

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МИРОВОГО РЫНКА ТЕХНОЛОГИЙ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

М.М. Бегентаев

д.э.н., доцент экономики

А.А. Тутков

к.э.н., доцент экономики

Индустриально-инновационное развитие различных стран мира, полномасштабное распространение научно-технического прогресса и необходимость повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов требуют от них реализации усилий по созданию новых технологий и ноу-хау. Данный процесс требует значительных инвестиций и капиталовложений, научных знаний, в связи с чем значительное число компаний, фирм и предприятий мира не создают новые технологии, средства производства, а являются их потребителями. Технологии, ноу-хау, машины и оборудования, средства производства предлагаются и продаются на специальных сформированных рынках, для чего также разработаны формы их передачи.

В современной практике используются следующие формы передачи технологий:

- межфирменные соглашения о передаче технологий;
- внутренний обмен;
- межфирменные поставки машин, оборудования и другой продукции с передачей технологии.

Передача технологий может осуществляться на коммерческой и некоммерческой основе, что отражено в соответствии с рисунком 1.

Коммерческие формы передачи технологий осуществляются как сопутствующие и самостоятельные.

Сопутствующая передача технологий охватывает:

- передача технологий «под ключ»;
- передача технологий «под готовые руки»;
- передача технологий «на рынок».

К самостоятельным формам передачи технологий относятся:

- лицензионные и кооперационные соглашения;
- безлицензионные формы передачи технологий.

Лицензионные соглашения классифицируются:

- а) По виду объектов:
 - изобретения;

- «ноу-хау»;
 - товарные знаки;
 - промышленные образцы.
- б) По объему прав:
- простые;
 - исключительные;
 - полные.
- в) По способам охраны объектов:
- патентные;
 - беспатентные;
 - смешанные.
- г) По степени автономности:
- самостоятельные;
 - независимые.

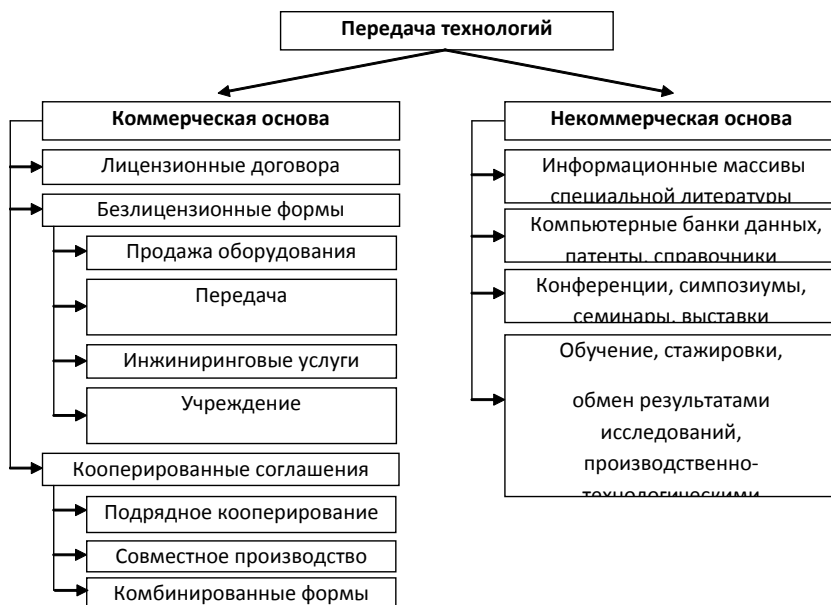


Рисунок 1 – Формы передачи технологий на мировых рынках

Формы передачи технологий используются на таких рынках, как рынок машино-технической продукции и рынок лицензий (ноу-хау).

Рынок машино-технической продукции представляет собой совокупность производителей машин и организаций, закупающих машины, готовое оборудование, приборы, комплектующие изделия, продукцию

общемашиностроительного применения, а также услуги производственного и технологического назначения, которые используются затем при производстве других товаров и услуг.

Рынок машин и оборудования является целым комплексом взаимосвязанных рынков, конкуренция на которых имеет свои специфические черты и особенности.

Специфика рынка машин и оборудования, которая отличает его от рынков других промышленных товаров и от рынков товаров широкого потребления, заключается в следующем:

а) Продавец того или иного вида оборудования обычно имеет дело с ограниченным количеством покупателей, которое зависит от технологической цепочки, необходимой для производства конкретных видов конечной продукции. В машиностроении это в особенности касается индивидуального и мелкосерийного производства, где выпуск изделий определяется фактически портфелем заказов предприятий-потребителей (например, количество необходимых крупных электрических машин определяется строго фиксированными потребностями насосных и тепловых станции);

б) Немногочисленные покупатели оборудования чаще всего являются крупными предприятиями-потребителями, при том большинство видов оборудования могут быть использованы только определенными потребителями. Так, сельскохозяйственное оборудование потребляется в основном в агропромышленном комплексе (АПК), энергетическое и нефтяное оборудование в топливно-энергетическом комплексе (ТЭК), металлургическое оборудование выпускается для крупных металлургических комбинатов;

в) Покупатели машин и оборудования могут быть сконцентрированы географически, например, в отдельном экономическом регионе;

г) Спрос на конкретные виды оборудования связан со спросом на те товары конечного потребления, которые могут производиться на этом оборудовании. Поэтому для того, чтобы прогнозировать спрос на оборудование, необходимо изучать тенденции покупательского спроса на выпускаемые на этом оборудовании товары широкого потребления;

д) Спрос на машины и оборудование неэластичен - изменение цены на оборудование не влечет за собой сильных колебаний общего спроса на него. Это особенно существенно в краткосрочном плане - технология производства того или иного продукта не может быть резко изменена из-за колебаний цен на оборудование или запчасти к нему;

е) Спрос на оборудование и услуги промышленного назначения обычно меняется быстрее, чем на товары и услуги широкого потребления. Определенный процент прироста спроса на товары народного потребления приводит к неизмеримо большему процентному приросту спроса на машины и оборудование. Это объясняется в основном негибкими технологиями, используемыми для

производства этих товаров. Поэтому данная особенность наиболее ярко проявляется при возникновении спроса на новые товары народного потребления и, соответственно, на новое производственное оборудование;

ж) Принятие решения о закупке того или иного вида оборудования - не единовременный акт. Должна существовать специальная служба из высококвалифицированных работников - технических экспертов и представителей высшего руководства того или иного предприятия или фирмы, которая всесторонне обосновывает решение о закупке оборудования с учетом цены, эффективности, производительности;

з) Продавцы машино-технической продукции для продажи своих товаров могут использовать самые разнообразные формы торговли, представленные в соответствии с рисунком 2.

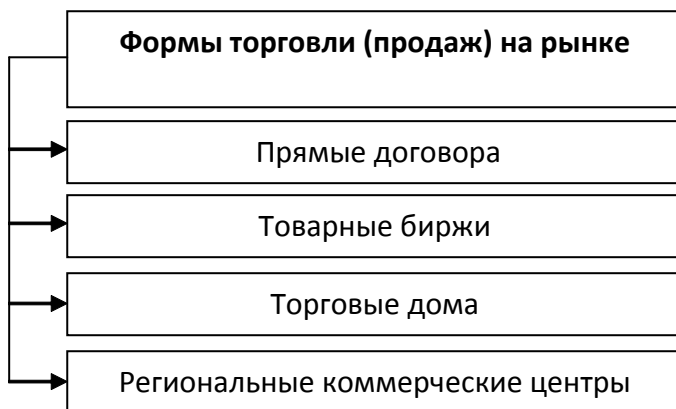


Рисунок 2 – Формы торговли (продаж) на рынке машино-технической продукции

Цены на продукцию одних и тех же видов на одном и том же рынке могут быть различными в зависимости от того, где и в какой форме совершается акт купли-продажи.

Параллельно рынку машино-технической продукции развивается мировой рынок лицензий и «ноу-хау».

Рынок лицензий и «ноу-хау» является частью рынка продукции научного производства. В условиях научно-технического прогресса (НТП) данный рынок становится определяющим фактором в отношении совершенствования технологий, техники, систем организации и управления хозяйственными и социально-экономическими процессами. Это рынок, для которого характерны самый высокоинтеллектуальный и творческий труд, сверхсовременные инвестиционные товары и материалы, а также с которым

связана высокая степень риска, особенно в области фундаментальных и прикладных исследований. На этом рынке объектами купли-продажи являются патенты, лицензии, ноу-хау (знание и опыт), инжиниринг, опытные образцы. Многомерность и многоплановость воздействия продукции данного рынка на состояние и качество инвестиционных товаров, рабочей силы, любых конечных товаров и услуг обуславливает необходимость привлечения внимания к условиям функционирования системы образования, высшей школы и науки, которые в единстве с культурой, духовностью являются отправной точкой истинного социально-экономического прогресса.

Лицензионные сделки в международной практике характерны при коммерческом обмене технологиями и реализуются обычно на основе заключаемых договоров на передачу ноу-хау. Такие договоры традиционно именуются лицензионными. Это означает, что в данном случае речь идет о так называемой бесплатежной лицензии. Поскольку договор на передачу ноу-хау отличается от лицензионного договора на изобретение.

Лицензия – это разрешение на передачу физическими или юридическими лицами (лицензиарами) принадлежащих им прав на использование изобретения, промышленного образца другим физическим или юридическим лицом (лицензиатом).

В международной торговле существует три вида лицензионных соглашений:

- о простой лицензии, которое дает возможность лицензиару продавать аналогичные лицензии другим лицензиатам, самостоятельно производить и сбывать продукцию на любом рынке;
- об исключительной лицензии, когда лицензиат получает монопольное право на ее использование, включая перепродажу другим организациям в пределах определенной территории;
- о полной лицензии, что означает продажу патента, в результате чего лицензиар навсегда лишается права на свое изобретение.

Оплата стоимости лицензий и ноу-хау производится в зависимости от вида сделки, которая оформляется через соответствующие лицензионные соглашения, где оговаривается комплекс дополнительных обязательств по оказанию помощи лицензиатам в применении технических новшеств.

Независимо от способа оформления передачи информации ноу-хау, она в любом случае является самостоятельным объектом внешнеторговой сделки, подпадая под действие норм регулирования особого предмета сделки, и подлежит специальной оценке при фиксации цены контракта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гусаков Б., Сидорович Ю. Катализатор экономического роста. Финансы №1, 2001.

ЭКОНОМИКА

2. Дробозина Л.А. Мировая экономика. Учебник. - М.: Финансы, ЮНИТИ, 2003.

3. Журавский Ф.М., Семенов Е.К. Капиталистический рынок оборудования: проблема конкурентоспособности, - М.: Инфра-М, 2002.

4. Чернышев А.А., Соколов В.М. Региональные рынки средств производства, - М.: Дело, 2003.

Түйіндеме

Мақалада әлем нарығындағы технологияны беру нысаны мен әдістері, жалпы теориялық принцип үлгілері ұсынылған. Нарықтың теориялық сұрағына ноу-хау мен қолік-техникалық өнімге ерекше назар аудару.

Resume

The article presents a general overview of theoretical principles, methods and forms of technology transfer in the global market. Particular attention is accented with theoretical issues of markets machinery and technical products and know-how.

УДК – 338.31

УРОВЕНЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ, КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

М.А. Бойко

*студент, Павлодарский государственный университет
им. С. Торайгырова*

А.Б. Утебаева

к.э.н., доцент

Функционирование промышленных предприятий в условиях жесткой конкуренции требует создания такого экономического механизма, который отвечал бы требованиям интенсификации производства и приводил к повышению инвестиционной активности. Особенно актуальна проблема рациональной организации производственно-хозяйственной деятельности предприятия и роста прибыли.

В переводе с немецкого языка *rentabel* - выгодный, доходный, прибыльный. На основе анализа уровней рентабельности можно определить, какие виды продукции и какие хозяйственные подразделения обеспечивают большую доходность. Это становится особенно важным в современных, рыночных условиях, где финансовая устойчивость предприятия зависит от специализации и концентрации производства.