контекст, в котором национальные фирмы рождаются и конкурируют»[7]. Он считает, что для конкурентоспособности наиболее важная проблема заключается в давлении, которое оказывают эти факторы, вынуждая организации осуществлять инновации. В последнее время все больше акцент делается на глобализации конкуренции, распространении многонациональных корпораций и интернационализации центров производства[8].

Дальнейшие исследования подчеркнули важность учета исторической специфики и развития уникальных характеристик национальных экономик. Это означает необходимость выработки политики в различных областях помимо традиционно разрабатываемой национальной экономической политики. В то время как конкурентоспособность организаций, очевидно, отражает успешное управление со стороны предпринимателей или корпоративных менеджеров, их конкурентоспособность также определяется свойственными для каждой конкретной страны долгосрочными тенденциями изменения эффективности национальной производственной структуры, ее технологической инфраструктуры и другими факторами, определяющими внешние условия функционирования организаций.

Таким образом, можно говорить о развитии более целостного и системного подхода, в рамках которого огромное внимание уделяется взаимодействиям между микро- и макроуровнем, значению национальной среды для конкурентоспособности организаций. Не удивительно, что с течением времени при таком, ориентированном на среду подходе все больше внимания стало уделяться степени инновативности этой среды.

Инновационная компонента конкурентоспособности

Инновационный процесс в каких-то отношениях можно сравнить с производственным. Однако процесс создания нового продукта длительнее производственного Он может включать в себя гораздо больше различных этапов, шагов, чем процесс производства. Инновационные проекты, поскольку они связаны с гораздо более сложными процессами, чем производственные, в принципе более уникальны, они не повторяются так часто, как производственные. Инновационные системы, в отличие от производственных, ориентированы не на повторение, воспроизведение той же самой продукции, а на поиск и утверждение нового. В одних отраслях инновационные процессы более стандартизированы (например, в фармацевтической промышленности разработка каждого нового препарата включает ряд одинаковых шагов, этапов), а в некоторых других отраслях каждый инновационный проект может быть уникальным.

Диверсифицированные промышленные предприятия могут осуществлять одновременно сотни инновационных проектов в десятках различных подразделениях. Каждый проект может быть нацелен на немного различающиеся продуктовые ниши на рынке. Тем не менее, несмотря на значительные различия инновационных проектов в разных странах, можно выделить некоторые общие черты и закономерности управления инновационными процессами в мире в целом.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ИНТЕРАКТИВНАЯ ПРИРОДА ИННОВАЦИЙ

Важно подчеркнуть, что характеристика организации или страны как инновационной – это не статическая, а динамическая характеристика. То есть активная инновационная деятельность – это не какое-то статическое состояние организации, к которому она стремится и которого однажды раз и навсегда достигает.

При этом современный подход к управлению инновационными процессами предполагает отказ от так называемой «линейной модели», т. е. от представления, что исследования, за которыми следуют опытно-конструкторские разработки, в последовательной и поступательной манере приводят к инновациям. Напомним, что существуют две версии линейной модели инновационных процессов[9]. Первая – так называемая модель «технологического давления» – представляет инновации как результат развития новых идей в фундаментальной науке, имеющих коммерческий потенциал. Вторая – модель «рыночной тяги» – описывает инновационный процесс как возникающий в результате рыночной потребности, обнаруженной новатором, и на удовлетворение которой направлены усилия.

В настоящее время основное внимание уделяется интерактивной природе инноваций, подчеркивается важность разнообразных, достаточно комплексных и разнотипных процессов обратной связи. Можно идентифицировать два основных типа интерактивных взаимодействий с внешними агентами. Первый тип охватывает взаимодействия с потребителями, поставщиками и сотрудничающими организациями, когда мониторинг текущего состояния спроса и предложения может оказывать влияние на некоторые или все стадии разработки, производства и маркетинга и приводит к обратной связи в рамках этих стадий. Взаимодействия второго типа возникают, когда технологические или производственные компетенции организации оказываются неадекватными текущим задачам, требуют более широкой научной и технологической системы. Когда на любой стадии инновационного процесса возникает проблема, специалисты обычно сначала обращаются к существующим источникам знаний. Если они оказываются неадекватными, возникает потребность в дальнейших исследованиях, как внутренних, так и внешних.

При интерактивной модели инновационных процессов необходимы тесные синергетические связи между различными частями системы НИОКР организации, между системой НИОКР и другими производственными системами организации, между организацией и другими частными и государственными институтами – так называемые инновационные сети. Как отмечает С. Фриман, «вопрос заключается не просто в том, чтобы получить много информации, часто существует избыток информации. Проблема инновационного процесса – обработать и преобразовать информацию из различных источников в полезные знания о проектировании, производстве и продаже новых продуктов и процессов»[10].

В отличие от традиционных подходов к управлению компанией, управление инновационной организацией базируется на двух основных принципах.

Во-первых, менеджеры организации для повышения эффективности инновационной деятельности должны управлять процессами создания и распространения нововведений в масштабах расширенной организации, создавая сетевые организационные структуры, позволяющие развивать необходимые знания, компетенции, поддерживать постоянный процесс обучения в организации.

Во-вторых, для эффективного управления организацией необходимо создавать платформы развития организации на базе интеграции технологий и компетенций с целью поддерживать и развивать определенные портфели инноваций. Такие платформы технологий и компетенций ориентированы на стимулирование инновационной деятельности, являющейся ключевым фактором в развитии конкурентоспособности компании и, соответственно, государства в целом. Ныне инновации рассматриваются как один из основных источников конкурентного преимущества.

ИПОСТАСИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

Помимо этого, есть различие между «кодифицированной» и «некодифицированной» информацией. К последней относится неявное знание, т. е. те элементы знаний, интуиции отдельных людей, которые плохо определены, вербально не кодифицированы и не опубликованы. Часто сами носители этих знаний не могут их полностью выразить, что не мешает их совместно использовать сотрудничающими сторонами и коллегами, имеющими общий опыт.

А вот еще один неожиданный элемент инновационного процесса – неформальные связи. Комментируя взрыв интереса к инновационным сетям, С. Фриман отмечает, что еще в 1970-х годах многие исследователи (такие как, например, проект SAPPHO в Великобритании, в рамках которого проводились попарные сравнения свойств успешных и неуспешных инноваций) обращали внимание на важность для достижения успеха как формальных, так и неформальных сетей. Наблюдается активизация сотрудничества в области новых технологий широкого применения, особенно информационных технологий, а также происходят качественные изменения в природе старых сетевых взаимоотношений: они, как правило, становятся более гибкими и более размытыми, менее структурированными.

Несмотря на то, что обзор научных и технологических показателей был написан С. Фриманом довольно давно[11], в нем обращается внимание на интерактивную природу системы НИОКР, на нематериальный характер, как входов, так и выходов этой системы. Здесь прослеживается развитие от неформальных индикаторов, предложенных учеными и исследователями, до множества более стандартизированных и всесторонних национальных и международных статистических показателей.

ИЗМЕРЯЕМ ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС

Надежные стандартизированные статистические показатели впервые были представлены в Руководстве Фраскати (ОЭСР), опубликованном в 1963 году. Инновации измеряли по затратам на НИОКР. Несмотря на то, что последующие Руководства представляли собой важный источник статистических характеристик, в стандартах и методах анализа с тех пор были сделаны, по существу, лишь незначительные улучшения.

Так, к затратам на НИОКР добавились патенты как мера изобретательской деятельности представляют собой богатый и хорошо документированный источник, активно использующийся на практике[12]. Очень популярны также «библиометрические» методы измерения изобретательской деятельности: публикации, цитирование и другие.

Тут, впрочем, есть важная тонкость. Показатели инновационной деятельности отличаются от показателей деятельности изобретательской. К инновационной деятельности относятся индикаторы, учитывающие первое коммерческое использование новых продуктов и процессов, а не показатели их первой экспериментальной разработки, такие как патенты. Показатели инновационной деятельности не собираются систематически национальными и международными учреждениями и организациями, их трудно определить и измерить. Очевидно, что, например, абсурдно рассматривать все инновации как одинаково важные.

Были предложены различные системы классификации инноваций: например, различают приростные и радикальные инновации; «новые технологические системы» и «технологии широкого применения». Критерии классификации должны определяться основными исследовательскими задачами. К одной из практических инициатив по измерению инновационной деятельности относится обзор инновационной деятельности CIS (Community Innovation Survey) в странах ЕС[13].

Обзор CIS, как совместная инициатива Eurostat и DGXIII, проводился в период 1991–1993 гг. на основе общей анкеты, разработанной в соответствии с рекомендациями Руководства Осло (ОЭСР). Организации, участвующие в опросе, отвечали на вопросы относительно:

- источников инноваций,
- целей инноваций,
- долей продаж инновационных продуктов и услуг в общем объеме продаж,
- факторов, препятствующих инновациям,
- затрат на инновации,
- деятельности в области НИОКР,
- влияния инноваций,
- приобретения и передачи технологий (трансферта технологий).

При анализе результатов обзора было сделано заключение, что его концептуальная основа была хорошо разработана, но практическая реализация страдала от недостаточной согласованности опросов в различных странах, несоответствия выборок и различного качества собранных данных. Следует учесть, что такие сложности являются неизбежными при проведении международных сравнений. Необходимы дальнейшие усовершенствования методики проведения международных исследований, чтобы их результаты могли существенно расширить понимание проблем и взаимосвязей инновации – конкурентоспособность.

ТЕОРИИ ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИЙ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ: ИХ МНОГО, НО ИМИ НЕ ДОВОЛЬНЫ

Для установления взаимосвязи между инновациями и конкурентоспособностью было проведено немало исследований, в которых авторы стремились выявить эмпирические связи между одним или более показателем конкурентоспособности и показателем инновационности. Такие исследования включают:

- Эконометрический и статистический анализ – изучение, например, связей между затратами на НИОКР и ростом производительности или между количеством патентов и интенсивностью потоков международной торговли.
- Экономические модели, такие как модели «технологических поколений» или более поздние эволюционные модели.
- Кейс-стади на микро- и макроуровне, включая ретроспективный анализ с целью изучения связей между НИОКР, инновационным и экономическим функционированием на различных уровнях (например, на уровне организации, сектора, региональном и национальном уровнях). В целом анализ затраты/выпуск опирается на предположение, что технологические изменения являются решающим источником экономического роста, а затратам на НИОКР свойственна высокая отдача.

Неоклассические и эволюционные модели, модели технологических поколений рассматривают технологическое развитие как двигатель экономического роста, что хорошо согласуется с эмпирическими данными. Эволюционное видение также предполагает, что необходимость осуществлять инновационную деятельность является не только императивом выживания организаций, но и неизбежным условием общего экономического благополучия.

В силу огромного разнообразия проведенных в последнее время прикладных исследований, затрагивающих проблему взаимосвязей инноваций и конкурентоспособности по отдельным странам, регионам, отраслям, фирмам, технологиям или организациям, практически невозможно обобщить их результаты[14]. По мнению Дж. Кларка, пока не появится мощная теория, которая давала бы ясную картину зависимостей между инновациями и конкурентоспособностью, богатство данных, содержащееся в этом массиве, лишь проливает свет на сложные факторы, которые влияют на инновационные процессы, и на их значение для конкурентоспособности организаций и экономических систем. Некоторые из этих исследований были по своей природе эконометрическими или концентрировались на разработке экономических моделей. Многие другие представляли собой кейс-стади или концентрировались на отдельных аспектах поведения инновационных систем. Но все вместе они иллюстрируют огромное богатство усилий, которые предпринимаются, чтобы улучшить и расширить наше понимание решающих взаимосвязей между инновациями и конкурентоспособностью.

ИСХОДНЫЙ ПУНКТ: НЕОКЛАССИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ

Типичная модель, используемая для получения эконометрических оценок, связывает определенную меру экономического результата (выпуска) с факторами затрат, такими как капитал и труд, и возможно, с такими дополнительными факторами как затраты на НИОКР. Некогда (например, в ранних работах Р. Солоу[15]) национальный продукт связывался только с затратами капитала и труда. Дальнейшие исследования показали, что эти факторы в недостаточной степени объясняют экономи-

ческий рост. «Остаточный» фактор, представляющий собой прирост производительности этих затрат, объяснял до половины роста экономики США. В общем виде предполагалось, что он связан с технологическими изменениями того или иного вида.

З. Гриличис продолжил исследование объясняющей переменной[16]. Он предложил рассматривать взвешенную сумму прошлых затрат на НИОКР, где значение весов отражают как задержки (лаги) в получении эффекта от текущих затрат на НИОКР, так и падающую отдачу от более ранних затрат. Результаты дали достаточно согласующуюся с фактами картину высоких норм отдачи затрат на НИОКР.

Так, исследования американских фирм и отраслей за период 1965–1984 гг. показали, что годовые нормы отдачи затрат на НИОКР в коммерческом секторе колеблются от 20 до 50%, что приблизительно в два раза превышало нормы отдачи инвестиций в другие факторы. То, что при таких нормах отдачи фирмы существенно не увеличивают инвестиционные вливания в НИОКР, заставляет предположить, что у них есть сдерживающий мотив или отрицательный стимул инвестировать в НИОКР. Возможно, это связано с тем, что фирмы не расположены к риску, при повышенных рисках они ожидают более высокой отдачи; или с тем, что они боятся, что другие компании будут получать «побочные эффекты» (например, другие компании, возможно конкуренты, будут получать выгоды от НИОКР, проводимых данной компанией, скажем, в форме увеличения объема общественно доступных знаний).

З. Гриличис также обнаружил, что:

- на практике побочные эффекты от затрат на НИОКР достаточно значительны;
- социальные нормы отдачи затрат на НИОКР превосходят частные нормы отдачи;
- особенно эффективны фундаментальные исследования;
- отмечается относительно низкая отдача средств, затраченных государством на поддержку НИОКР в коммерческом секторе[17].

Оценивая достоинства и ограниченность предложенного им подхода, З. Гриличис отмечает, что полученные данные могут дать представление о средних нормах отдачи инвестиций в НИОКР в прошлом и о том, изменяются ли они с течением времени. Этот подход помогает выявить отрасли, где отдача особенно высока или низка. Но он не позволяет выработать какие-либо суждения относительно того, насколько хорош или плох определенный проект в области НИОКР. Работа Х. Капрона и Б. Поттелсберга также указывает на в целом высокую норму отдачи затрат на НИОКР, но результаты существенно варьируют для разных стран[18].

Среди других эконометрических работ можно отметить работу Дж. Калверта, в которой изучается на уровне организации связь между экспортными долями и результатами инновационной деятельности на основе данных, полученных в обзоре CIS[19]. Здесь выявлена положительная и существенная связь между результатами инновационной деятельности и экспортными долями на уровне компании и на уровне отрасли. Более ранние работы также изучали важность инноваций для экспорта в странах ОЭСР на национальном и отраслевом уровнях.

Л. Соете исследовал связь между числом патентов, выданных компаниям США различными иностранными государствами, и их долей в экспортных потоках[20]. Дж. Фагерберг изучал эффект, который оказывают НИОКР и патентная деятельность на производительность, используя укрупненные данные по секторам для ряда стран за период 1973–1983 гг.[21]. Оба автора обнаружили важную роль инноваций для развития экспорта. Широкий обзор работ, в которых изучаются воздействия

инноваций на функционирование организаций, провел Дж. Дози[22]. Он подчеркивает сложность и динамическую природу инновационных процессов в рамках организаций и отраслей, их неоднородную структуру: «Представляется, что ничего похожего на «репрезентативную фирму», стилизованную экономической теорией, не выявляется из эмпирических описаний»[23].

В целом надо отметить, что не существует общего четкого вывода о достижениях и провалах инновационной деятельности в различных компаниях. Инновации и освоение технологий являются частью общей стратегии, как компании, так и государства, и для достижения успеха инновационная деятельность должна осуществляться в соответствии с особенностями организации, среды и времени. Конечно, с одной стороны, простые, повседневные наблюдения делают очевидным, что инновации жизненно важны для роста и поддержания конкурентоспособности. В современном мире ни один фермер, использующий косу и неселекционные семена, не может надеяться на успех в конкуренции с фермером, использующим гибриды и комбайн. Но как, почему и где инновации являются решающими для успеха или провала?

Интересное исследование по выявлению взаимозависимости между инновационными инициативами и бизнес функционированием было проведено в 1995 г. в Голландии[24]. Использовалась техника попарных сравнений, когда в каждой паре организаций имелся «лидер» и «последователь». Лидер идентифицировался как наиболее инновационная организация в каждой паре, но в других отношениях (размер, рынок и т. п.) члены каждой пары подбирались похожие. Организации-лидеры обычно оказывались более успешными в смысле прибыли, нормы отдачи и объема продаж в расчете на одного служащего. Но отмеченные различия оказались связанными не просто с более быстрым введением новых технологий. Организации-лидеры характеризовались более сильной внешней ориентацией, большим акцентом на развитие человеческих ресурсов, более сильными связями с внешними агентами, в частности с клиентами, поставщиками, консультантами, университетами и другими исследовательскими учреждениями. Как правило, организации с более сильными внешними связями с подобными лицами оказывались более успешными, при этом более интенсивные связи имели, как правило, более крупные организации.

За исключением известной работы Й. Шумпетера «Капитализм, социализм и демократия» (1942 г.), подавляющее большинство структурированных экономических концепций технологических изменений вплоть до 1970-х годов разрабатывались в неоклассических традициях аналогично уже упоминавшейся ранней эконометрической работе Р. Солоу. Вывод Р. Солоу о том, что существенная часть прироста национального продукта не объясняется приростами объемов затрат, обычно интерпретировался как отражение эффектов улучшения производительности в результате технологических изменений и иллюстрация их важности для экономического роста.

Однако изменения рассматривались как экзогенные, привходящие извне, когда улучшения функционирования совсем не явно связаны с затратами или деятельностью какого-то вида. Это не позволяет делать выводы о релевантности осуществляемой политики. Попытка представить технологические изменения как неотъемлемую часть процесса экономического роста, понимание того, что усовершенствования технологий часто инкорпорированы или «воплощены» в новых машинах и оборудовании, характерны для класса моделей роста, которые получили название модели «технологических поколений»[25]. В каждый период времени инвестиции осуществляются в «самые лучшие на практике» технологии, которые продолжают использоваться до тех пор, пока они не станут устаревшими, т. е. обычно до того момента, когда в результате роста реальных зарплат они перестают давать реальную отдачу. Общая производительность зависит от характеристик всего спектра тех-

нологического поколения, которое используется в данное время, и увеличивается в соответствии с темпом изменений «наилучшей технологии» и объема затрат на нее. Эти модели полезны тем, что они делают акцент на важности улучшений основных фондов и центральном значении процесса диффузии для экономического влияния инноваций. Ограниченность этих моделей связана с тем, что они игнорируют важность нематериальных ресурсов. Кроме того, для этих моделей характерны сильный «голод данных» и сложности оценивания. Наиболее значимые наработки в этом направлении описаны и систематизированы Г. Силвербергом и Б. Верспагеном[26].

ЭВОЛЮЦИОННЫЕ ТЕОРИИ

Дальнейшие исследования характеризуются усилением эволюционного осмысления технологических изменений и экономического прогресса. Часто эволюционная модель выгодно отличается от ее неоклассического аналога. Одна из первых заметных работ по эволюционному моделированию «В поисках полезной теории инноваций» была написана Р. Нельсоном и С. Винтером (1977 г.)[27]. Основой анализа послужило большое число гипотетических организаций, использующих определенные технологии, определяемые соотношениями затраты труда/выпуск продукции и капитал/выпуск продукции. С ростом зарплат норма отдачи в организации, использующей фиксированную технологию, падает. Когда она падает ниже определенного значения, организация будет «искать» более совершенную технологию. Ее шансы на успех зависят от «дистанции» между новой и текущей технологиями.

Некоторые организации «умирают», другие «рождаются», и с течением времени модель генерирует агрегированный путь (формируемый множеством «живых» организаций), который, как оказалось, хорошо согласовывался с реальным экономическим развитием США в первой половине XX века. Авторы утверждают, что модель при объяснении агрегированных трендов так же эффективна, как и неоклассическая, но основана на более реалистическом микроэкономическом анализе. Эта работа вдохновила разработку ряда эволюционных моделей второго поколения, (см. очень полный обзор, сделанный Г. Силвербергом и Б. Верспагеном[28]), которые отличаются главным образом пониманием поисковых механизмов.

Отличительной чертой современных исследований является тенденция целостного, системного подхода, отражающего взаимозависимость и сложность инновационной системы и ограниченность рассмотрения ее частей в изоляции. Кроме того, признается высокий уровень турбулентности современных инновационных систем, распространено понимание того, что мы переживаем период радикальных технологических изменений с изменчивым спросом на изменяющийся набор продуктов и услуг. Взаимосвязь между инновациями и конкурентоспособностью легче понять в относительно стабильных, медленно эволюционизирующих условиях спроса и предложения, и намного сложнее их изучать в турбулентных условиях. При быстро изменяющихся спросе и предложении необходимы гибкость и адаптивность производственных процессов, постоянные технологические и организационные усовершенствования.

ОБЪЯСНЯЮТ ЛИ ТЕОРИИ НАБЛЮДАЕМЫЕ ФАКТЫ?

Рассмотрим взаимосвязь инноваций и конкурентоспособности на примере ЕС. Как уже упоминалось, «Отчет о мировой конкурентоспособности», опубликованный совместно Мировым Экономическим Форумом и Институтом развития менеджмента в Швейцарии, содержит оценки, иллюстри-

рующие относительные конкурентные позиции основных промышленно развитых стран. В работе «Следующий шаг Европы: организационные инновации, конкуренция и занятость»[29], как и в обзоре Мирового Экономического Форума и Института развития менеджмента, делается вывод о снижении конкурентоспособности ЕС, правда, политические рекомендации различны в этих работах.

Отмечается, что ЕС имеет существенно более высокие, чем США и Япония, затраты на академические исследования, но более низкую долю в ВВП затрат на отраслевые НИОКР и более низкий процент патентов на американском рынке, чем отмеченные две страны. Эти данные интерпретируются как отражение хороших позиций ЕС в исследованиях, но слабость в превращении результатов исследований в инновации, что получило название «исследовательский парадокс». Правда, заметим, что этот вывод иногда подвергается сомнению, т. к. данные по НИОКР часто «приукрашиваются», и, кроме того неудивительно, что американские фирмы имеют большую склонность получать патенты в США. Однако ряд исследований предоставляет дополнительные доказательства неудач повышения производительности на основе эффективной диффузии и внедрения новых технологий, что позволило авторам сделать следующие выводы.

Падение европейской конкурентоспособности не может быть приписано недостаточному инвестированию в технологии. Напротив, в настоящее время в ЕС наблюдается так называемый «парадокс производительности»[30]. Этот парадокс проявляется в том, что в ЕС активно применяются классические инструменты развития технологий (и даже часто количественные показатели превосходят соответствующие значения для основных мировых конкурентов), однако относительные показатели экономического функционирования в течение последнего десятилетия падают и, вероятно, эта тенденция может сохраниться[31].

Существование этого парадокса производительности авторы объясняют тем, что они назвали «отсутствие связи», т. е. неспособностью европейских производителей преобразовать их впечатляющие технологические инвестиции в принимаемые рынком товары и услуги с должным качеством, дифференцированными свойствами и по конкурентным ценам. Источник исправления ситуации с «отсутствием связи» может быть найден во множестве организационных инноваций. Как заметил Н. Розенберг: «Улучшения в технологиях слишком далеки от того, чтобы быть достаточным условием роста производительности»[32]. Он приводит пример огромных инвестиций компании General Motors в роботов и другое автоматизированное оборудование, что не помогло остановить снижение ее рыночной доли в США. Стоит также отметить, что то, что в Европе называется «парадоксом производительности» (т. е. низкие темпы роста производительности в течение последних 2–3 десятилетий при сохранении темпов технологических изменений), также широко обсуждается в США, причем не найдено убедительных объяснений, хотя, наверное, возрастающая доля в ВВП низко производительных секторов услуг играет существенную роль[33]. Организационные инновации могут быть особенно эффективными для этих секторов.

Тесно связана с инновациями и конкурентоспособностью любого государства в краткосрочном и долгосрочном периодах социально эффективная стратегия. Для определения адекватных ей стратегического планирования и экономической политики требуется выявление закономерностей трансформации стратегий государств на основе оценки уровня их инновационных преобразований. Существует несколько видов инноваций. Кроме технологических, есть организационные и экономические. Доля этих инноваций в России, например, гораздо выше и сравнима с долей в развитых странах. К тому же уровень заимствований инноваций поднять гораздо легче, чем поднять сам технологический уровень. Важно при этом выстроить трехступенчатую модель инновационной политики,

что, во-первых, облегчит путь экономическим и организационным инновациям, во-вторых, поможет построить механизм заимствования инноваций, а, в-третьих – развивать истинные инновации, что включает развитие и финансирование науки.

В этом смысле международный опыт стимулирования деловой активности компаний и активное сотрудничество с государственными структурами может оказать России неоценимую помощь в повышении уровня ее конкурентоспособности в мировом масштабе.

1. *Krugman P. Competitiveness – A Dangerous Obsession. / Foreign Affairs. – March/April. – 1994.*
2. *Там же.*
3. *Там же.*
4. *The Economist, June 1996*
5. *OECD, Industrial Competitiveness. – Paris: OECD, 1996.*
6. *Porter M. The Competitive Advantage of Nation. – London: Pinter, 1990.*
7. *Там же.*
8. *Muldur U., Petrella R. The European Community and the Globalization of Technology and the Economy. – EUR 15150, Luxembourg, 1994.*
9. *Dodgson M., Bessant T. Effective Innovation Policy: A New Approach. – London: International Thomson Business Press, 1996.*
10. *Freeman C. Networks of Innovators: A Synthesis of Research Issues. – Research Policy, #20, 1991. – pp. 499-514.*
11. *Freeman C. The Economics of Industrial Innovation. – London: Pinter, 1982.*
12. *Stoneman P. (Ed.) Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change. – Oxford: Blackwell Handbooks in Economics, 1995.*
13. *Archibugi D., Cohendet A., Kristensen A. Evaluation of the Community Innovation Servey (CIS). – European Innovation Monitoring System, 1996.*
14. *Clark J. Guy K. Innovation and competitiveness: A review./ Technology Analysis & Strategic Management. – V. 10, #3, 1998. – pp. 363-395.*
15. *Solow R.M. Technical Progress and the Aggregate Production Function. / Review of Economics and Statistics. – #39, 1957. – pp. 312-320.*
16. *Griliches Z., R&D and Productivity: Econometric Results and Measuremenr Issues. / in Stoneman P. (Ed.) Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change. – Oxford: Blackwell Handbooks in Economics, 1995.*
17. *Там же.*
18. *Capron H., Pottelsberghe B. Public Support to Business R&D: An Integrated Assessment Scheme and some Edditional Quantitative Evidence. – Paris, OECD, 1997.*
19. *Calvert J., Ibarra C., Patel P. Innovation Outputs in European Industry. – Brighton, Science Policy Research Unit, 1996.*
20. *Soete L. A General Test of Technological Gap Trade Theory. – 1981.*
21. *Fagerberg J. A Technology Gap Approach to Why Growth Rates Differ. / Research Policy. – #16, 1987. – pp. 87–101.*
22. *Dosi G. Sources, Procedures and Microeconomic Effects of Innovation. / Journal of Economic Literature. – #36, 1988. – pp. 1126-1171.*
23. *Там же.*
24. *Cobbenhagen J., Hartog F., Pennings H., Bedrijfsvernieuwing leaders in Innovation. – The Hague: Beleidsstudies, #29, 1995.*
25. *Salter W. Productivity and Technological Change. – Cambridge: Cambridge University Press, 1962.*
26. *Silverberg G., Verspagen B. Evolutionary Theorising on Economic Growth. / in Kuusi I. (Ed.) Innovation Systems and Competitiveness. – Helsinki: VAAT, 1996.*
27. *Nelson R., Winter S. In Search of Useful Theory of Innovation. Research Policy. – #6, 1977. – pp. 36-76.*
28. *Silverberg G., Verspagen B. Evolutionary Theorising on Economic Growth. / in Kuusi I. (Ed.) Innovation Systems and Competitiveness. – Helsinki: VAAT, 1996.*
29. *Andreasen L.E., Coriat B., Hertog F., Kaplinsky R. (Ed.) Europe's Next Step: Organisational Innovation, Competition and Employment. – London: Frank Class, 1995.*
30. *Clark J. Guy K. Innovation and competitiveness: A review./ Technology Analysis & Strategic Management. – V. 10, #3, 1998. – pp. 363-395.*
31. *Там же.*
32. *Rosenberg N. Perspectives: A view from the USA. / in Europe's Next Step: Organisational Innovation, Competition and Employment. – London: Frank Class, 1995.*
33. *Clark J. Guy K. Innovation and competitiveness: A review./ Technology Analysis & Strategic Management. – V. 10, #3, 1998. – pp. 363-395.*

АВТОМОБИЛЬНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ

В. А. УСПЕНСКИЙ
к.э.н., доцент кафедры микроэкономики
Финансового университета при Правительстве РФ

О. А. АБЕЛЕВ
Начальник аналитического отдела ЗАО ИК «Риком-тракт»,
к. э. н.

Рынок банковских услуг в последнее время претерпевает достаточно существенные изменения, причем как на качественном уровне (изменяются сами алгоритмы предоставления различных сервисов), так и на количественном (увеличивается количество предлагаемых потенциальным клиентам альтернатив в выборе той или иной услуги). Подобные структурные изменения происходят в банковской практике постоянно, а с течением последних нескольких лет – особенно интенсивно. Можно даже сказать, что резкое развитие информационных технологий и научно-технических достижений в наиболее индустриально развитых экономиках мира приводит к изменению самой сути и философии предоставления практически всех банковских услуг. Не обошло стороной технологическое развитие и одно из таких важных направлений деятельности практически любого банка, как автомобильное кредитование.

В последнее время в связи с резким увеличением модельных рядов практически всех автомобильных корпораций и активным вводом на территорию России существенной части производственного цикла (от предпродажной подготовки автомобиля до сборки основных узлов) стоимость многих автомобилей претерпела существенные изменения по сравнению с той ситуацией, которая наблюдалась еще несколько лет назад. Если еще в середине 2000-х годов в России уровень локализации (доля работ по производству автомобиля, выполняемая непосредственно на российских предприятиях) не превышал 10–15%, то с 1 февраля 2011-го года целевым уровнем локализации заявлен уже уровень в 30%[1]. Это значит, что стоимость комплектующих для производства автомобилей существенно снизится, что повлечет за собой и снижение стоимости самих автомобилей, большей частью собираемых в России.

Каким образом все вышесказанное относится к банковскому направлению автокредитования? Все дело в том, что сумма кредита, ссужаемого банками клиентам, желающим приобрести автомобиль и использованием заемных средств, зависит, прежде всего, от рыночной цены самого автомобиля. Если цена более высокая (как в случае с марками премиум-сегментов), то и тело кредита, и величина процентной ставки также будет более высокой. В случае банковских программ, обслуживающих реализацию автомобилей экономичного класса, размер ставки существенно снижается. Причина такого варьирования процентной ставки заключается в желании банка застраховаться от потерь, которые он может потенциально понести при предоставлении кредита на значительную сум-

му. Шаровые платежи в этом случае покрывают возможные разовые расходы банка при предоставлении кредита на покупку автомобиля.

Благодаря вышеупомянутым причинам и условиям рост спроса на автомобильные кредиты существенно вырос за последнее время. В 2010-м году на рынке наблюдался процесс активной либерализации условий автокредитования. В марте 2010-го года некоторые банки предложили своим клиентам новые программы, основное отличие которых от предшествующих заключалось в появлении срочных специальных акций в рамках совместных предложений с некоторыми дилерами, которые предлагали осуществить минимальный первоначальный взнос. На протяжении последних 1,5 лет (начиная со II полугодия 2009-го года) большинство региональных российских банков вели политику медленного снижения процентных ставок по автомобильным кредитам, в результате чего по состоянию на начало февраля 2011-го года среднерыночный уровень ставок составил около 11% в валюте и 14% в рублях[2].

Вполне логично предположить, что снижение процентных ставок повлечет за собой резкое увеличение спроса на услуги банковского автомобильного кредитования в ближайшее время. Сейчас из различных источников в СМИ и благодаря масштабным рекламным кампаниям многие из нас постоянно слышат о большом количестве новых банковских продуктов в области автомобильного кредитования. Наверняка, каждый, заходя практически в любой центр предоставления различных товаров и услуг, начиная от продуктов и заканчивая индивидуальными услугами, сталкивался с такого рода рекламой.

Почему сейчас складывается подобная ситуация? В чем же причина массового распространения подобного банковского продукта (услуги) и почему банки продолжают нести довольно ощутимые по своим меркам затраты на рекламу автокредитования? Какова схема применения подобных услуг?

Мы попробуем ответить в доступной форме на эти вопросы, а также постараемся объяснить сущность самого механизма автомобильного кредитования в нашей стране.

Вообще, среди всех разновидностей банковских продуктов, автомобильное кредитование в докризисный период пользовалось наибольшим спросом. Увеличение количества банков, выдающих такие кредиты, снижение уровня процентных ставок и либерализация условий предоставления кредита на покупку автомобиля были характерными чертами автомобильного кредитования. В условиях кризиса, когда падение продаж автомобилей исчисляется десятками процентов относительно аналогичных периодов прошлого года, перспективы динамичного роста автокредитов стали менее оптимистичными.

Самый популярный кредит

В связи с достаточно мощным развитием автомобильного рынка России[3] (объем реализации легковых коммерческих автомобилей в России по итогам 2010-го года вырос на 30% и составил 1,9 млн. единиц[4]) существенно увеличилось и количество потенциальных банковских клиентов по направлению автомобильного кредитования. Достаточно показательным является тот факт, что фактические данные даже превзошли оптимистичный сценарий восстановления спроса на легковые автомобили, обнародованный Минпромторгом РФ и предполагавший, что рост объема продаж составит в 2010-м году 28%. Столь резкий рост спроса можно объяснить как развитием отечественного автомобильного рынка, так и повышением благосостояния населения, из-за чего услуги автокредитования стали пользоваться все большей популярностью среди населения и стали становиться все более востребованными уже на сегодняшний

день. Банки, в свою очередь, восприняли такой вызов со стороны рыночного спроса очень путем предложения широкого набора программ серии «автомобиль в кредит».

За последние несколько лет кредиты на покупку автомобилей стали не только одним из эффективных способов увеличения объема продаж новых и подержанных авто для продавцов, но и инструментом увеличения клиентской базы и кредитных портфелей для банков. Банк, претендующий на долю рынка в сегменте розничного банковского бизнеса, на сегодняшний день просто обязан иметь в списке своих услуг предоставление кредитов на покупку автомобиля. Таким образом, происходит взаимное совпадение интересов клиента и банка, поскольку наличие подобной услуги для банка – элемент поддержания определенной доли рынка, престижа, а для клиента – возможность воспользоваться приемлемыми условиями кредитования.

Динамика рынка была такова, что за последние несколько лет автокредитование из малодоступной экзотической банковской услуги превратилось практически в обязательный элемент услуг любого банка, который занимается розничным кредитованием. Рост числа клиентов, которые желают приобрести авто в кредит, и более низкие по сравнению с другими видами потребительского кредитования риски привлекали в этот сектор все новые банки. Повышение конкуренции в свою очередь влияло на размеры процентных ставок, которые уменьшались из года в год на несколько процентов, и на общее смягчение требований банков к условиям выдачи подобных кредитов — от сложной процедуры, длившейся несколько дней, автокредиты стали оформляться в течение нескольких часов, необходимый для рассмотрения вопроса о выдаче кредита пакет документов стал понятнее и стандартнее.

Стоит отметить, что при выборе клиентом любой из программ автомобильного кредитования следует обратить пристальное внимание на следующие факторы:

- размер и разнообразие диапазона процентных ставок, предлагаемых конкретным банком;
- степень согласованности работы банка со страховой компанией, которая в таких случаях обязана застраховать автомобиль с минимальными тарифами по каско и частичному автокаско;
- наличие возможности погашения кредита досрочно без штрафных санкций со стороны банка;
- удобный график рабочего дня отделений банка, наличие сотрудников в выходные и праздничные дни;
- возможность привлекать кредит без первоначального взноса;
- быстрая обработка сотрудниками банка всех запрашиваемых документов для предоставления кредита;
- оперативность рассмотрения кредитными инспекторами банка кредитной истории клиента, оценки его кредитоспособности и принятия решения по заявке.

Все вышеперечисленные факторы являются определяющими для клиентов в поиске наиболее приемлемых условий, которые предъявляет банк к потенциальному заемщику – автовладельцу.

Важно помнить одну вещь: при принятии решения о приобретении автомобиля с помощью банковских программ автокредитования необходимо сначала определиться с выбором банка, предоставляющего подобные услуги (поскольку каждый банк предоставляет средства исключительно в зависимости от своих индивидуальных условий), после чего уже непосредственно заниматься поиском автомобильного салона, который сотрудничает именно с этим банком. Такой порядок объясняется тем, что количество автомобильных салонов в разы превышает количество банков, работающих по программам автомобильного кредитования и удовлетворяющих всем вышеупомянутым требованиям.

Обычно выделяют два основных вида кредитования на покупку автомобиля – классический и экспресс-кредит. Однако при более детальном рассмотрении видно, что видов автокредитов как минимум пять.

Первый – экспресс-кредит, главное преимущество которого состоит в небольшом пакете предоставляемых документов и в том, что собственную машину покупатель получает уже в первый день. Однако минусов гораздо больше: это и повышенные процентные ставки, и первоначальный взнос – чаще всего минимум 30% от стоимости авто, и возможные скрытые комиссии, и срок кредитования не более трех лет, и обязательное страхование полным каско.

Далее стоит выделить развивающееся кредитование trade-in, суть которого состоит в замене старой машины на новую с доплатой. Новое или подержанное авто клиент получает также в первый день, и в остальном этот вид автокредита очень привлекателен: очень низкая кредитная ставка, при оформлении кредита – срок погашения до пяти лет, отсутствие дополнительного страхования. К минусам можно отнести разве что заниженную выкупную стоимость машины по сравнению с рыночной.

Следующий вид – беспроцентный кредит (факторинг или приобретение авто в рассрочку), к плюсам которого можно отнести короткий срок оформления (до пяти дней), минимальный пакет документов, а к минусам – большой первоначальный взнос, скрытые комиссии, возможность приобрести только новую иномарку.

Один из самых новых видов автокредитования - кредит без первоначального взноса, что само по себе считается плюсом, как и небольшое количество необходимых документов. Однако к отрицательным моментам относятся высокая процентная ставка, страховка также с высокой ставкой и опять же – возможность приобретения только новой машины зарубежного производителя.

Последним из автокредитов можно назвать кредит без страховки, плюс которого в том, что купленная машина не является залоговой, поэтому не нуждается в дополнительной страховке. Однако, по сравнению с другими кредитами, в этом – наивысшая процентная ставка и максимальная сумма кредита обычно не более 10 тысяч долларов, поэтому выгоден он лишь для покупки подержанных недорогих машин.

Условия предоставления кредита на покупку автомобиля

Теперь поговорим о самом механизме автомобильного кредитования. Рассмотрим этот вопрос в несколько этапов: вначале скажем несколько слов об особенностях условий, на которых коммерческий банк готов предоставить кредит на покупку автомобиля, а потом коснемся общей ситуации на рынке автомобильного кредитования, сложившейся в России на сегодняшний день.

Достаточно часто бывает, что покупателю понравился по своему набору различных характеристик какой-то автомобиль, но его стоимость не позволяет осуществить покупку сразу. Именно в этом случае ему стоит в первую очередь обратиться в коммерческий банк для приобретения ссуды на покупку автомобиля. Причем стоит повторить, что на сегодняшний день предложения коммерческих банков по предоставлению кредитов на приобретение автомобилей отнюдь не относятся исключительно к новым автомобилям. Сейчас многие банки с большой охотой кредитуют и приобретение подержанных автомобилей. В некоторых регионах нашей страны именно кредиты на приобретение подержанных автомобилей пользуются наибольшей популярностью (такова ситуация, например, на Дальнем Востоке).

Процентные ставки по кредитам на покупку автомобиля последние несколько лет динамично снижались, что, естественно, не могло не отразиться на увеличении спроса среди населения на данную услугу. Стоит отметить, что при снижении процентных ставок, в целях увеличения конкуренции и борьбы за клиента между банками сильно вырос коридор движения процентных ставок. Это значит, что сегодня при должном желании и упорстве можно найти банк, который предлагает кредит и под 10–12% годовых в рублях. Естественно, не стоит забывать, что чем более приемлемыми для потенциального клиента являются условия предоставления кредита, тем больше растет банковская комиссия за обслуживание клиента, которая составляет от 0,5% до 1% от суммы кредита в месяц. Такая политика со стороны большинства банков продиктована тем, что банк также стремится получить определенную долю прибыли от предоставления кредитов на не слишком выгодных для банка условиях. Поэтому не стоит обольщаться, увидев размер процентной ставки 10% или 12% годовых, поскольку эффективная процентная ставка банка с учетом всех комиссий сейчас по рынку составляет существенно большую сумму.

В 2009 году действует и государственная программа, по которой часть стандартной процентной ставки (рассчитанная из двух третьих ставки рефинансирования Банка России[5]) возмещается за счет государственных субсидий. Такие кредиты предоставляются на покупку новых (не состоявших на государственном регистрационном учете) автомобилей отечественных и иностранных марок, произведенных на территории Российской Федерации, стоимость которых на дату заключения кредитного договора составляет не более 600 000 рублей и полная масса которых не превышает 3,5 тонны, в соответствии с перечнем, утвержденным Министерством промышленности и торговли РФ.

Процедура оформления кредита

Обычно процедура получения кредита на покупку автомобиля выглядит следующим образом:

а) клиент, имея в наличии около 10–25% от полной стоимости, необходимой для покупки автомобиля, приходит в банк (а чаще всего непосредственно в автомобильный салон) и заключает с банком кредитный договор;

б) банк переводит полную стоимость машины на счет компании, непосредственно продающей автомобиль клиенту;

в) клиент страхует машину, свою жизнь и автогражданскую ответственность (ОСАГО) в отделении страховой компании в месте покупки автомобиля для предоставления банку гарантии выплаты полной стоимости кредита;

г) через несколько дней после того как клиент застраховал автомобиль, он получает от него ключи.

Отметим, что, как правило, срок погашения кредита на покупку автомобиля составляет в среднем 3 года, хотя встречаются и предложения прокредитоваться на 5 и более лет, причем до кризиса с каждым годом уровень процентной ставки и сумма задатка снижались, а время рассмотрения заявки на покупку автомобиля сокращалось.

Что касается требований банка к покупателю автомобиля, то они у всех банков *практически одинаковы*:

а) возраст покупателя должен быть в пределах от 18 до 60 лет;
б) наличие постоянной регистрации в регионе привлечения кредита;
в) наличие определенного набора документов, перечень которых зависит от вида программы автомобильного кредитования.

Остановимся теперь подробнее на основных видах автомобильного кредитования.

Экспресс-автомобильное кредитование

При *экспресс-автомобильном кредитовании* покупатель может оформить и покупку машины, и осуществить страховые выплаты, и заключить кредитный договор прямо в автосалоне без прямого обращения в банк. Решение о предоставлении кредита принимается достаточно быстро (от 30 минут до 2 часов).

Документов для привлечения кредита, таким образом, в большинстве случаев необходимо всего лишь несколько: общегражданский паспорт и водительское удостоверение.

Стандартный кредит

Процедура оформления по получению *стандартного кредита* поэтапно описана выше, поэтому остановимся на тех документах, которые, скорее всего, дополнительно потребуются для приобретения автомобиля подобным способом:

- справка, подтверждающая ваши доходы;
- копия трудовой книжки;
- поручительство третьих лиц; документы, подтверждающие права заемщика на имущество, находящееся в его собственности.

Решение о выдаче кредита при такой процедуре принимается обычно в течение рабочей недели (5 дней).

Основное отличие (помимо набора документов для оформления) состоит в том, что уровень ставки при стандартной процедуре кредитования несколько ниже, так как при экспресс-кредитовании банк, тратя гораздо меньше времени на проверку платежеспособности клиента, подвергается большему риску и из-за этого закладывает в уровень процентной ставки и уровень компенсации за несение данного риска.

Кредит на неотложные нужды

Покупка автомобиля может быть осуществлена за счет получения *кредита на неотложные нужды*, о котором мы говорили выше.

Новейшие тенденции

Если же говорить об основных тенденциях, сложившихся сегодня на рынке автомобильного кредитования, то стоит отметить следующие моменты:

1. **В связи с большим спросом на покупку подержанных авто банки смягчают условия кредитования.**

Для тех клиентов, которые желают приобрести автомобили более престижных классов или даже премиум-сегмента, банки в последнее время стали массово предлагать услугу кредитования покупки подержанных автомобилей с различными сроками использования в связи с активным развитием систем trade-in .

Востребованность предоставления кредитов на подержанные авто, естественно, ограничиваются максимальным возрастным сроком машины на момент покупки, поскольку автомобили с большим пробегом и длительным сроком использования будут требовать существенно больших затрат

на их обслуживание, а, значит, уменьшать кредитоспособность заемщика по выплате периодических процентных платежей. Обычно средний максимальный срок использования подержанного автомобиля по банковским программам автокредитования составляет не более 5 лет.

Если раньше, в отличие от приобретения нового автомобиля, на покупку подержанного авто банк предоставлял средства по существенно более высоким процентным ставкам из-за роста рисков поломки автомобиля или его выхода из строя, то в последнее время *прослеживается обратная тенденция благодаря активному развитию систем trade-in, которые позволяют автовладельцам продавать или обменивать с доплатой стоимости автомобиля свои подержанные автомобили без существенного морального и физического износа*. Подобные риски для банка, что отражается в снижении процентных ставок.

Итак, налицо следующая закономерность – если раньше приобретение в кредит даже подержанной машины означало для клиента более высокие процентные ставки, то сейчас одна из самых явных тенденций — *стирание разницы между кредитованием на покупку новых и подержанных автомобилей*. Во многих банках ставки кредитов на покупку подержанных и новых автомобилей уже не отличаются, а в случае наличия таковых разница предельно минимальна (в пределах 1-2%).

2. Условия, которые предлагают различные банки, кардинально не отличаются друг от друга в отличие от условий продажи и обслуживания клиента.

В этом плане тенденции, характерные для рынка автокредитования, можно сравнить с развитием самого автомобильного рынка. Большинство автомобильных дилеров, которые продают новые автомобили, сами не могут влиять ни на модельный ряд, ни на их цену. Основная тенденция такова – сейчас появляется все большее количество автомобильных дилеров, которые не просто предлагают покупателям новые современные автомобили, но и продают их в автосалонах европейского уровня. В таких условиях конкурентным преимуществом становятся наименьшие временные затраты покупателя, необходимые для того, чтобы уехать из салона на купленном автомобиле, и то внимание, которое будет ему оказано на всех стадиях покупки и обслуживания автомобиля. Поэтому в случае эффективного сочетания предоставления банковских условий на приобретение кредита с предоставлением услуг по повышению качества обслуживания покупателя очень важно для самих банков с целью привлечения большей клиентуры.

3. В конкуренции банков за клиентов на первый план стали выходить не процентные ставки, а сервис и скорость оформления кредита.

Еще года два назад средний срок оформления кредита на покупку автомобиля составлял не менее недели, а сегодня практически в каждом банке срок оформления уменьшился до двух-трех дней, а в некоторых из них обещают оформить кредит за несколько часов (см. раздел об экспресс-кредитовании). Не исключено, что не за горами тот день, когда появятся банки, в которых автомобильный кредит будет выдаваться за один день при предъявлении только паспорта и водительского удостоверения.

Таковы основные тенденции, сложившиеся на рынке автомобильного кредитования на сегодняшний день, а также основные особенности, связанные с механизмом предоставления кредитов на покупку автомобиля при взаимодействии коммерческого банка и клиента.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ:

1. Зачем нужно страховать автомобиль?
2. Какие существуют виды автомобильного кредитования?
3. Каковы условия автокредитования?
4. Как меняются условия автокредитования в России?

ЗАДАНИЯ:

Вы хотите приобрести новую автомашину стоимостью 500 тысяч рублей. При помощи калькулятора автокредитов (адрес в Интернете: http://avto-credit.com/Calculator.aspx) сравните итоговую стоимость нескольких вариантов кредитования:

1. с первоначальным взносом 10% от стоимости автомобиля, сроком кредитования 2 года, процентной ставкой 20% годовых, способом погашения «фиксированный процент»
2. с первоначальным взносом 10% от стоимости автомобиля, сроком кредитования 2 года, процентной ставкой 20% годовых, способом погашения «аннуитет»
3. с первоначальным взносом 0% от стоимости автомобиля, сроком кредитования 2 года, процентной ставкой 25% годовых, способом погашения «фиксированный процент»
4. с первоначальным взносом 0% от стоимости автомобиля, сроком кредитования 2 года, процентной ставкой 25% годовых, способом погашения «аннуитет».

---

1. *Приказ Министерства Юстиции РФ №19644 от 01.02.11.*
2. *Данные исследования ARG Group. «Рынок автомобильного кредитования в России». 22.01.11. С. 26.*
3. *По объему продаж автомобилей за 2010-й год Россия заняла 10-е место в мире. Отчет комитета автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса «European Auto Outlook».*
4. *Данные Минпромторга РФ. Бюллетень №21 от 29.01.11. С.15.*
5. *Ставка рефинансирования Центрального Банка Российской Федерации, это процентная ставка, которую Центральный банк РФ использует при предоставлении кредитов коммерческим банкам в порядке рефинансирования. Ее размер можно посмотреть, например, на сайте Банка России www.cbr.ru.*
6. *Услуга по обмену бывшего в эксплуатации автомобиля на новый или другой автомобиль с пробегом, предоставляемая автосалонами дилеров. Владелец подержанного авто обычно теряет около 15–20% от рыночной стоимости автомобиля, но компенсирует потери путем получения преимуществ сотрудничества с автосалоном, поскольку не тратит денежные средства на поиск дилеров для покупки нового автомобиля.*

ПРАКТИКУМ: КАК ВУЗАМ ВЫЖИТЬ, НЕСМОТРЯ НА КРИЗИС?

А. Ю. ЮДАНОВ,
д. э. н., профессор Финансового университета
при Правительстве РФ

«Царица грозная, Чума
Теперь идет на нас сама»

Уже не первый год экономисты пугают нас возможностью прихода второй волны мирового кризиса. Не дай бог, если и впрямь случится! Потому, что, если все народное хозяйство страны худобедно преодолевает последствия 2008–2009 г. г., то в экономике высшего образования кризисные явления только нарастают. Непосредственная причина этого – уже сравнительно давно идущее, но еще далеко не достигшее дна сокращение числа абитуриентов. Еще в 2004 г. школы выпускали 1,4 млн. человек в год, а прогнозируемое число школьников, которые окончат 11 класс в наступающем всего через несколько месяцев 2012 г., составит только 700 тыс. чел. Ясно, что двукратного сокращения числа потребителей вполне хватило бы, чтобы подорвать экономику любой отрасли. Но катастрофическое падение демографического потенциала еще не исчерпывает всех угроз, нависших над отечественным высшим образованием.

Можно уверенно утверждать, что в самом близком будущем снижение числа поступающих примет обвальный характер, опережающий даже демографическую статистику (таб. 1). Дело в том, что уровень приема в российские вузы в последние годы во все большей степени обеспечивался не за счет текущего выпуска абитуриентов, а за счет «навеса» из поступающих выпускников прошлых лет. Впервые возникнув в начале 2000-х годов и составляя еще в 2004 г. всего 7,3% от числа выпускников средней школы, «навес» избыточного, по сравнению с текущим выпуском, приема в вузы стремительно расширялся. В 2007 г. он составил уже 34,9% от числа выпущенных школьников, в 2008 г. превысил половину (50,1%), в 2009 г. составил почти три четверти (74,3%!!!).

Впечатляют и абсолютные цифры. Уже в 2008 г. «навес» превысил 0,5 млн. человек, а в 2009 г. составил 658 тыс. человек. Даже в 2010 г., когда из-за сокращения приема в вузы абсолютный размер «навеса» немного снизился (до 610 тыс. чел.), в относительном измерении он поставил новый рекорд, составив 77,3% от числа выпущенных школьников.

Таблица 1. Выпуск школьников и прием студентов в вузы

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2009/ 2004	2010/ 2009
Численность обучающихся, получивших аттестат о среднем (полном) общем образовании – всего	1458	1546	1365	1246	1088	887	789	-42,7%	-11,8%
Прием в вузы всего, тыс.человек	1292	1659	1658	1682	1642	1544	1399	- 6,9%	-9,3%
«Навес», тыс.человек (3)=(2)–(1)	-166	113	293	436	554	658	610	в 5,8 раз	
«Навес», в % к получившим аттестат (4)=(3):(1)	-11,3	7,3	21,5	34,9	50,1	74,3	77,3		

Источник: Социально-экономическое положение России – 2009 год // Федеральная служба государственной статистики, 2010, Раздел 5, таб.1; Общее образование в Российской Федерации // Статистический бюллетень 2010 года №3, таб.4; Россия в цифрах 2011,М.: Росстат, 2011, с. с. 138, 143

Очевидно, что подобная искусственная подпитка приема в вузы не вечна. Чем старше человек, тем с меньшей вероятностью он готов вырвать себя из привычной жизни, отказаться от привычных доходов и на 4–7 лет сесть на университетскую скамью. Поэтому, по мере того как взрослеют поколения, вузам будет все труднее «подчищать остатки» абитуриентов прошлых лет. К тому же первые пост-советские поколения абитуриентов, в которых многие из желавших не поступили в вузы, во все большей степени сменяются поколениями «нулевых годов», в которых почти все, кто хотели, поголовно перешли из школы в вуз. «Подчищать» в них просто некого.

«Навес» стремительно рассасывается. И, если вплоть до последнего времени сокращение приема в вузы отставало от сокращения выпуска абитуриентов школами, то рано или поздно оно начнет обгонять его, в буквальном смысле открыв эпоху потрясений для российских вузов.

Но и это еще не все. Много обсуждавшаяся уровневая система высшего образования по Болонскому образцу несет для экономики вузов еще одну проблему: срок обучения бакалавров на год меньше срока обучения специалистов, а немногочисленная магистратура связанное с этим выпадение одной пятой части доходов восполнить заведомо не может.

Вот уж, действительно, критическая ситуация! Только удара со стороны нового издания мирового кризиса (увы, возможность вполне вероятная), а, значит, и неизбежного сокращения бюджетных расходов для полноты катастрофы вузовской экономики тут и не хватает.

«ЧТО ДЕЛАТЬ НАМ? И ЧЕМ ПОМОЧЬ?»

Приступая к презентации только что выпущенной издательством «КноРус» книги[1] признаемся, что, берясь за ее написание, мы, авторы исходили именно из остроты встающей перед вузами практической и неотложной проблемы. Ведь неизбежное резкое сокращение доходов прямо грозит уменьшением и без того недостойного уровня оплаты труда профессорско-преподавательского со-

става, увольнениями части преподавательского корпуса, закрытием ряда вузов. А что, и впрямь, делать вузу, если денег «вдруг» станет не хватать даже на поддержание отнюдь не слишком сытого современного статус-кво? Проблема эта (во многом из-за традиционной привязки системы высшего образования к государственным решениям) еще полностью не осознана ни руководителями вузов, ни преподавателями, ни обществом в целом. Авось, государство поможет.

Между тем, дополнительным осложняющим фактором для вузов является именно непоследовательность государственной политики в сфере высшего образования. Сколько студентов и сколько вузов необходимо стране? Какой уровень государственного финансирования сектора является целевым в средне- и долгосрочном периоде? Планируется ли полноценное финансирование всех или только лучших вузов? И, коль скоро уровень финансирования предполагается дифференцированным, то, что должен сделать вуз для получения права на полноценное финансирование? Окончательных ответов, обязывающих госорганы к чему-либо конкретному и, потому, способных стать ориентирами для вузов, на подобные принципиальные вопросы нет, а те, которые временами даются, носят характер частных мнений и постоянно меняются.

В связи с описанными процессами для российских вузов в повестку дня встала задача самостоятельного обеспечения экономической стабильности развития. Бессистемное и отчасти случайное зарабатывание денег (перехватил там, перехватил здесь) уже не решает проблем вузов. Пришло время овладения всем комплексом конкретных методик хозяйствования в условиях рыночной экономики. Сильный вуз, если и не должен стать полностью независимым от бюджетных источников финансовых средств, то, по крайней мере, должен создать долговременные и широко диверсифицированные источники ресурсов, которые защитят его равно от непредсказуемости рынка и от изменчивости государственной политики.

Соответствующий опыт в изобилии имеется у зарубежных вузов, однако далеко не все его элементы применимы к российским условиям. Первые успешные примеры экономического обеспечения процесса своего развития дают и некоторые российские вузы. Именно поэтому так важно собрать и подробно описать «работающие» механизмы стабилизации экономического положения вузов в самых разных сферах их деятельности. Именно этому и посвящена наша книга.

Как отмечает один из ее первых рецензентов, «авторы поставили перед собой вполне конкретную исследовательскую задачу: провести инвентаризацию источников доходов, используемых отечественными и западными вузами, оценить их сравнительное значение применительно к российским условиям. С завидной педантичностью они обсуждают перспективы получения доходов от бюджетного финансирования первого высшего образования и от платного приема на те же программы; доходы от краткосрочных образовательных программ и от довузовской подготовки; анализируют возможности вузов зарабатывать с помощью НИР и с помощью создания аффилированных бизнесов; не оставляют без внимания ни сыгравшую решающую роль в 90-ые годы сдачу помещений в аренду, ни куда более современное получение доходов через эндаумент-фонды. Нам представляется, что именно такое конкретно-дотошное обсуждение всех ныне значимых и/или перспективных в будущем источников средств необходимо провести каждому вузу, взвесив свои шансы на каждом из направлений в духе самого, что ни на есть коммерческого, SWOT анализа»[2].

Нас, например, заинтересовал опыт создания «базовых кафедр», позволяющий вузу решить сразу комплекс проблем: от низко-затратного (для самого вуза) переоснащения новейшим оборудованием, до гарантированного трудоустройства выпускников; от повышения качества исследований и выведения преподавания на современный уровень, до повышения практической направленности

учебного процесса и т.п. Выяснилось, что в России (а точнее, еще в СССР) пионером выстраивания этой системы является Физтех. Ведущие оборонные «фирмы» (КБ, НПО и т.п.) страны открывали в МФТИ кафедры по тем дисциплинам, в которых они особо нуждались. Более того, в стены вуза в значительной степени был перенесен процесс «доводки» выпускника до требований, предъявлявшихся к сотрудникам соответствующей «конторы». Одновременно студенты вуза могли изучать реальное исследовательское или производственное оборудование на базе учреждения-организатора кафедры (откуда, вероятно и пошло само название «базовая кафедра»).

В наше время «Физтех» продолжил развитие базовых кафедр, ориентируя их на решение реальных задач, востребованных рынком. Например, Факультет инноваций и высоких технологий МФТИ проводит набор в магистратуру по направлению «Прикладные математика и физика» на базовую кафедру при ОАО «Яндекс» (наиболее известная в России фирма-поисковик в Интернете).

Из опыта МФТИ идея базовых кафедр наиболее последовательно была заимствована НИУ-ВШЭ. Здесь создана сеть факультетских и межфакультетских базовых кафедр (всего – 9). Организация базовых кафедр позволяет привлечь к преподаванию высококвалифицированных специалистов–практиков из органов государственного управления и бизнеса, развивать научно-исследовательскую работу с участием студентов, проводить среди них работу по профессиональной ориентации, организовывать производственную и преддипломную практики в профильных организациях с вовлечением студентов в реальные проекты. Причем преподавателям базовой кафедры, наряду с обычными учебными курсами, разрешено использовать такую форму как мастер-классы. Они могут сочетать в себе элементы разных учебных форм – лекции, семинара, деловой игры, групповой консультации и др. Мастер-классы имеют гибкую продолжительность, определяемую самим преподавателем. Это дает совместителю-практику дополнительные возможности встраиваться в учебный процесс.

Работа базовых кафедр не ограничивается стенами вуза. Часть занятий проводится на учебных площадках компаний. Технология учебного процесса выстроена таким образом, что при проведении мастер-классов и консультаций преподаватели-практики имеют возможность для целевого отбора наиболее подготовленных и мотивированных студентов. С третьего или четвертого курсов эти студенты проходят практику, в процессе которой в отличие от традиционного формального участия в роли наблюдателей, включаются в реальную работу (причем нередко оплачиваемую фирмой). Таким образом, в процессе реализации конкретных проектов реализуется один из наиболее востребованных учебных форматов – «обучение деланием».

Практика создания базовых кафедр с теми или иными модификациями распространяется и в других ведущих вузах страны. По словам Ректора МГУ имени Ломоносова В. Садовничего, в университете началось создание небольших факультетов, где будут готовить специалистов по определенным направлениям для работы в крупнейших фирмах. Эти факультеты представляют собой образованные по согласованию с крупными финансовыми компаниями страны высшие школы, обучение в которых будет в основном платным[3].

Разумеется, базовые кафедры – лишь пример многочисленных инструментов повышения экономической эффективности, рассматриваемых в книге. Отдельные кейсы посвящены эндаумент-фонду Финансового университета; итальянской системе привлечения абитуриентов в недавно созданный вуз (Калабрийский университет); стремительному выдвижению университетов Финляндии и Новой Зеландии в число лидеров обучения иностранных студентов; взаимовыгодной кооперации Первого Московского госмедуниверситета имени И. М. Сеченова с компанией «Сотекс» в разработке лекарственных препаратов и пр.

ЯВЛЕНИЕ ГЕРОЯ: БРЕНД ВУЗА

При всем многообразии конкретных инструментов обеспечения экономической устойчивости вузов существует единый стержень, вокруг которого они все сплетаются. По твердому убеждению авторов эту роль выполняет сильный бренд вуза. Образование – типичный доверительный продукт. Ни сам абитуриент, ни его родители не в состоянии определить, насколько правильно организован учебный процесс, в какой степени соответствует современным требованиям преподавание учебных дисциплин, насколько силен профессорско-преподавательский состав. Обо всем этом они судят по косвенным признакам и тем сведениям, которые доступны для внешнего наблюдателя.

Отсюда вытекает центральное значение бренда вуза как интегрального индикатора качества данного научно-педагогического учреждения. Коль скоро некий университет добился устойчивой репутации лучшего вуза страны, скажем, в области изучения и преподавания экономической социологии, именно на нем концентрируются мощнейшие положительные обратные связи: сильный бренд создает условия для укрепления позиций вуза, что, в свою очередь, служит предпосылкой нового усиления его бренда.

Прежде всего, только вузы с очень сильными брендами могут себе позволить «привередничать», отвергая недостаточно подготовленных студентов. Особенно важно это свойство в условиях описанного нами демографического кризиса. Мало того, что вузы с сильным брендом не испытывают проблем с набором, «высокое качество» зачисленного контингента позволяет организовывать учебный процесс без скидок «на контингент». А, значит, и выпускники университета будут хорошо подготовлены, что дополнительно укрепит его бренд.

Примерно такие же «самоусиливающиеся круги» реализуются и в других сферах деятельности университетов. Исследовательские гранты выделяют вузам, хорошо зарекомендовавшим себя во время прошлых работ. А опыт в исполнении грантов помогает лучше составлять исследовательские заявки, позволяет собирать более авторитетные команды исполнителей, оберегает от оформительских ошибок и т.д. Словом, лучшие шансы на новые гранты имеют вузы с сильными брендами. Почти то же самое происходит в отношениях с работодателями. Сначала руководство мощной корпорации требует от своих кадровых служб укомплектовать вакансии лучшими выпускниками вузов и те, естественно, начинают искать их среди вузов с сильным брендом. А потом университет имярек, чьи выпускники обильно представлены на всех этажах организационной пирамиды данной корпорации, автоматически начинает восприниматься внутри нее как лучший вуз страны.

Не забудем и той «низкой», но жизненно важной теме, что все эти процессы приносят вузу деньги. Вуз с сильным брендом получает его и от государства в рамках финансирования бюджетных мест, и от частных лиц (студентов - «платников»), и от организаций (где еще проводить повышение квалификации, как не в лучшем вузе), и от заказчиков НИР, и в виде спонсорской помощи хорошо устроившихся в жизни выпускников. А, значит, раскручивается еще один мощнейший маховик самоусиления бренда: бренд приносит деньги, а деньги усиливают вуз и, следовательно, его бренд.

Так как же добиться становления сильного бренда в российских условиях? В книге подробно рассматривается, как бренд вуза складывается в ходе внедрения в общественное сознание следующих основных достоинств учебного заведения:

1. Уникальный профессорско-преподавательский состав;
2. Уникальная система обучения;
3. Уникальный эмоциональный образ вуза.

По мировой практике основу бренда высшего учебного заведения обычно составляют представления о высоком научно-педагогическом уровне вуза, а, следовательно, и о сильном профессорско-преподавательском составе. Именно отсюда вырастает постоянно усиливающийся, в том числе и в России, интерес к национальным и международным рейтингам вузов – в книге подробно рассматриваются принципы составления наиболее значимых рейтингов и указывается, провалы по каким конкретным показателям мешают нашим вузам занимать в них достойные места.

Практически каждый университет стремится доказать, что в его стенах работают (или работали) выдающиеся люди. Однако не только Нобелевские лауреаты или академики создают представление о силе профессорско-преподавательского состава вуза. Крайне важна информация (причем изложенная не казенным и не узкоспециально-научным, а общедоступным языком) о сферах научных интересов, достижениях и человеческих качествах ведущих преподавателей, трудящихся в университете. Достаточно посмотреть сайты российских вузов, чтобы понять, что пока такой подход не стал типичным в нашей стране. Информация о преподавателях (если не считать руководство вузов) крайне скудна, суха и обычно сводится к фамилии, должности и ученым званиям. Очевидно, что это не только не способствует формированию бренда, но вообще мало кого может заинтересовать.

В ряде случаев сильным козырем в формировании бренда может служить уникальный характер организации учебного процесса. Так, МФТИ на своем сайте и почти во всех интервью руководителей подчеркивает, что «с самого основания в Московском физико-техническом институте используется оригинальная система подготовки специалистов, получившая широкую известность как «система Физтеха». Гордиться действительно есть чем. Великие отцы-основатели вуза – П. Л. Капица и Л. Д. Ландау – сделали ставку в учебном процессе на формирование у студентов умения мыслить, чем и сейчас славятся выпускники МФТИ.

«СИСТЕМА ФИЗТЕХА»:

- тщательный отбор одаренной, склонной к творческой работе молодежи;
- фундаментальная математическая, естественнонаучная и гуманитарная подготовка;
- подготовка на выпускающих (базовых) кафедрах, организованных при НИИ, НПО, отечественных и зарубежных компаниях, других организациях, работающих на рынке высоких технологий.
- непосредственное участие в обучении ведущих научных работников;
- индивидуальный подход к отдельным студентам без перегрузки их второстепенными предметами

Особо подчеркнем интегративные свойства бренда. Когда он создан, одного упоминания вуза достаточно, чтобы породить в голове четкий образ, например: «Главное, что физтеховцы умеют думать, даже если чего конкретного не знают, быстро освоят». В силу этого отдельные инструменты успеха (скажем, упоминавшиеся выше «базовые кафедры») начинают восприниматься, не изолированно, а как неотъемлемый элемент бренда. Очевидно, например, что вклад базовых кафедр в систему Физтеха состоит в том, что обучающийся на них студент формирует у себя умения прилагать знания к решению практических задач.

Существенную роль среди фундаментальных слагаемых бренда вуза играет эмоциональная привлекательность вуза. Большую роль в мировой практике создания брендов играет, например, локальный патриотизм. Вузы провинциальных городов не только не испытывают комплекса неполноценности по отношению к столичным, но активно подчеркивают свою «местность», тесное срастание с жизнью своего региона. Все перечисленные моменты к тому же легко представить визуально (фото на сайте и т.п.), создав себе в представлении абитуриентов привлекательный эмоциональный облик. Есть тому примеры и в России. Так, замечательный кампус в сочетании с роскошной природой Юга России способствовали стремительному выходу на общенациональный уровень Белгородского государственного университета.

* * *

В целом представляется, что от того, найдет ли костяк вузовской системы страны эффективные методы формирования сильных брендов, а на этой основе и ключ к экономическому обеспечению стабильности своего развития, во многом зависят перспективы всего высшего образования в России. Слишком нестабильна и опасна окружающая вузы среда, чтобы они могли себе позволить роскошь пассивного наблюдателя за стихийным развитием событий. Сформировать сильный бренд или умереть!

1. *Беккер Е. Г., Бурделова Т. Н. и Юданов А. Ю. «Бренд и экономическая устойчивость вуза» (+ CD), М.: КноРус, 2012.*
2. *Рецензия Н. Н. Думной, см. http://www.branduni.ru/reviews/ РИА Новости, 20 июня 2007.*

Н. Н. ДУМНАЯ. ПРАВИЛА «СБОРКИ» РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Базовый, фундаментальный потенциал постсоциалистических экономик исключительно велик. После завершения трудного переходного периода от них с большой вероятностью можно ожидать мощного «экономического чуда», стремительного выдвижения в число мировых лидеров. Мировой финансово-экономический кризис лишь затормозил этот процесс.

Т. М. СТАСОВА. ЭТИКА БИЗНЕСА КАК ИНСТИТУТ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Острой проблемой на данный момент является безответственное поведения, которое имеет место на всех уровнях общественной системы. Она должна быть решена и в России, и в мировом сообществе, т.к. является одной из основных угроз, приводящих к неустойчивости экономических систем. Поэтому вопрос об этике бизнеса является чрезвычайно актуальным.

Д. А. ЗИЯЕВ. БЕДНОСТЬ И ОГРАНИЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Усиливаются проблемы бедности населения, которая приводит к ограничению социальной активности людей вплоть до их исключения из общественной жизни в переходных экономиках. Рассмотрение различных подходов к проблеме эксклюзии подводит автора к выводу о том, что бедность наносит урон личности и обществу, которое теряет мощный созидательный потенциал многих людей.

И. Б. КУЛЕШОВА. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ИННОВАЦИИ

Конкурентоспособностью любого государства в краткосрочном и долгосрочном периодах тесно связана с инновациями. В этом смысле международный опыт стимулирования деловой активности компаний и активное сотрудничество с государственными структурами может оказать России неоценимую помощь в повышении уровня ее конкурентоспособности в мировом масштабе.

В. А. УСПЕНСКИЙ, О.А. АБЕЛЕВ. АВТОМОБИЛЬНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ

Вы собираетесь покупать автомобиль в кредит? Давайте вместе учиться разбираться в предлагаемых банками услугах в этой области.