

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

СОВРЕМЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Январь–февраль 2007 года

№ 1 (1)

Издается с января 2007 года,
выходит один раз в два месяца

Редакционная коллегия
журнала «Современная конкуренция»

Главный редактор:

Новашина Татьяна Сергеевна

кандидат экономических наук, доцент

Члены редколлегии:

Бандурин Александр Владимирович

доктор экономических наук

Гельвановский Михаил Иванович

доктор экономических наук

Клейнер Георгий Борисович

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН

Коробов Юрий Иванович

доктор экономических наук, профессор

Разу Марк Львович

доктор экономических наук, профессор,
Заслуженный деятель науки РФ

Рубин Юрий Борисович

доктор экономических наук, профессор,
Почетный работник высшего
профессионального образования

Сорокин Дмитрий Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор

Фатхутдинов Раис Ахметович

доктор экономических наук, профессор

Филиппов Альберт Владимирович

доктор психологических наук, профессор,
Заслуженный деятель науки РФ

Юданов Андрей Юрьевич

доктор экономических наук, профессор

СОДЕРЖАНИЕ

Хроника, события, факты

Новости бизнес-сообщества	5
Календарь мероприятий	10

Федеральный закон «О защите конкуренции» (тема номера)

ФЗ «О защите конкуренции»	11
-------------------------------------	----

И.Ю. Артемьев, А.Г. Сушкевич

Новый российский Федеральный закон «О защите конкуренции»	26
---	----

Федеральный закон «О защите конкуренции» призван сделать отношения бизнеса, государства и потребителей максимально прозрачными. Принципиально меняется система правоотношений в области защиты конкуренции: предусмотрены жесткие меры, направленные против монополизации рынков и коллективного доминирования, предусмотрены ограничения конкуренции со стороны государственных чиновников, конкретизированы положения об экстерриториальности антимонопольного законодательства.

Над новым законом мы работали почти три года	34
--	----

Новый закон о защите конкуренции с нетерпением ждали все, но больше всего разработчик документа — Федеральная антимонопольная служба России, для которой работа над законом стала беспрецедентной и по времени, и по масштабам.

Интервью с начальником Аналитического управления ФАС России А. Сушкевичем.

Е.Е. Болонин

В русле правовой защиты конкуренции	38
---	----

Российское антимонопольное законодательство, призванное обеспечивать защиту конкуренции на отечественном рынке, конечно, пока еще далеко не только от идеала, но и от лучших мировых образцов. Однако оно не стоит на месте, а довольно энергично совершенствуется с учетом опыта стран с развитой рыночной экономикой и требований времени. Лучшее подтверждение тому — принятие российским парламентом минувшим летом Закона «О защите конкуренции», содержащего весьма серьезные новации.

Н.В. Бандурина

Правовая категория «финансовая услуга» в законодательстве о защите конкуренции	44
---	----

В определение финансовой услуги в новом законе внесены изменения. Подверглись унификации элементы финансовой услуги, т.е. каждое действие, входящее в качестве составляющего в финансовую услугу, содержит наименование «услуга». При этом перечень действий, которые могут быть отнесены к финансовым услугам, является закрытым, что, безусловно, говорит о стремлении законодателя ограничить возможность регулирования некоторых действий финансовых и иных организаций нормами законодательства о защите конкуренции.

Конкурентная политика

М.И. Гельвановский

Повышение конкурентоспособности российской экономики в условиях глобализации: концептуальные и правовые проблемы	50
---	----

Для России проблема повышения конкурентоспособности экономики заключается в преодолении технического отставания, максимально полного использования конкурентных преимуществ, которые есть у российской экономики, создании новых конкурентных преимуществ экономики и в первую очередь ведущих промышленных компаний России. Государство и бизнес должны совместно проводить поли-

тику, стратегическим направлением которой будет переориентация развития хозяйства страны с преимущественной добычи и переработки сырья на увеличение доли высокотехнологичных товаров и услуг, в том числе и в экспорте страны.

В.И. Карпунин

Государство и конкурентоспособность национальной банковской системы 58

Национальные интересы страны требуют формирования самостоятельной, устойчивой банковской системы. Именно с национальными приоритетами должна быть связана политика, обеспечивающая конкурентоспособность национальной банковской системы в мировом банковском сообществе. Роль государства в решении этой задачи трудно переоценить. На последнем заседании Президиума Госсовета (ноябрь 2006 года) Президент России справедливо отметил, что конкурентоспособная банковская система — это неотъемлемая часть суверенитета России.

Стратегия и тактика

История успеха 67

Ассоциация предприятий текстильной и легкой промышленности «Восток-Сервис» была основана в 1992 году. Компания стала общепризнанным лидером на российском рынке спецодежды, рабочей обуви и средств индивидуальной защиты. Ассоциация «Восток-Сервис» стратегический партнер ведущих зарубежных компаний: 3M, Ansell Protective Products, UVEX, Bacou-Dalloz Group, Trelleborg, Klopman International, Heckel Securite, Degussa, Hitachi, MSA Auer. Ассоциация имеет собственную производственную базу, которая объединяет швейные, прядильные, обувные фабрики.

Интервью с президентом ассоциации «Восток-Сервис» В. Головневым.

Вопросы теории

Р.А. Фатхутдинов

Концепция новой теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией 73

Вопросы теории и практики конкуренции традиционно интересовали экономическую науку на протяжении многих веков. Но лишь с 30-х годов прошлого века выход в свет книг Д. Робинсон «Экономическая теория несовершенной конкуренции» и Э. Чемберлина «Теория монополистической конкуренции» положил начало развитию теории конкуренции как системного явления, характерного для рыночной экономики. Сегодня теория конкуренции получила свое дальнейшее развитие и в России.

Отраслевая конкуренция: банковский сектор

Ю.И. Коробов

Банковская конкуренция: роль, специфика, перспективы развития . . . 87

Функционирование любого рынка немыслимо без конкуренции. Банковский рынок — не исключение. Более того, здесь влияние конкуренции в исторической ретроспективе проявило себя так ярко, как, пожалуй, ни на одном другом. Банковская конкуренция по существу стала важнейшим фактором эволюции сущности банка: от «банка-учреждения» к «банку-предприятию».

С.Р. Моисеев

Реалии монополистической конкуренции в российском банковском секторе 94

В настоящей статье автор анализирует банковскую конкуренцию в России на основе современного непараметрического метода исследования. Опираясь, в частности, на модель *H-statistic* для оценки конкурентной среды более 800 банков, на которые приходится 98% рынка. Эконометрический анализ показывает, что при значительном числе участников рынка, конкуренция в российском банковском секторе ниже, чем во всех остальных странах Центральной и Восточной Европы.

С.В. Тимофеев

Защита конкуренции в банковской сфере:

экономико-правовой аспект 109

Защита конкуренции в банковской сфере должна быть одним из приоритетных направлений государственной политики, так как нездоровая конкурентная среда на рынке банковских услуг тормозит развитие экономики, сдерживая привлечение инвестиций и снижая качество банковского обслуживания. Равноправная конкуренция и рыночная дисциплина предполагают наличие четких общих «правил игры», эффективную систему реагирования на их нарушение, исключение «двойных» стандартов, законодательное ограничение неформальных связей менеджмента банков и государственных чиновников.

Отраслевые рынки

А.В. Федорченко

Развитие фондовых рынков на Ближнем Востоке 118

Возникший всего полтора десятилетия назад российский фондовый рынок прошел через стремительные взлеты и падения, но на сегодняшний день так и не превратился в эффективный механизм широкомасштабного привлечения капитала. Неудивительно, что российские предприятия, способные вызвать интерес инвесторов, выстраивают стратегии выхода на зарубежные рынки. Успех этой стратегии во многом определяется знанием и пониманием особенностей организации, закономерностей и тенденций их развития.

Е.А. Федорова

Календарные аномалии на российском фондовом рынке. 126

Гипотеза о существовании абсолютно эффективных фондовых рынков является идеальной с точки зрения теории и не применима на практике. Данный факт подтверждается наличием ряда эмпирических закономерностей поведения обыкновенных акций, устойчиво проявляющихся из года в год. Другими словами, установлено существование сезонных циклов, или аномалий, в доходности акций, знать о которых важно участникам рынка — как тем, кто решает задачу максимальной капитализации бизнеса, так и тем, кто разрабатывает инвестиционную стратегию повышения конкурентоспособности компании.

Профессиональные компетенции

А.Р. Алавердов

Конкуренция на внутрифирменном рынке труда:

возможности и опасности для работодателя 135

Российские работодатели сегодня стоят перед непростым выбором. С одной стороны, активная конкуренция между работниками на внутрифирменном рынке труда создает для них дополнительные «стратегические возможности» по кадровому направлению деятельности. С другой — искусственное стимулирование такой конкуренции создает «стратегические опасности», важнейшими из которых выступают возможное ухудшение психологического климата в трудовом коллективе и локальные проявления прямой нелояльности со стороны отдельных его представителей.

Анонс

Обзор литературы 142

Читайте в следующем номере 144

НОВОСТИ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА

Октябрь

26 октября 2006 г. в России вступил в силу Федеральный закон «О защите конкуренции». Целями настоящего Федерального закона являются обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков. Новый закон вобрал в себя лучшее из пятнадцатилетней практики правового регулирования защиты конкуренции и применения законодательного запрета на монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию. Закон определяет организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции; недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации.

Федеральная антимонопольная служба признала медицинскую страховую компанию «РЕСО-Мед» виновной в распространении «ложных, неточных и искаженных сведений, способных причинить убытки другой финансовой организации». Комиссия Нижегородского УФАС России (НУ ФАС) в августе этого года возбудила дело по признакам нарушения ст. 15 Федерального Закона «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» в отношении СМК «РЕСО-Мед». В НУ ФАС поступило заявление от нижегородских филиалов страховых медицинских компаний «Газпроммедстрах», «Капиталь Медикальное страхование», «МАКС-М», «РОСНО-МС» на действия филиала компании «РЕСО-Мед» в том же регионе. По мнению заявителей, эти действия, в частности направление информационных материалов руководителям организаций о возможности заключения договора обязательного медицинского страхования (ОМС), оказывают неблагоприятные воздействия на их деятельность.

Росзагранбанков больше не будет. Они станут филиалами лондонской «дочки» ВТБ. Внешторгбанк (ВТБ) определился со сроками консолидации принадлежащих ему росзагранбанков в Западной Европе. До конца года пакеты акций шести европейских банков, доставшихся ВТБ от Банка России, будут переданы дочерней структуре *Moscow Narodny Bank (MNB)*. В 2007 году на базе заграничных банков планируется создать филиальный банк с главным офисом в Лондоне.

Основная задача, которая возлагается на консолидированную структуру с головным офисом в Лондоне, заключается в обслуживании российских корпоративных клиентов, а также в привлечении инвестиций в Россию.

По мнению аналитиков, у ВТБ неплохие шансы закрепиться и расширить присутствие на западноевропейском рынке, хотя на первых порах ВТБ встретится с жесткой конкуренцией со стороны крупных игроков, работающих на банковском рынке Западной Европы.

Рынок корпоративных облигаций на глазах набирает вес. Его объем превысил 660 млрд рублей, а количество эмитентов достигло 280. В отраслевом сегменте несомненное лидерство рынка принадлежит банкам и другим финансовым организациям (24%), далее идут телекоммуникации (9%), энергетика и металлургия (по 8%), а также машиностроение, нефть и газ, торговля (по 7%). 55% облигационного рынка занимают компании среднего размера, опережая крупный бизнес и по числу выпусков — 279 против 77. По мнению аналитиков, их доля будет возрастать, так как здесь есть возможность взять в долг достаточно большую сумму по относительно невысоким ставкам и на довольно большой срок. Сегодня на долгом рынке наибольшую активность проявляют предприятия, которые не являются правофланговыми своих отраслей — преимущественно компании с объемом продаж от 5 до 20 млрд рублей.

Для среднего бизнеса выход на рынок облигаций имеет ряд преимуществ: долгосрочный характер привлеченных средств, отсутствие требований по обеспечению или залогу.

Ноябрь

14 ноября 2006 г. опубликовано Постановление Правительства Российской Федерации от 4 ноября 2006 г. №642 «О перечне товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд, размещение заказов на которые осуществляется у субъектов малого предпринимательства, и их предельных ценах (ценах лотов)». В соответствии со статьей 15 Федерального закона «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» Правительство Российской Федерации постановило: утвердить прилагаемый перечень товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд, размещение заказов на которые осуществляется у субъектов малого предпринимательства. Определить предельные цены (цены лотов) для предусмотренных указанным перечнем товаров — в размере 3 млн рублей, работ — в размере 3 млн рублей, услуг — в размере 2 млн рублей.

В Госдуму внесен законопроект, ограничивающий возможности крупных игроков на рекламном рынке. Компаниям, занимающим более 25% рынка, запретят увеличивать свои рекламные площади. Новые правила планируется ввести с 1 июля 2007 г. Представители бизнеса считают, что время для перемен выбрано неудачно — впереди предвыборный год.

Не успел рынок приспособиться к новому Закону «О рекламе», как депутаты подготовили операторам наружной рекламы новый подарок. Они внесли в Госдуму блок поправок, направленных на демополизацию рынка наружной рекламы. Законопроект вводит свой критерий признания компаний доминирующими и запрещает операторам иметь более 25% разрешений на установку конструкций от общей доли рекламы на рынке.

Компании, владеющие избыточным количеством разрешений, будут отстранены от участия в конкурсах на получение новых рекламных площадей, находящихся в му-

нипальной собственности. По новым правилам, разрешения на установку рекламного щита будут выдаваться только на условиях тендера. Все крупные операторы до 1 июля 2007 г. должны привести численность разрешений в соответствие с нормой, в противном случае они будут аннулированы.

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) начала расследование по факту сговора между двумя крупными московскими торговыми сетями и двумя банками. ФАС планирует провести ряд проверок по сигналам, поступившим от банков, чьи интересы в данной ситуации были ущемлены. Антимонопольной службе стало известно о сговоре между двумя крупными ритейловыми сетями и двумя крупными банками, которые тем самым нарушили закон о конкуренции. Торговые сети, названия которых ФАС не раскрыла, рекомендуют поставщикам заключать договоры о предоставлении факторинговых услуг с определенными банками, в результате чего поставщики платят более высокие комиссионные выплаты по договору.

Российские компании имеют самые плохие корпоративные сайты в Европе: в них наименьшее количество информации для инвесторов и негде разгуляться аналитикам и журналистам. Исследование по 16 европейским странам провела шведская консалтинговая фирма *Hallvarsson & Halvarsson*. Список возглавила Германия (65 баллов из 100 возможных, скандинавы — Финляндия, Швеция, Норвегия и Дания — заняли второе место, далее — Швейцария и Нидерланды. Франция (48) оказалась четвертой... с конца, а замыкает список Россия с 35 баллами.

Министерство экономического развития и торговли (МЭРТ) РФ объявило прогноз на снижение пошлин и открытие рынков после вступления России во Всемирную торговую организацию (ВТО). Как сообщается в материалах министерства, в течение 3 лет после присоединения к ВТО будут отменены пошлины на компьютеры, средства их производства и элементную базу. Были достигнуты договоренности об условиях открытия в течение 7 лет российского рынка легковых автомобилей (снижение с 25 до 15%) и гражданской авиатехники (снижение с 20 до 7,5-12,5%). За 3-4 года произойдет снижение ставок пошлин до 5-6% на рынке химических товаров, бумаги и изделий из нее. По мнению министерства, это приведет к усилению конкуренции в данных секторах, но не нанесет ущерба российским производителям. Будут снижены, а в ряде случаев отменены, пошлины на кожевенное и меховое сырье, а также на шерсть и текстильное сырье. При этом останутся практически неизменными ставки пошлин на готовую одежду, стекло и керамику.

Федеральная антимонопольная служба возбудила дело по признакам нарушения антимонопольного законодательства в отношении ООО «Русский Стандарт-Инвест» и французского страховщика *Cardif*, являющихся акционерами дочернего страховщика банка «Русский Стандарт» — «Русский Стандарт. Страхование». Дело в отношении акционеров страховой «дочки» «Русского Стандарта» возбуждено в соответствии со ст. 44 ФЗ «О защите конкуренции». Компания «Русский Стандарт. Страхование» на 75% принадлежит основателю группы «Русский Стандарт» Рустаму Тарико, а еще

25% + одна акция — французской страховой компании *Cardif*, входящей в группу *BNP Paribas*. По итогам первого полугодия 2006 года «Русский Стандарт. Страхование» собрал 1,4 млрд рублей страховой премии, выплатив при этом возмещений всего лишь на 6,025 млн рублей.

По мере того как конкуренция на внутренних рынках Европы и США обостряется, гостиничная индустрия ищет выходы на развивающиеся рынки Ближнего Востока, Северной Африки, Турции, России и Азии.

Исследование консалтинговой компании *PricewaterhouseCoopers (PwC)* предсказывает широкую экспансию мировых гостиничных сетей в страны развивающихся экономик в ближайшие годы. Приход в страны бурного экономического роста рассматривается при этом как неотъемлемая часть стратегий развития.

Крупнейшая в мире группа *InterContinental Hotels*, которая владеет сетью гостиниц *Crowne Plaza* и *Holiday Inn*, объявила о планах построить в Китае к 2008 году 125 гостиниц. Французская *Accor*, управляющая гостиницами сети *Sofitel*, к 2010 году откроет 200 тыс. номеров, две трети из которых будут находиться в Китае, Турции, Марокко и Алжире.

А гостиничные группы *Whitebread*, *Marriott* и *easyGroup* планируют развивать свой бизнес и на российском рынке.

KPMG нашла зависимость налоговых ставок и экономического роста страны. Глобальная конкуренция побуждает страны добиваться экономического роста путем снижения налогов. Такой вывод содержится в опубликованном вчера исследовании консалтинговой компании *KPMG*. По мнению экспертов, любое государство может обеспечить себе значительные конкурентные преимущества перед своими экономическими соперниками, постепенно снижая ставки налога на прибыль корпораций.

В нынешнем исследовании за 2006 год эксперты *KPMG* рассмотрели 86 стран мира. За 14-летний период во многих из них происходило последовательное и радикальное снижение ставок налога на прибыль корпораций, которое началось в середине 80-х годов прошлого века в Великобритании, когда правительство Маргарет Тэтчер снизило ставку налога на прибыль корпораций с 52 до 35%, вынудив другие страны поступить аналогичным образом. Эксперты *KPMG* отмечают, что как только одна из наиболее развитых стран снижает налоговые ставки, другие начинают делать то же самое. За последние 14 лет средний уровень налога на прибыль корпораций в странах, исследованных *KPMG*, снизился с 38 до 27,1%. При этом темпы роста большинства стран заметно выросли за этот период. Снижение налогов корпораций повышает привлекательность страны для инвестиций, может способствовать увеличению экономического роста и привлечь прямые иностранные инвестиции.

Европарламент окончательно одобрил директиву «Франкенштейна», которая облегчит компаниям сферы услуг ведение бизнеса в других странах. По разным оценкам, на сферу услуг приходится от половины до двух третей всей деловой активности и около 116 млн рабочих мест в странах ЕС. При этом бизнес компаний, занятых в секторе, обычно не является интернациональным и очерчен границами стран. Стать единым европейскому рынку услуг мешают протекционистские национальные законы и

сложные бюрократические процедуры. Принятая европарламентариями директива должна подстегнуть трансграничную конкуренцию в секторе услуг и улучшить экономическую ситуацию в Европе. Либерализация рынка может добавить к валовому продукту всех стран ЕС до 30 млрд евро и создать 600 тыс. новых рабочих мест.

Закон должен быть подписан всеми государствами — членами ЕС, а реальная либерализация европейского рынка услуг начнется в конце 2009 года, три года понадобится на то, чтобы обеспечить выполнение директивы на национальном уровне.

Декабрь

Ассоциация по защите прав инвесторов, объединяющая крупнейших институциональных инвесторов, работающих в России, подвела итоги ежегодного опроса «Российские лидеры в сфере корпоративного управления». Лучшей компанией в этой номинации был признан «Вымпелком», худшими по этому показателю стали нефтяная компания «Сургутнефтегаз» и Федеральная сетевая компания Единой энергетической системы («ФСК ЕЭС России»). По результатам опроса были также названы лучший корпоративный менеджер страны — глава РАО Анатолий Чубайс и самый грамотный и добившийся наибольших успехов председатель совета директоров ОАО «Газпром» — Дмитрий Медведев.

Национальной ассоциацией участников электронной торговли и МОД «Против коррупции» при поддержке комиссии Госдумы по противодействию коррупции, Федеральной антимонопольной службы и Счетной палаты подготовлен «Рейтинг прозрачности — 2006». Выяснилось, что самые прозрачные закупщики — субъекты Федерации. Гарантированно прозрачными региональными закупщиками оказались Москва, Санкт-Петербург и Республика Татарстан. Среди корпоративных закупщиков гарантированно прозрачными признаны «ЦентрТелеком» и Магнитогорский металлургический комбинат. В остальном корпоративные закупки получили самую низкую оценку прозрачности.

По мнению экспертов, большинство закупок в России происходит по завышенным ценам, что обусловлено главным образом низким уровнем использования конкурентных процедур и низким качеством информирования поставщиков о проводимых закупках, процедурах конкурсных торгов и их результатах.

Эксперты оценивают потери, связанные с недобросовестностью российских закупщиков в 2006 году в 650 млрд рублей. Потери государства от «откатов» составят около 300 млрд рублей — более 45 % от общей величины закупочных бюджетов.

Объем премиальных, которые получают сотрудники российских компаний в конце 2006 года, достигнет 5 млрд долларов или 0,5 % ВВП. Показатель вырос настолько, что экспертам приходится учитывать его при составлении прогнозов по росту рынка. Общая сумма премиальных настолько выросла, что эксперты и аналитики вносят поправки в прогнозы темпа роста рынков с учетом этого показателя. В конце года выплаты премий могут спровоцировать повышенный спрос на элитную недвижимость, ценные бумаги и золото. Среди менеджеров, которым по итогам года достанется львиная доля премиальных, эксперты называют, прежде всего, руководителей крупных компаний с государственным капиталом: ОАО «РЖД», РАО «ЕЭС», Газпрома и Сбербанка.

КАЛЕНДАРЬ МЕРОПРИЯТИЙ

Дата	Наименование, тема	Организатор	Место проведения	Телефон, факс, e-mail
17-19 января	Зимняя конференция «АМАА-2007: лучший выбор для успеха в среднем сегменте рынка»	Alliance of M&A Advisors	Лас-Вегас, США	www.amaaonline.org Ainsley Emerson Phone: 1-877-844-2535 Fax: 312-729-9800 E-mail: aemerson@amaaonline.org
18-19 января	Семинар «Стратегии коммуникации в финансовом секторе и кризис-менеджмент»	Marcus Evans	Нью-Йорк, США	www.marcusevans.com Ian Brumpton Regional Marketing Director - Europe & North America 11 Connaught Place London, W2 2ET Phone: +44(0)20 3002 2371 Fax: +44(0)20 3002 3003 E-mail: ianb@marcusevansuk.com
5-6 февраля	Семинар «Реализация стратегии через систему сбалансированных показателей (ССП, BSC). Управление на основе BSC»	РосБизнесКонсалтинг	Москва, Россия	Тел.: (495) 363-0314, 363-1111 E-mail: seminar@rbc.ru
7 февраля	Семинар «Сделки корпоративного финансирования»	Redcliffe Training	Лондон, Великобритания	www.redcliffetraining.co.uk Phone: 020-7631-1599 E-mail: conference@redcliffetraining.co.uk
13-14 февраля	Международный форум «Развитие рынка земли и недвижимости в России 2006»	Министерство экономического развития и торговли РФ, Федеральная антимонопольная служба России, Торгово-промышленная палата РФ	Москва, Россия	www.sob.ru/content58.html Тел.: +7 (495) 648-6861, 628-8714 Факс: +7 (495) 625-4655 e-mail: shikova@landforum.ru
18 сентября 2006 – 21 февраля 2007	Российская программа обучения предпринимателей и управленцев среднего звена. «Мастер управления бизнесом»	Центр современных бизнес-технологий	Москва, Россия	http://new-business.ru Тел.: 8(926) 231-4623 Факс: (495) 995-2030 E-Mail: dobro@sviyash.ru Контактное лицо: Алексей Доброходов
13-14 марта	Семинар «Розничный банковский бизнес в Европе»	MarketForce	Вена, Австрия	http://www.marketforce.eu.com/euretailbanking Phone: 0043-1-71-1750
26-29 марта	Real Estate Investment World China 2007 — Китайская конференция по инвестициям в недвижимость	Негус Экспо	Шанхай, Китай	www.expoclub.ru. Тел./факс: (495) 258-5181/82/83, 545-0915/16/17 E-mail: negus@expoclub.ru Контактное лицо: Шикова Мария Николаевна
3-5 апреля	VIII международная научная конференция «Модернизация экономики и общественное развитие»	Государственный университет - Высшая школа экономики при участии Всемирного банка и Международного валютного фонда	Москва, Россия	Тел./факс: (495) 623-7615 E-mail: interconf@hse.ru
3-5 апреля	Alternative Investment Summit 2007 — Саммит по альтернативным инвестициям	Негус Экспо	Лондон, Великобритания	www.expoclub.ru/rus/catitem/3874.html 127051 Россия, Москва, ул. Петровка, д. 26, стр. 2, оф. 97 Тел./факс: (495) 258-5181/82/83

26 июля 2006 года

№ 135-ФЗ

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН О ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ¹

Принят Государственной Думой
8 июля 2006 года

Одобен Советом Федерации
14 июля 2006 года

Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Предмет и цели настоящего Федерального закона

1. Настоящий Федеральный закон определяет организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения:

- 1) монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;
- 2) недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации.

2. Целями настоящего Федерального закона являются обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков.

Статья 2. Антимонопольное законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты о защите конкуренции

Статья 3. Сфера применения настоящего Федерального закона

1. Настоящий Федеральный закон распространяется на отношения, которые связаны с защитой конкуренции, в том числе с предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, и в которых участвуют российские юридические лица и иностранные юридические лица, федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, иные осуществляющие функции указанных органов органы или организации, а также государственные внебюджетные фонды, Центральный банк Российской Федерации, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели.

2. Положения настоящего Федерального закона применяются к достигнутым за пределами территории Российской Федерации соглашениям между российскими или иностранными лицами либо организациями, если в отношении таких соглашений в совокупности выполняются следующие условия:

- 1) соглашения достигнуты в отношении находящихся на территории Российской Федерации основных производственных средств и (или) нематериальных активов ли-

¹ Текст Закона печатается с сокращениями.

бо в отношении акций (долей) российских хозяйственных обществ, прав в отношении российских коммерческих организаций;

2) соглашения приводят или могут привести к ограничению конкуренции в Российской Федерации.

Статья 4. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе

Статья 5. Доминирующее положение

Статья 6. Монопольно высокая цена товара

Статья 7. Монопольно низкая цена товара

Статья 8. Согласованные действия хозяйствующих субъектов

Статья 9. Группа лиц

Глава 2. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Статья 10. Запрет на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением

1. Запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц, в том числе следующие действия (бездействие):

1) установление, поддержание монопольно высокой или монопольно низкой цены товара;

2) изъятие товара из обращения, если результатом такого изъятия явилось повышение цены товара;

3) навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (экономически или технологически не обоснованные и (или) прямо не предусмотренные федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами требования о передаче финансовых средств, иного имущества, в том числе имущественных прав, а также согласие заключить договор при условии внесения в него положений относительно товара, в котором контрагент не заинтересован, и другие требования);

4) экономически или технологически не обоснованные сокращение или прекращение производства товара, если на этот товар имеется спрос или размещены заказы на его поставки при наличии возможности его рентабельного производства, а также если такое сокращение или такое прекращение производства товара прямо не предусмотрено федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами;

5) экономически или технологически не обоснованные отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями (заказчиками) в случае наличия возможности производства или поставок соответствующего товара, а также в случае, если такой отказ или такое уклонение прямо не предусмотрены федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами;

6) экономически, технологически и иным образом не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар, если иное не установлено федеральным законом;

7) установление финансовой организацией необоснованно высокой или необоснованно низкой цены финансовой услуги;

8) создание дискриминационных условий;

9) создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам;

10) нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования.

2. Хозяйствующий субъект вправе представить доказательства того, что его действия (бездействие), указанные в части 1 настоящей статьи (за исключением действий, указанных в пунктах 1, 2, 3, 5, 6, 7 и 10 части 1 настоящей статьи), могут быть признаны допустимыми в соответствии с требованиями части 1 статьи 13 настоящего Федерального закона.

3. Правительство Российской Федерации устанавливает правила доступа к товарам субъектов естественных монополий, направленные на предупреждение создания условий, которые ставят одного потребителя в неравное положение по сравнению с другими потребителями товаров субъектов естественных монополий.

4. Требования настоящей статьи не распространяются на действия по осуществлению исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг.

Статья 11. Запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения или согласованные действия хозяйствующих субъектов

1. Запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами или согласованные действия хозяйствующих субъектов на товарном рынке, если такие соглашения или согласованные действия приводят или могут привести к:

1) установлению или поддержанию цен (тарифов), скидок, надбавок (доплат), наценок;

2) повышению, снижению или поддержанию цен на торгах;

3) разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков);

4) экономически или технологически не обоснованному отказу от заключения договоров с определенными продавцами либо покупателями (заказчиками), если такой отказ прямо не предусмотрен федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами;

5) навязыванию контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (необоснованные требования о передаче финансовых средств, иного имущества, в том числе имущественных прав, а также согласие заключить договор при условии внесения в него положений относительно товаров, в которых контрагент не заинтересован, и другие требования);

6) экономически, технологически и иным образом не обоснованному установлению различных цен (тарифов) на один и тот же товар;

7) сокращению или прекращению производства товаров, на которые имеется спрос либо на поставки которых размещены заказы при наличии возможности их рентабельного производства;

8) созданию препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам;

9) установлению условий членства (участия) в профессиональных и иных объединениях, если такие условия приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, а также к установлению необоснованных критериев членства, являющихся препятствиями для участия в платежных или иных системах, без участия в которых конкурирующие между собой финансовые организации не смогут оказать необходимые финансовые услуги.

2. Запрещаются иные соглашения между хозяйствующими субъектами (за исключением «вертикальных» соглашений, которые признаются допустимыми в соответствии со статьей 12 настоящего Федерального закона) или иные согласованные действия хозяйствующих субъектов, если такие соглашения или согласованные действия приводят или могут привести к ограничению конкуренции.

3. Физическим лицам, коммерческим организациям и некоммерческим организациям запрещается координация экономической деятельности хозяйствующих субъектов, если такая координация приводит или может привести к последствиям, указанным в части 1 настоящей статьи.

4. Хозяйствующий субъект вправе представить доказательства того, что достигнутые им соглашения или осуществляемые им согласованные действия могут быть признаны допустимыми в соответствии со статьей 12 и частью 1 статьи 13 настоящего Федерального закона.

Статья 12. Допустимость «вертикальных» соглашений

1. Допускаются «вертикальные» соглашения в письменной форме (за исключением «вертикальных» соглашений между финансовыми организациями), если эти соглашения являются договорами коммерческой концессии.

2. Допускаются «вертикальные» соглашения между хозяйствующими субъектами (за исключением «вертикальных» соглашений между финансовыми организациями), доля каждого из которых на любом товарном рынке не превышает двадцать процентов.

Статья 13. Допустимость действий (бездействия), соглашений, согласованных действий, сделок, иных действий

1. Действия (бездействие) хозяйствующих субъектов, предусмотренные частью 1 статьи 10 настоящего Федерального закона (за исключением действий (бездействия), указанных в пунктах 1, 2, 3, 5, 6, 7 и 10 части 1 статьи 10 настоящего Федерального закона), соглашения и согласованные действия, предусмотренные частью 2 статьи 11 настоящего Федерального закона, сделки, иные действия, предусмотренные статьями 27-30 настоящего Федерального закона, могут быть признаны допустимыми, если такими действиями (бездействием), соглашениями и согласованными действиями, сделками, иными действиями не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на соответствующем товарном рынке, не налагаются на их участников или третьих лиц ограничения, не соответствующие достижению целей таких действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок, иных действий, а также если их результатом является или может являться:

1) совершенствование производства, реализации товаров или стимулирование технического, экономического прогресса либо повышение конкурентоспособности товаров российского производства на мировом товарном рынке;

2) получение покупателями преимуществ (выгод), соразмерных преимуществам (выгодам), полученным хозяйствующими субъектами в результате действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок.

2. Правительство Российской Федерации вправе определять случаи допустимости соглашений и согласованных действий, соответствующих условиям, указанным в пунктах 1 и 2 части 1 настоящей статьи (общие исключения). Общие исключения в отношении соглашений и согласованных действий, указанных в части 2 статьи 11 настоящего Федерально-

го закона, определяются Правительством Российской Федерации по предложению федерального антимонопольного органа, вводятся на конкретный срок и предусматривают:

- 1) вид соглашения или согласованного действия;
- 2) условия, которые не могут рассматриваться как допустимые в отношении таких соглашений или согласованных действий;
- 3) обязательные условия для обеспечения конкуренции, которые должны содержаться в таких соглашениях;
- 4) обязательные условия, при которых такие согласованные действия являются допустимыми.

3. Общими исключениями могут предусматриваться наряду с указанными в части 2 настоящей статьи условиями иные условия, которым должны соответствовать соглашения или согласованные действия.

Статья 14. Запрет на недобросовестную конкуренцию

1. Не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе:

- 1) распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации;
- 2) введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей;
- 3) некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами;
- 4) продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг;
- 5) незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну.

2. Не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг.

3. Решение федерального антимонопольного органа о нарушении положений части 2 настоящей статьи в отношении приобретения и использования исключительного права на товарный знак направляется заинтересованным лицом в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку.

Глава 3. ЗАПРЕТ НА ОГРАНИЧИВАЮЩИЕ КОНКУРЕНЦИЮ АКТЫ, ДЕЙСТВИЯ (БЕЗДЕЙСТВИЕ), СОГЛАШЕНИЯ, СОГЛАСОВАННЫЕ ДЕЙСТВИЯ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ, ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ, ИНЫХ ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ФУНКЦИИ УКАЗАННЫХ ОРГАНОВ ОРГАНОВ ИЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ, А ТАКЖЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ ФОНДОВ, ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Статья 15. Запрет на ограничивающие конкуренцию акты и действия (бездействие) федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления,

иных осуществляющих функции указанных органов органов или организаций, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка Российской Федерации

1. Федеральным органам исполнительной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов органов или организациям, а также государственным внебюджетным фондам, Центральному банку Российской Федерации запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, за исключением предусмотренных федеральными законами случаев принятия актов и (или) осуществления таких действий (бездействия), в частности запрещаются:

1) введение ограничений в отношении создания хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере деятельности, а также установление запретов или введение ограничений в отношении осуществления отдельных видов деятельности или производства определенных видов товаров;

2) необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами;

3) установление запретов или введение ограничений в отношении свободного перемещения товаров в Российской Федерации, иных ограничений прав хозяйствующих субъектов на продажу, покупку, иное приобретение, обмен товаров;

4) дача хозяйствующим субъектам указаний о первоочередных поставках товаров для определенной категории покупателей (заказчиков) или о заключении в приоритетном порядке договоров;

5) установление для приобретателей товаров ограничений выбора хозяйствующих субъектов, которые предоставляют такие товары.

2. Запрещается наделение органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления полномочиями, осуществление которых приводит или может привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, за исключением случаев, установленных федеральными законами.

3. Запрещается совмещение функций федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, иных органов власти, органов местного самоуправления и функций хозяйствующих субъектов, за исключением случаев, установленных федеральными законами, указами Президента Российской Федерации, постановлениями Правительства Российской Федерации, а также наделение хозяйствующих субъектов функциями и правами указанных органов, в том числе функциями и правами органов государственного контроля и надзора.

Статья 16. Запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения или согласованные действия федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции указанных органов органов или организаций, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка Российской Федерации

Запрещаются соглашения между федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации или между ними и хозяйствующими субъектами либо осуществление этими органами и организациями согласованных действий, если такие соглашения или такое осуществление согласованных действий приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в частности к:

1) повышению, снижению или поддержанию цен (тарифов), за исключением случаев, если такие соглашения предусмотрены федеральными законами или нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации;

2) экономически, технологически и иным образом не обоснованному установлению различных цен (тарифов) на один и тот же товар;

3) разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо по составу продавцов или покупателей (заказчиков);

4) ограничению доступа на товарный рынок, выхода из товарного рынка или устранению с него хозяйствующих субъектов.

Глава 4. АНТИМОНОПОЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ТОРГАМ И ОСОБЕННОСТИ ОТБОРА ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Статья 17. Антимонопольные требования к торгам

Статья 18. Особенности отбора финансовых организаций

Глава 5. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИЛИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ПОМОЩИ

Статья 19. Государственная или муниципальная помощь

Статья 20. Порядок предоставления государственной или муниципальной помощи

Статья 21. Последствия нарушения требований настоящего Федерального закона при предоставлении и использовании государственной или муниципальной помощи

Глава 6. ФУНКЦИИ И ПОЛНОМОЧИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ОРГАНА

Статья 22. Функции антимонопольного органа

Антимонопольный орган выполняет следующие основные функции:

1) обеспечивает государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, хозяйствующими субъектами, физическими лицами;

2) выявляет нарушения антимонопольного законодательства, принимает меры по прекращению нарушения антимонопольного законодательства и привлекает к ответственности за такие нарушения;

3) предупреждает монополистическую деятельность, недобросовестную конкуренцию, другие нарушения антимонопольного законодательства федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, хозяйствующими субъектами, физическими лицами;

4) осуществляет государственный контроль за экономической концентрацией в сфере использования земли, недр, водных и других природных ресурсов, в том числе при проведении торгов, в случаях, предусмотренных федеральными законами.

Статья 23. Полномочия антимонопольного органа

1. Антимонопольный орган осуществляет следующие полномочия:

1) возбуждает и рассматривает дела о нарушениях антимонопольного законодательства;

2) выдает в случаях, указанных в настоящем Федеральном законе, хозяйствующим субъектам обязательные для исполнения предписания:

а) о прекращении ограничивающих конкуренцию соглашений и (или) согласованных действий хозяйствующих субъектов и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;

б) о прекращении злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;

в) о прекращении нарушения правил недискриминационного доступа к товарам;

г) о прекращении недобросовестной конкуренции;

д) о недопущении действий, которые могут являться препятствием для возникновения конкуренции и (или) могут привести к ограничению, устранению конкуренции и нарушению антимонопольного законодательства;

е) об устранении последствий нарушения антимонопольного законодательства;

ж) о прекращении иных нарушений антимонопольного законодательства;

з) о восстановлении положения, существовавшего до нарушения антимонопольного законодательства;

и) о заключении договоров, об изменении условий договоров или о расторжении договоров в случае, если при рассмотрении антимонопольным органом дела о нарушении антимонопольного законодательства лицами, права которых нарушены или могут быть нарушены, было заявлено соответствующее ходатайство, либо в случае осуществления антимонопольным органом государственного контроля за экономической концентрацией;

к) о перечислении в федеральный бюджет дохода, полученного вследствие нарушения антимонопольного законодательства;

л) об изменении или ограничении использования фирменного наименования в случае, если при рассмотрении антимонопольным органом дела о нарушении антимонопольного законодательства лицами, права которых нарушены или могут быть нарушены, было заявлено соответствующее ходатайство, либо в случае осуществления антимонопольным органом государственного контроля за экономической концентрацией;

м) о выполнении экономических, технических, информационных и иных требований об устранении дискриминационных условий и о предупреждении их создания;

н) о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции, в том числе об обеспечении в установленном федеральным законом или иными нормативными правовыми актами порядке доступа к производственным мощностям или информации, о предоставлении в установленном федеральным законом или иными нормативными правовыми актами порядке прав на объекты охраны промышленной собственности, о передаче прав на имущество или о запрете передачи прав на имущество, о предварительном информировании антимонопольного органа о намерении совершить предусмотренные предписанием действия;

3) выдает федеральным органам исполнительной власти, органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов органам или организациям, а также государственным внебюджетным фондам, их должностным лицам, за исключением

случаев, установленных пунктом 4 настоящей части, обязательные для исполнения предписания:

а) об отмене или изменении актов, нарушающих антимонопольное законодательство;

б) о прекращении или об изменении соглашений, нарушающих антимонопольное законодательство;

в) о прекращении иных нарушений антимонопольного законодательства;

г) о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;

4) направляет в федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг, Центральный банк Российской Федерации предложения о приведении в соответствие с антимонопольным законодательством принятых ими актов и (или) прекращении действий, в случае если такие акты и (или) действия нарушают антимонопольное законодательство;

5) привлекает к ответственности за нарушение антимонопольного законодательства коммерческие организации и некоммерческие организации, их должностных лиц, должностных лиц федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции указанных органов или организаций, а также должностных лиц государственных внебюджетных фондов, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, в случаях и в порядке, которые установлены законодательством Российской Федерации;

6) обращается в арбитражный суд с исками, заявлениями о нарушении антимонопольного законодательства, в том числе с исками, заявлениями:

а) о признании недействующими либо недействительными полностью или частично противоречащих антимонопольному законодательству нормативных правовых актов или ненормативных актов федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции указанных органов или организаций, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка Российской Федерации;

б) о признании недействительными полностью или частично договоров, не соответствующих антимонопольному законодательству;

в) об обязательном заключении договора;

г) об изменении или о расторжении договора;

д) о ликвидации юридических лиц в случаях, предусмотренных антимонопольным законодательством;

е) о взыскании в федеральный бюджет дохода, полученного вследствие нарушения антимонопольного законодательства;

ж) о привлечении к ответственности за нарушение антимонопольного законодательства лиц, допустивших такое нарушение;

з) о признании торгов недействительными;

и) о понуждении к исполнению решений и предписаний антимонопольного органа;

7) участвует в рассмотрении судом или арбитражным судом дел, связанных с применением и (или) нарушением антимонопольного законодательства;

8) ведет реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем тридцать пять процентов. Порядок формирования и ведения реестра устанавливается Правительством Российской Федерации;

9) размещает на сайте антимонопольного органа в сети "Интернет" решения и предписания, затрагивающие интересы неопределенного круга лиц;

10) устанавливает доминирующее положение хозяйствующего субъекта при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства и при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией;

11) проводит проверку соблюдения антимонопольного законодательства коммерческими организациями, некоммерческими организациями, федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, физическими лицами, получает от них необходимые документы и информацию, объяснения в письменной или устной форме, в установленном законодательством Российской Федерации порядке обращается в органы, осуществляющие оперативно-розыскную деятельность, с просьбой о проведении оперативно-розыскных мероприятий;

12) осуществляет в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, контроль за деятельностью юридических лиц, обеспечивающих организацию торговли на рынках определенных товаров, например на рынке электрической энергии (мощности), в условиях прекращения государственного регулирования цен (тарифов) на такие товары;

13) осуществляет иные предусмотренные настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами, указами Президента Российской Федерации, постановлениями Правительства Российской Федерации полномочия.

2. Наряду с указанными в части 1 настоящей статьи полномочиями федеральный антимонопольный орган осуществляет следующие полномочия:

1) утверждает формы представления в антимонопольный орган сведений при осуществлении сделок и (или) действий, предусмотренных статьей 32 настоящего Федерального закона;

2) утверждает по согласованию с Центральным банком Российской Федерации методику определения необоснованно высокой и необоснованно низкой цены услуги кредитной организации и методику определения обоснованности цены, установленной занимающей доминирующее положение кредитной организацией, на услугу, не оказываемую иными финансовыми организациями;

3) утверждает порядок проведения анализа состояния конкуренции в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта и выявления иных случаев недопущения, ограничения или устранения конкуренции (порядок проведения анализа состояния конкуренции в целях установления доминирующего положения кредитной организации утверждается федеральным антимонопольным органом по согласованию с Центральным банком Российской Федерации);

4) издает нормативные правовые акты, предусмотренные настоящим Федеральным законом;

5) дает разъяснения по вопросам применения им антимонопольного законодательства;

6) дает в установленном порядке заключения о наличии или об отсутствии признаков ограничения конкуренции при введении, изменении таможенных тарифов или прекращении их действия и при введении специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер;

7) вносит в лицензирующие органы предложения об аннулировании, отзыве лицензий на осуществление хозяйствующими субъектами, нарушающими антимонопольное законодательство, отдельных видов деятельности или о приостановлении действия таких лицензий;

8) осуществляет сотрудничество с международными организациями, государственными органами иностранных государств, принимает участие в разработке и реализации международных договоров Российской Федерации, в работе межправительственных или межведомственных комиссий, координирующих международное сотрудничество Российской Федерации, в осуществлении международных программ и проектов по вопросам защиты конкуренции;

9) обобщает и анализирует практику применения антимонопольного законодательства, разрабатывает рекомендации по его применению;

10) ежегодно представляет в Правительство Российской Федерации доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации и размещает его на сайте антимонопольного органа в сети “Интернет”.

Статья 24. Права работников антимонопольного органа при проведении проверок соблюдения антимонопольного законодательства

Статья 25. Обязанность представления информации в антимонопольный орган

1. Коммерческие организации и некоммерческие организации (их должностные лица), федеральные органы исполнительной власти (их должностные лица), органы государственной власти субъектов Российской Федерации (их должностные лица), органы местного самоуправления (их должностные лица), иные осуществляющие функции указанных органов органы или организации (их должностные лица), а также государственные внебюджетные фонды (их должностные лица), физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, обязаны представлять в антимонопольный орган по его мотивированному требованию документы, объяснения в письменной или устной форме, информацию (в том числе информацию, составляющую коммерческую, служебную, иную охраняемую законом тайну), необходимые антимонопольному органу в соответствии с возложенными на него полномочиями для рассмотрения заявлений и материалов о нарушении антимонопольного законодательства, дел о нарушении антимонопольного законодательства, осуществления контроля за экономической концентрацией или определения состояния конкуренции.

2. Центральный банк Российской Федерации обязан представить по запросу в письменной форме федерального антимонопольного органа принятые Центральным банком Российской Федерации нормативные акты, а также информацию (за исключением информации, составляющей банковскую тайну), необходимую для проведения федеральным антимонопольным органом анализа состояния конкуренции на рынке услуг кредитных организаций и осуществления контроля за ее состоянием.

3. Информация, составляющая коммерческую, служебную, иную охраняемую законом тайну, представляется в антимонопольный орган в соответствии с требованиями, установленными федеральными законами.

Статья 26. Обязанность антимонопольного органа по соблюдению коммерческой, служебной, иной охраняемой законом тайны

1. Информация, составляющая коммерческую, служебную, иную охраняемую законом тайну и полученная антимонопольным органом при осуществлении своих полномочий, не подлежит разглашению, за исключением случаев, установленных федеральными законами.

2. За разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную, иную охраняемую законом тайну, работники антимонопольного органа несут гражданско-правовую, административную и уголовную ответственность.

3. Вред, причиненный физическому или юридическому лицу в результате разглашения антимонопольным органом либо его должностными лицами информации, составляющей коммерческую, служебную, иную охраняемую законом тайну, подлежит возмещению за счет казны Российской Федерации.

Глава 7. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ ЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЦЕНТРАЦИЕЙ

Статья 27. Создание и реорганизация коммерческих организаций с предварительного согласия антимонопольного органа

Статья 28. Сделки с акциями (долями), имуществом коммерческих организаций, правами в отношении коммерческих организаций с предварительного согласия антимонопольного органа

Статья 29. Сделки с акциями (долями), активами финансовых организаций и правами в отношении финансовых организаций с предварительного согласия антимонопольного органа

Статья 30. Сделки, иные действия, об осуществлении которых должен быть уведомлен антимонопольный орган

Статья 31. Особенности государственного контроля за экономической концентрацией, осуществляемой группой лиц

Статья 32. Лица, представляющие в антимонопольный орган ходатайства и уведомления об осуществлении сделок, иных действий, подлежащих государственному контролю, а также документы и сведения

Статья 33. Принятие антимонопольным органом решения по результатам рассмотрения ходатайства, выдача антимонопольным органом предписания лицу, представившему уведомление

Статья 34. Последствия нарушения порядка получения предварительного согласия антимонопольного органа на осуществление сделок, иных действий, а также порядка представления в антимонопольный орган уведомлений об осуществлении сделок, иных действий, подлежащих государственному контролю

Статья 35. Государственный контроль за ограничивающими конкуренцию соглашениями хозяйствующих субъектов

Глава 8. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Статья 36. Обязательность исполнения решений и предписаний антимонопольного органа

Коммерческие организации и некоммерческие организации (их должностные лица), федеральные органы исполнительной власти (их должностные лица), органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации (их должностные лица), органы местного самоуправления (их должностные лица), иные осуществляющие функции указанных органов органы или организации (их должностные лица), а также государственные внебюджетные фонды (их должностные лица), физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, обязаны исполнять решения и предписания антимонопольного органа в установленный такими решениями и предписаниями срок.

Статья 37. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства

1. За нарушение антимонопольного законодательства должностные лица федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, должностные лица иных осуществляющих функции указанных органов органов или организаций, а также должностные лица государственных внебюджетных фондов, коммерческие и некоммерческие организации и их должностные лица, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, несут ответственность, предусмотренную законодательством Российской Федерации.

2. Привлечение к ответственности лиц, указанных в части 1 настоящей статьи, не освобождает их от обязанности исполнять решения и предписания антимонопольного органа, представлять в антимонопольный орган ходатайства или уведомления для

рассмотрения либо осуществлять иные предусмотренные антимонопольным законодательством действия.

Статья 38. Принудительное разделение или выделение коммерческих организаций, а также некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, приносящую им доход

1. В случае систематического осуществления монополистической деятельности занимающей доминирующее положение коммерческой организацией, а также некоммерческой организацией, осуществляющей деятельность, приносящую ей доход, суд по иску антимонопольного органа (в отношении кредитной организации по иску антимонопольного органа по согласованию с Центральным банком Российской Федерации) вправе принять решение о принудительном разделении таких организаций либо решение о выделении из их состава одной или нескольких организаций. Созданные в результате принудительного разделения организации не могут входить в одну группу лиц.

2. Решение суда о принудительном разделении коммерческой организации или выделении из состава коммерческой организации одной или нескольких коммерческих организаций принимается в целях развития конкуренции, если выполняются в совокупности следующие условия:

1) существует возможность обособления структурных подразделений коммерческой организации;

2) отсутствует технологически обусловленная взаимосвязь структурных подразделений коммерческой организации (в частности, тридцать и менее процентов общего объема производимой структурным подразделением продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг потребляется иными структурными подразделениями этой коммерческой организации);

3) существует возможность самостоятельной деятельности на соответствующем товарном рынке для юридических лиц, созданных в результате реорганизации.

3. Решение суда о принудительном разделении коммерческой организации либо выделении из состава коммерческой организации одной или нескольких коммерческих организаций, а также о таком разделении или выделении в отношении некоммерческой организации, осуществляющей деятельность, приносящую ей доход, подлежит исполнению собственником или уполномоченным им органом с учетом требований, предусмотренных указанным решением, и в срок, который определен указанным решением и не может быть менее чем шесть месяцев.

Глава 9. РАССМОТРЕНИЕ ДЕЛ О НАРУШЕНИИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Статья 39. Основания для возбуждения дела о нарушении антимонопольного законодательства, место рассмотрения дела, а также последствия выявления признаков административного правонарушения при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства

Статья 40. Комиссия по рассмотрению дел о нарушении антимонопольного законодательства

Статья 41. Акты, принимаемые комиссией

Статья 42. Лица, участвующие в деле о нарушении антимонопольного законодательства

Статья 43. Права лиц, участвующих в деле о нарушении антимонопольного законодательства

Статья 44. Рассмотрение заявления, материалов и возбуждение дела о нарушении антимонопольного законодательства

Статья 45. Рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства

Статья 46. Перерыв в заседании комиссии

Статья 47. Отложение и приостановление рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства

Статья 48. Прекращение рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства

Статья 49. Принятие комиссией решения по делу о нарушении антимонопольного законодательства

Статья 50. Предписание по делу о нарушении антимонопольного законодательства

Статья 51. Исполнение предписания по делу о нарушении антимонопольного законодательства. Последствия неисполнения предписания о перечислении в федеральный бюджет дохода, полученного от монополистической деятельности или недобросовестной конкуренции

Статья 52. Порядок обжалования решений и предписаний антимонопольного органа

Глава 10. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ВСТУПЛЕНИЕ В СИЛУ НАСТОЯЩЕГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА

Статья 53. Заключительные положения

1. Со дня вступления в силу настоящего Федерального закона признать утратившими силу:

1) статьи 1-2, абзацы второй — двадцать пятый части первой и часть вторую статьи 4, разделы II — VII Закона РСФСР от 22 марта 1991 года № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (Ведомости Съезда народных депутатов РСФСР и Верховного Совета РСФСР, 1991, № 16, ст. 499);

2) статью 14 Закона Российской Федерации от 24 июня 1992 года № 3119-1 «О внесении изменений и дополнений в Гражданский кодекс РСФСР, Гражданский процессуальный кодекс РСФСР, Регламент Верховного Совета РСФСР, Законы РСФСР «О Еврейской автономной области», «О выборах народных депутатов РСФСР», «О дополнительных полномочиях местных Советов народных депутатов в условиях перехода к рыночным отношениям», «О крестьянском (фермерском) хозяйстве», «О земельной реформе», «О банках и банковской деятельности в РСФСР», «О Центральном банке РСФСР (Банке России)», «О собственности в РСФСР», «О предприятиях и предпринимательской деятельности», «О государственной налоговой службе РСФСР», «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», «О приоритетном обеспечении агропромышленного комплекса материально-техническими ресурсами», «О местном самоуправлении в РСФСР», «О приватизации государственных и муниципальных предприятий в РСФСР», «Об основах бюджетного устройства и бюджетного процесса в РСФСР», «О государственной пошлине»; Законы Российской Федерации «О краевом, областном Совете народных депутатов и краевой, областной администрации», «О товарных биржах и биржевой торговле» (Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации, 1992, № 34, ст. 1966);

3) пункты 1-4, абзацы четвертый — двадцатый пункта 5, пункты 6-26, 30-34 статьи 1 Федерального закона от 25 мая 1995 года № 83-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, № 22, ст. 1977);

4) пункт 1, абзацы второй — седьмой, девятый — тринадцатый пункта 2 и пункт 3 статьи 1 Федерального закона от 6 мая 1998 года № 70-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1998, № 19, ст. 2066);

5) Федеральный закон от 23 июня 1999 года № 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1999, № 26, ст. 3174);

6) Федеральный закон от 2 января 2000 года № 3-ФЗ «О внесении изменения и дополнения в статью 18 Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2000, № 2, ст. 124);

7) абзацы второй — пятый, тридцать восьмой — сорок второй статьи 3 Федерального закона от 30 декабря 2001 года № 196-ФЗ «О введении в действие Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 1, ст. 2);

8) пункт 2 статьи 2 Федерального закона от 21 марта 2002 года № 31-ФЗ «О приведении законодательных актов в соответствие с Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 12, ст. 1093);

9) пункты 1-4, абзацы второй — восемнадцатый пункта 5, пункты 6-33 статьи 1 Федерального закона от 9 октября 2002 года № 122-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 41, ст. 3969);

10) Федеральный закон от 7 марта 2005 года № 13-ФЗ «О внесении изменений в статьи 17 и 18 Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2005, № 10, ст. 761);

11) статьи 2 и 21 Федерального закона от 2 февраля 2006 года № 19-ФЗ «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 6, ст. 636).

2. Со дня вступления в силу настоящего Федерального закона и до приведения в соответствие с настоящим Федеральным законом других федеральных законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения, связанные с защитой конкуренции в Российской Федерации, предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, указанные законы и иные нормативные правовые акты применяются в части, не противоречащей настоящему Федеральному закону.

Статья 54. Вступление в силу настоящего Федерального закона

Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении девяноста дней после дня его официального опубликования.

Президент Российской Федерации

В. ПУТИН

Москва, Кремль

26 июля 2006 года

№ 135-ФЗ

УДК 339.137.2

*И. Ю. Артемьев, руководитель Федеральной антимонопольной службы РФ**А. Г. Сушкевич, начальник Аналитического управления ФАС РФ*

НОВЫЙ РОССИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН «О ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ»

Федеральный закон «О защите конкуренции» призван сделать отношения бизнеса, государства и потребителей максимально прозрачными. Принципиально меняется система правоотношений в области защиты конкуренции: предусмотрены жесткие меры, направленные против монополизации рынков и коллективного доминирования, предусмотрены ограничения конкуренции со стороны государственных чиновников, конкретизированы положения об экстерриториальности антимонопольного законодательства.

26 октября 2006 г. в России вступил в силу Федеральный закон «О защите конкуренции». Новый закон выбрал лучшее из 15-летней практики правового регулирования защиты конкуренции и применения законодательного запрета на монополистическую деятельность и недобросовестную конкуренцию.

Потребность в обновлении антимонопольного законодательства

Как и любая другая страна с переходной экономикой, Россия пережила бурный рост правового регулирования различных секторов общественной жизни. С 1991 года в стране возникли и сложились принципиально новые разделы законодательства: адекватное рыночной экономике гражданское законодательство, законодательство о банкротстве, антимонопольное и корпоративное законодательство, соответствующее им законодательство об административных и уголовных правонарушениях, законодательство о природопользовании, а также многие другие самостоятельные разделы законодательства, обеспечивающие функциониро-

вание свободного рынка. Антимонопольное законодательство — старейшее в этом ряду, первая редакция Закона Российской Федерации «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» вступила в силу в марте 1991 года (далее — Закон 1991 года), т. е. еще до распада СССР.

Уже в своей первоначальной редакции Закон 1991 года содержал базовые для антимонопольного законодательства положения: запрет на злоупотребление доминирующим положением, запрет на соглашения и согласованные действия, ограничивающие конкуренцию, антимонопольное регулирование слияний и присоединений, регламентацию полномочий и функций антимонопольного органа, а также запреты на антиконкурентные действия органов власти и органов местного самоуправления.

Закон 1991 года позволил развернуть деятельность антимонопольного органа в масштабах страны: за 90-е годы в России было создано более 70 территориальных отделений антимонопольного органа; была налажена практика применения антимонопольного законодательства по всем категориям дел; накоплен опыт рассмотрения судами дел с применением антимонопольного

законодательства; усилиями антимонопольного органа соответствующие антимонопольные положения были включены в законодательство о приватизации, в базовые федеральные законы о природопользовании; создано отдельное законодательство о естественных монополиях. Благодаря Закону 1991 года защита конкуренции из романтической идеи превратилась в практическую каждодневную деятельность федерального органа государственной власти.

Основные категории дел, рассматриваемые ФАС России

Статистика рассматриваемых ФАС России дел по видам нарушений остается стабильной на протяжении длительного периода. Ежегодно антимонопольным органом возбуждается более 60 дел по признакам заключения картельных соглашений, примерно в 40 случаях факт нарушения устанавливается и выдается предписание о его устранении. ФАС России раскрывает картельные соглашения в электроэнергетике, на рынке розничной реализации бензина, хлеба, банковских, страховых и транспортных услуг и на иных рынках.

Значительно более многочисленны дела, связанные со злоупотреблением доминирующим положением. Ежегодно антимонопольный орган возбуждает более 1000 таких дел, из них не менее 600 заканчивается установлением факта нарушения и выдачей соответствующего предписания. ФАС пресекает создание дискриминационных условий, навязывание условий договора, необоснованный отказ от заключения договора, а также установление монопольно высоких цен (около 20 случаев в год). Большинство таких дел рассматриваются в отношении субъектов естественных монополий, осуществляющих передачу электрической энергии, транспортировку газа, оказание услуг связи и иные услуги.

Около 300 дел о недобросовестной конкуренции ежегодно заканчиваются решениями, которые подтверждают факт такого поведения на товарном рынке. Именно по делам этой категории антимонопольный орган рассматривает случаи использования в целях недобросовестной конкуренции подлежащих защите объектов промышленной собственности (фирменных и торговых наименований, торговых марок, мест происхождения товара и иных). Если запатентованные объекты промышленной собственности используются в целях недобросовестной конкуренции, лицо, которому причинен вред такими действиями, вправе на основании решения ФАС потребовать отмены их защиты государством (например, отмены регистрации товарного знака или фирменного наименования).

Около 1100 дел ежегодно возбуждается антимонопольным органом в отношении органов власти и органов местного самоуправления. ФАС пресекает издание актов и совершение действий этими органами, которые ограничивают конкуренцию. Около 650 дел заканчивается установлением факта нарушения и выдачей предписания о его устранении.

Это основные категории из общего количества возбуждаемых ежегодно дел (более 3000). Оставшиеся дела связаны с совершением сделок в нарушение установленного антимонопольным законодательством порядка, а также с отказом предоставить информацию по запросу антимонопольного органа.

Почему были необходимы изменения

Ситуация с нормативным оформлением защиты конкуренции была далека от совершенной:

- Закон 1991 года не мог применяться к отношениям на финансовых рынках

и на рынке ценных бумаг (лишь значительно позднее, в 1999 году, вступил в силу Закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг»);

- регулирование слияний и присоединений содержало необоснованно низкие пороговые значения активов сторон сделки, начиная с которых разрешение на сделку следовало получать у антимонопольного органа;

- процедура рассмотрения антимонопольным органом ходатайств и уведомлений (*pre-, and post-merger notifications*) являлась непрозрачной и предполагала избыточные (неограниченные) требования к информации, предоставляемой участниками сделки вместе с ходатайством или уведомлением;

- установленные в законе исключения из запретов на злоупотребление доминирующим положением и антиконкурентные соглашения и согласованные действия были крайне неясны и не позволили сформироваться убедительной практике применения таких исключений ни антимонопольным органом, ни судом;

- применимость антимонопольного регулирования к отношениям, возникающим в связи с распределением государством прав на природные ресурсы, оставалась под вопросом и не находила убедительно-го подтверждения в решениях суда;

- понятийный аппарат закона был неясен и требовал толкования и разъяснения со стороны антимонопольного органа, что затрудняло формирование единообразной практики применения закона судами и даже территориальными органами самого антимонопольного органа;

- фрагментарные обновления закона в 1995, 1998, 2000, 2002 и 2005 годах были недостаточно органично связаны между собой и, главное, со стремительно формирующимся законодательством о полномочиях органов власти и органов местного самоуправления, корпоративным законодательством, законодательством о рынке ценных бумаг;

- нетерпимой являлась ситуация, при которой трактовкой объема собственных полномочий, недостаточно однозначно и последовательно определенных в законе, должен был постоянно заниматься сам антимонопольный орган;

- неплодотворное и искусственное разделение между двумя законами (Законом 1991 года и Законом 1999 года) единого объекта регулирования — отношений, связанных с защитой конкуренции, — по признакам их принадлежности к товарному или финансовому рынку осложнялось тем, что из-под антимонопольного регулирования выпадал самостоятельный и обширный пласт отношений, связанных с любым избирательным предоставлением органами государственной власти или органами местного самоуправления преимущества конкурирующим участникам рынка (т.е. отсутствовало регулирование предоставления государственной помощи), а также тем, что значительный объем регулирования переносился упомянутыми законами на уровень подзаконных актов.

Закон искусственно ограничивал набор рыночных ситуаций, моделей рыночного поведения и особенностей контрактных отношений, которые потенциально могли стать предметом анализа антимонопольного органа; упрощенное понимание доминирования на товарном рынке, отсутствие легального определения понятий согласованных действий, антиконкурентной координации деятельности участников рынка, запутанное и неприменимое антимонопольное регулирование вертикальных соглашений обедняли инструментарий антимонопольного органа и стимулировали как неадекватное применение имеющихся средств воздействия на нарушителей, так и игнорирование очевидных фактов ограничения конкуренции.

Лишь 15-летняя практика применения Закона 1991 года позволила детально сформулировать его недостатки. Тем не менее разработка нового закона не свелась только к устранению недостатков Закона 1991 года.

Унификация правового оформления защиты конкуренции на товарных и финансовых рынках

Наиболее глубокой концептуальной новацией нового Закона «О защите конкуренции» следует признать унификацию правового оформления защиты конкуренции на товарных и финансовых рынках. Существовавшее разделение сфер регулирования между Законом 1991 года и принятым в 1999 году Законом «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» создавало ряд проблем как для регулятора, так и для компаний, действующих на рынке.

Ключевая из них — отсутствие ясной границы между сферами регулирования, в силу чего многие компании не могли определить, каким из двух законов регулируется их деятельность, а суды были не в состоянии выбрать закон, который следует применить в конфликтной ситуации. Кроме того, конкуренция двух законов обуславливала избыточное дублирование основных процедур (рассмотрения дел о нарушении антимонопольного законодательства и рассмотрения ходатайств и уведомлений о слияниях и присоединениях).

В целях унификации регулирования базовые понятия Закона «О защите конкуренции» были существенным образом скорректированы: в понятие товара была включена финансовая услуга как разновидность товара наряду с другими потенциальными объектами рыночного оборота (собственно товарами в материальной форме, иными услугами, работами, информацией, правами); был определен закрытый перечень видов компаний, которые являются финансовыми организациями и в отношении которых Законом «О защите конкуренции» устанавливаются особенности регулирования, и, дополнительно, перечень базовых понятий был расширен и стал включать определение конкурентной цены финансовой услуги,

а также необоснованно низкой и необоснованно высокой цены финансовой услуги.

Унификация правового оформления в одном федеральном законе потребовала сохранения особенностей регулирования в отношении финансовых организаций по ряду направлений:

- законом определены самостоятельные правила и нормативы установления доминирующего положения финансовой организации на товарном рынке;
- в отношении финансовых организаций не могут применяться положения о монопольных видах цен, вместо них подлежат применению положения о конкурентной цене финансовой услуги и необоснованно высокой (низкой) цене финансовой услуги;
- правила допустимости вертикальных соглашений, ограничивающих конкуренцию, не распространяются на соглашения с участием финансовых организаций;
- в отношении финансовых организаций установлены специальные критерии, по которым определяется, подпадают ли сделки с их участием под контроль антимонопольного органа.

Наиболее существенные положения, обусловленные спецификой финансовой организации и финансовой услуги как объектов регулирования антимонопольного законодательства, реализованы в законе в форме введения государственного сорегулирования при защите конкуренции на рынке финансовых услуг, а также в обязанности органов власти, органов местного самоуправления и субъектов естественных монополий проводить конкурсный отбор финансовых организаций при заключении договора на приобретение финансовой услуги.

Государственное сорегулирование — уникальный инструмент, который редко реализуется в федеральных законах. Речь идет о консенсуальном принятии единого решения несколькими органами государственной власти по определенному частному делу. В случае Закона

«О защите конкуренции» установлено, что рассмотрение дел о нарушении банками и другими кредитными организациями антимонопольного законодательства осуществляется на основе общих правил рассмотрения таких дел одновременно двумя органами — Федеральной антимонопольной службой и Центральным банком РФ (Банком России). Закон определяет, что комиссия, рассматривающая такое дело, формируется на паритетных началах и принимает свое решение консенсусом. Аналогичным образом законодатель поступил с делами в отношении иных финансовых организаций, при этом сорегулятором, наряду с ФАС России, является Федеральная служба по финансовым рынкам.

Введение сорегулирования позволит избежать конфликта регуляторов при вынесении оценки тому или иному виду рыночного поведения, а также даст возможность выбрать наиболее действенный и адекватный способ восстановления конкуренции на рынке с минимальными потерями для клиентов финансовых организаций.

В части обязывания органов власти, органов местного самоуправления и субъектов естественных монополий осуществлять отбор финансовых организаций на конкурсной основе новый закон содержит положения, которые не встречаются в законодательстве о защите конкуренции иных стран. Специфика российского закона обусловлена особенностями законодательства о государственных и муниципальных закупках, поскольку оно определяет, что именно в Законе «О защите конкуренции» должны содержаться специальные положения, способствующие поддержанию и развитию конкуренции при осуществлении закупок государством и муниципалитетами. В этих целях закон предусматривает, что органы государственной власти и местного самоуправления, а также субъекты естественных монополий обязаны отбирать на открытых конкурсах и аукционах финансовые организации для последующего приобретения финансовых услуг у победителя. Перечень таких услуг приводится в законе.

Экстерриториальность и расширение антимонопольного законодательства

Законодатель подтвердил, что российское антимонопольное законодательство является экстерриториальным, т.е. применяется к отношениям, возникшим за пределами юрисдикционной территории России. Новый Закон «О защите конкуренции» применяется к достигнутым за пределами территории России соглашениям между российскими или иностранными лицами или организациями, если такие соглашения:

- достигнуты в отношении находящихся на территории Российской Федерации основных производственных средств или нематериальных активов, акций (долей в уставном капитале) российской компании или прав в отношении российской компании (например, права назначать исполнительного директора в российской компании);
- приводят или могут привести к ограничению конкуренции.

Следует отметить, что Закон «О защите конкуренции» впервые вводит в антимонопольное законодательство легальное определение понятия соглашения. Оно предельно широко и включает, в частности, все виды коммерческих договоров. Таким образом, закон прямо определяет обязанность иностранных компаний обращаться в российский антимонопольный орган для получения согласия на совершение сделок за пределами России, если такие сделки приводят к перераспределению прав на акции (доли в уставном капитале) российских коммерческих организаций или прав в отношении таких организаций.

Новый закон распространил действие антимонопольного законодательства на случаи распределения государством прав на использование природных ресурсов между частными компаниями. Частично это реализовано через установление особых антимонопольных запретов, относящихся

к проведению любых торгов по заказу органа государственной власти. Теперь результаты аукциона на право добычи полезных ископаемых могут быть оспорены, если заказчиком (государством) была ограничена конкуренция реальных или потенциальных участников.

Дополнительно, новый Закон «О защите конкуренции» закрепляет функцию антимонопольного органа осуществлять контроль за экономической концентрацией в сфере использования земли, недр, водных и других природных ресурсов. Правила и объекты такого контроля должны быть определены в соответствующих федеральных законах.

Новацией закона является непосредственное определение в самом законе основных процедур антимонопольного расследования: правил рассмотрения дел о нарушении антимонопольного законодательства, а также правил рассмотрения ходатайств и уведомлений о сделках. Такое решение законодателя позволит гарантировать права заинтересованных лиц, сделать эти процедуры прозрачнее, а практику их применения унифицировать (в т. ч. и через накопление соответствующего судебного опыта).

Новации в запретах на осуществление монополистической деятельности

Закон «О защите конкуренции» сохранил устоявшееся в российском законодательстве определение монополистической деятельности, которое включает злоупотребление доминирующим положением, а также заключение ограничивающих конкуренцию соглашений или осуществление антиконкурентных согласованных действий.

В законе введено новое детализированное определение доминирующего положения компании (за исключением финансовой организации) на товарном рынке. По общему пра-

вилу доминирующим признается положение компании, доля которой на товарном рынке превышает 50%; если доля компании менее 50%, то для установления ее доминирующего положения антимонопольному органу следует доказать наличие качественных признаков такого доминирования (т. е. продемонстрировать, что компания самостоятельно определяет наиболее существенные параметры рынка). Компания, доля которой менее 35%, не может быть признана доминирующей.

Однако из общего правила законом сделано два исключения. Первое исключение касается иных федеральных законов, которыми может быть установлено, что на определенных товарных рынках доминирующей может быть признана компания с долей менее 35%. Второе исключение — это непосредственное определение в Законе «О защите конкуренции» рыночной ситуации, при которой доминирующей на товарном рынке может быть признана компания с долей менее 35% (но не менее 8%), при этом закон устанавливает, что доминирование может быть коллективным. Закон содержит определение качественных признаков такого рынка и положения на нем 2-5 крупнейших компаний.

Закон исходит из заключения, что на рынке с олигополистической структурой индивидуальная модель рыночного поведения крупнейшей компании, которая оказывается эффективной (прибыльной), легко перенимается иными участниками рынка и становится общим условием обращения товара на рынке. В случае если такая стратегия наносит ущерб потребителю либо ограничивает вход на рынок новых компаний, закон позволяет рассматривать ее как злоупотребление доминирующим положением.

Помимо легального определения понятия согласованных действий, закон вводит особое регулирование соглашений, ограничивающих конкуренцию. Во-первых, сохранен достаточно широкий в сравнении с законодательствами других стран перечень запретов *per se*, который распро-

страняется на все виды соглашений (вертикальные в том числе). Во-вторых, для вертикальных соглашений в законе сделаны два исключения: допустимым признается вертикальное соглашение, доля любого участника которого не более 20% на любом товарном рынке, а также вертикальные соглашения, заключенные в форме договора коммерческой концессии (т. е. договора о передаче прав на результаты интеллектуальной деятельности или объекты промышленной собственности). Для всех видов соглашений, ограничивающих конкуренцию и не подпадающих под запрет *per se*, установлена возможность признания их допустимыми либо на основе критериев, сформулированных в статье 81 (3) Договора об учреждении Европейского сообщества 1957 года, либо с использованием общих исключений (*block exemptions*), которые будут издаваться Правительством РФ по инициативе антимонопольного органа.

Новое в контроле слияний и присоединений

Закон значительно снижает нагрузку на бизнес, которая связана с антимонопольным контролем слияний и присоединений. До 2004 года антимонопольный орган ежегодно рассматривал более 13 тысяч ходатайств (*pre-merger notifications*). Предпринятое в 2005 году радикальное увеличение пороговых значений для сделок, подлежащих контролю (в 150 раз до 3 млрд рублей или 110 млн долларов США совокупных активов сторон сделки) обусловило не столь существенное, как изначально планировалось Федеральной антимонопольной службой, снижение числа ходатайств до 6-7 тысяч по прогнозу на 2006 год. Перед новым законом ставилась задача рационализировать нагрузку антимонопольного органа, связанную с рассмотрением ходатайств, т. е. исключить ходатайства о

сделках, которые не оказывают влияния на конкуренцию, что также должно избавить бизнес от необходимости прерывать совершение сделок на срок их рассмотрения антимонопольным органом.

Некоторые виды сделок в новом законе полностью выведены из-под контроля антимонопольного органа как не оказывающие влияния на конкуренцию. Дополнительно, подпадающие под контроль случаи приобретения акций (долей в уставном капитале) российских хозяйственных обществ сведены исключительно к приобретению контроля или полного контроля (75% и выше акций акционерного общества) над обществом либо блокирующего пакета голосов на общем собрании акционеров (участников) общества.

При этом для случаев приобретения акций (долей в уставном капитале) хозяйственных обществ законом введено еще одно упрощение: если приобретаются акции (доли в уставном капитале) относительно небольшой компании (с размером активов не более 150 млн рублей, или 5,6 млн долларов США), то такие сделки контролю не подлежат, несмотря на суммарный размер активов или оборота участников сделки.

Новый закон вводит дополнительный оборотный критерий, в соответствии с которым сделки подпадают под контроль антимонопольного органа, если суммарная выручка от реализации участников сделки превышает 6 млрд рублей (220 млн долларов США). Предположительно, это не приведет к заметному росту количества ходатайств, однако даст возможность антимонопольному органу контролировать сделки с акциями (долями в уставном капитале) крупнейших сбытовых компаний с незначительными активами.

По прогнозу ФАС России, количество ходатайств, ежегодно представляемых в антимонопольный орган, должно сократиться в 2-3 раза.

Запрет на оказание государственной помощи

Введенный Законом 1991 года запрет на предоставление органами власти и органами местного самоуправления преимуществ отдельным компаниям на избирательной основе был задуман законодателем и, соответственно, применялся антимонопольным органом и судами как запрет, основанный на правиле разумности (*rule of reason*). Такая формулировка не способствовала формированию единообразной практики рассмотрения дел судами и антимонопольным органом, многие случаи ограничения конкуренции органами власти и органами местного самоуправления не пресекались.

Закон «О защите конкуренции» вводит запрет *per se* на предоставление органами власти избирательных преимуществ компаниям, действующим на рынке. Законом допускается предоставление государственной помощи только на указанные в законе цели и лишь после разрешения ФАС России. Разрешенная государственная помощь не должна приводить к устранению либо недопущению конкуренции на соответствующем рынке.

Закон также определяет действия органов власти и органов местного самоуправления, которые не являются предоставлением государственной помощи и не подлежат запрету (например, действие органа власти, которое он обязан совершить в силу федерального закона).

Заключение

Сложившаяся в России более чем 15-летняя традиция защиты конкуренции государством упростила применение нового закона. Еще на стадии разработки новый закон подвергся предельно широкому обсуждению в научном и деловом сообществе, представители ФАС России провели более сотни встреч, семинаров и общественных обсуждений текста законопроекта, а также несколько десятков его согласований внутри Правительства РФ.

Закон соответствует пониманию российским обществом приоритетности защиты конкуренции, а также связанной с такой защитой допустимой степени вмешательства государства в деловую активность предпринимателей и функционирование рынков.

Эффективность применения нового закона напрямую связана с успешностью прохождения через российский парламент законопроекта об ужесточении наказаний за нарушение антимонопольного законодательства. Предложенный разработчиком законопроекта — Федеральной антимонопольной службой — оборотный штраф в размере до 4% от выручки компании-нарушителя должен стать действенным средством принуждения к исполнению Закона «О защите конкуренции».

Статья поступила в редакцию 09.10.2006

Igor Artemyev, Aleksey Sushkevich

NEW RUSSIAN FEDERAL LAW "ON PROTECTION OF COMPETITION"

The new Russian Federal Law "On Protection of Competition" is aimed at making business relations between the state bodies, businesses and consumers absolutely transparent. The principle upon which the competitors' legal relations system is built is changing radically. The law stipulates that strict measures should be taken against market monopolists and group domineering, there are restrictions in regard to the state officials' competitive rights. The provisions which concern the extraterritorial use of the antimonopoly legislation are made more coherent.



НАД НОВЫМ ЗАКОНОМ МЫ РАБОТАЛИ ПОЧТИ ТРИ ГОДА

Новый закон о защите конкуренции с нетерпением ждали все, но больше всего разработчик документа — Федеральная антимонопольная служба России, для которой работа над законом стала беспрецедентной и по времени, и по масштабам.

*По просьбе редакции журнала о специфике и важности нового документа рассказал начальник Аналитического управления ФАС России **Алексей Сушков**.*

Почему новый Закон «О защите конкуренции» называют самым главным достижением российского антимонопольного ведомства за последние годы?

Новый закон стал самым трудоемким началом Федеральной антимонопольной службы в новом качестве и, в частности, ее руководителя Игоря Юрьевича Артемьева. Работа над законом длилась два с половиной года и по своим временным затратам стала беспрецедентной. Замечу, очень редко бывает, когда разработчиком какого-либо нормативного акта выступает федеральный орган исполнительной власти, чаще всего проекты законов готовят целые научные институты или научные коллективы. Такого рода нормативный акт, кстати, очень объемный, не готовился антимонопольным ведомством никогда, начиная с момента образования антимонопольного органа, с 1991 года. Напомню, что предыдущий Закон «О конкуренции» был подготовлен энтузиастами, людьми, которые представляли научную общественность. Максимум, что могло сделать ведомство за 15 лет, это внести в закон фрагментарные поправки. Но сейчас разработан один целостный текст, который охватывает все виды товарных рынков в Российской Федерации, регламентирует все процедуры, по которым работает антимонополь-

ный орган и которые значимы и для простых граждан, и для бизнес-сообщества. По охвату вопросов и по целостности изложения документа, равного этому акту, никогда не было в российском антимонопольном регулировании. Вот поэтому его можно считать главным достижением нашего ведомства за последние несколько лет. Мы сами разработали закон, и это обстоятельство значительно облегчает его применение как антимонопольным органом, так и широкими слоями населения. Мы четко знаем, что в нем содержится, и мы можем его однозначно толковать.

Почему возникла необходимость принятия нового закона?

Необходимость вызвана рядом обстоятельств. Во-первых, существовавшее антимонопольное законодательство до вступления в силу нового закона было эклектично, то есть оно было раздроблено на законодательство, специфическое для товарных рынков и для рынков финансовых услуг. Это беспрецедентное разделение существовало, пожалуй, только в России. Ясно, что законодательство надо было унифицировать. Кроме того, колоссальный объем регулирования был отнесен на уровень подзаконных актов. Это неприемлемая ситуация: подзаконные

акты разрабатывались самим антимонопольным органом, поэтому элемент публичности, обсуждения этих актов на первоначальной стадии либо вообще отсутствовал, либо был очень незначительным. По сути, антимонопольный орган сам создавал нормативную среду, в которой должен был работать крупнейший бизнес страны. Все эти проблемы выявились при разработке закона. Наконец, инструментарий антимонопольного законодательства требовал модернизации: нужно было уточнить полномочия антимонопольного органа, конкретизировать типы рыночного поведения, которые расцениваются законодателем как антиконкурентные и, соответственно, надо было конкретизировать перечень запретов на такие виды поведения. Вот главные причины принятия этого закона.

В чем принципиальное отличие нового закона от старого?

Закон содержит модернизированный терминологический словарь, который вводит в закон ряд принципиально новых определений (например, определение согласованных действий, ограничивающих конкуренцию, признаков ограничения конкуренции, государственной помощи и другие); закон уточняет многие оценочные термины и наполняет их точным содержанием (например, термин «необоснованный» в отношении отказа от заключения договора, или термин «стабильный» в отношении доли компании на товарном рынке).

Кроме того, новый Закон «О защите конкуренции» представляет собой унифицированный нормативный акт, который включает инструментарий для защиты конкуренции на всех видах рынков. Это универсальный закон, согласно которому подзаконные акты будут регулировать только специфические вопросы, то есть формальные вопросы. Все важные проблемы решает непосредственно закон.

Что поменяется в деятельности ФАС в связи с применением нового закона?

В деятельности антимонопольной службы возникнет ряд новых направлений. Пре-

жде всего, это контроль за предоставлением государственной помощи, в частности реализация запрета на предоставление государственной помощи и регулирование тех немногих случаев, которые являются исключением из общего запрета и предусмотрены главой 5 Закона «О защите конкуренции». Второе направление — это принципиально поменявшийся контроль за экономической концентрацией. Прежде всего сужен перечень сделок и изменен качественный состав сделок, которые подпадают под такой контроль. Кроме того, введены специальные исключительные режимы для сделок внутри группы лиц и предусмотрена особая процедура, которая разрешает компании перейти с разрешительного на уведомительный режим при осуществлении сделок внутри группы лиц. Также правила рассмотрения дел, которые теперь содержатся в законе, закрепляют сами процедуры рассмотрения нами таких дел. Это особенно важно в связи со скорым принятием Закона «О внесении изменений в Кодекс РФ об административных правонарушениях», в результате которого будут установлены санкции за злоупотребление доминирующим положением, за осуществление согласованных действий, ограничивающих конкуренцию, и за недобросовестную конкуренцию. Важно, что теперь, основываясь на правилах, мы можем устанавливать отсутствие или наличие факта такого нарушения, которое будет караться большим оборотным штрафом. В целом снизится нагрузка на антимонопольный орган, связанная с рассмотрением ходатайств и уведомлений, так как из нашей компетенции уйдут ходатайства и уведомления о сделках, не оказывающих влияния на состояние конкуренции. Зато увеличится нагрузка, связанная с применением запретов на злоупотребление доминирующим положением (сфера применения этого запрета даже несколько расширена), осуществление согласованных действий, заключение соглашений, ограничивающих конкуренцию. Принципиально новый вид деятельности, ко-

торый появится у ФАС, — это осуществление контроля за органами власти, органами местного самоуправления, государственными внебюджетными фондами, субъектами естественных монополий в том случае, если они приобретают финансовые услуги. В новом документе содержится особая процедура, по которой нужно это делать: они должны отбирать финансовые организации для последующего приобретения у них таких услуг в форме открытого конкурса или открытого аукциона. Ясно, что для обеспечения этой процедуры контролировать соблюдение закона нужно очень жестко. Новый закон возник не на пустом месте. Он наследует традицию антимонопольного регулирования, заложенную с самого начала создания нашего ведомства, с 1991 года. И никто это направление кардинально менять не собирается. Поэтому новые элементы регулирования, нашедшие свое отражение в новом законе, будут органично сочетаться с уже сложившейся практикой.

Какое место занимает ФАС в системе управления отечественной экономикой?

ФАС — это антимонопольный регулятор, орган государственной власти, который не позволяет рыночной экономике уничтожить саму себя, то есть не позволяет ограничивать конкуренцию и препятствовать деятельности на рынке отдельных компаний. Мы являемся главным защитником рынка у нас в стране, рынка как формы экономического обмена. Поэтому мы — защитники единого экономического пространства в России. Оно может поддерживаться свободным экономическим обменом, который и есть рынок, конкуренция. И любые попытки подавить свободный экономический обмен должны пресекаться.

Какие положения закона встретили сопротивление властных структур? Каких и почему?

Открыто закону никто не противостоял, никакие властные структуры. Однако определенные положения закона, связан-

ные с запретом на оказание государственной помощи, подверглись модификации под воздействием тех или иных представителей властных структур. В частности, запрет на предоставление государственной помощи получился достаточно мягким. Но в целом все первоначальные идеи, которые содержались в концепции этого законопроекта и были закреплены еще в 2004 году, нам удалось провести. Поэтому если какое-то сопротивление и было, то на разработчиках оно никак не сказалось.

Кто наиболее активно лоббировал закон, а кто нет?

Самый активный лоббист закона — сам антимонопольный орган. Но лобби — это и профессиональные юристы, которые заинтересованы в соблюдении нашего закона. Это наши союзники, которые понимают, зачем нужен этот закон, и которые смогут объяснить представителям бизнеса, что нужно делать, чтобы этот закон не нарушать.

По статистике, чаще всего нарушают антимонопольное законодательство органы местного самоуправления, федеральные органы государственной власти и субъекты естественных монополий. Это наши традиционные нарушители, так что их, наверное, можно приписать к тем, кто не лоббировал закон.

Какие принципиальные, на ваш взгляд, положения нового закона были отклонены в ходе его обсуждения? И есть ли возможность внесения поправок в будущем?

Да, действительно, некоторые интересные идеи были утрачены. Это произошло не в результате какой-либо договоренности, а в результате некоего недопонимания или нашей неспособности донести важную для нас идею до наших партнеров при разработке нового документа. Одна из разработок должна была войти в седьмую главу закона. Нам бы хотелось подробнее определить процедуру рассмотрения антимонопольным органом ходатайств и уведомлений, подробнее определить виды принимаемых

решений, точнее обозначить участие (его формы) бизнеса в контроле экономической концентрации.

Кроме того, закон получился формализованным и схематичным, многие его сжатые схематичные положения можно было бы изложить языком, близким к разговорному, без ущерба для точности идей и полноты содержания. Сжатые сроки подготовки закона не всегда позволяли это сделать.

Что касается возможности внесения в будущем поправок в закон, то такой шанс у нас есть, и мы этим вопросом сейчас занимаемся.

По-вашему, сколько понадобится времени, чтобы освоить закон?

Примерно два года потребуется на то, чтобы наработать практику применения закона не только ФАС, но и судами. Мы провели встречи в арбитражном суде, из которых стало ясно, что судьи понимают значимость и важность закона и относятся к нему достаточно благосклонно.

Каковы первые отзывы о практическом применении закона?

Пока рано об этом говорить, но на первоначальном этапе интерес со стороны общественности и журналистов колоссальный. А бизнесмены интересуются теми новыми возможностями, которые появились в законе для облегчения административного бремени. Это, например, возможность перейти с разрешительного на уведомительный порядок совершения сделок. Вообще, мы старались сделать новый закон удобным для всех, в том числе и для бизнесменов.

В чем теперь отличие российского антимонопольного законодательства от зарубежного? Насколько сильна тенденция к сближению норм в области конкуренции?

Представители Евросоюза и эксперты ТАСИС сделали сравнительный анализ российского и европейского законодательства. В целом, наше законодательство признает-

ся соответствующим требованиям, которые предъявляются к национальным законодательствам о защите конкуренции в европейских странах. Тем не менее у нас в законе есть положения, которые очень нравятся представителям антимонопольных органов из других государств и которые отсутствуют в национальном законодательстве многих стран Евросоюза. Например, запрет на антиконкурентные нормативные акты и действия органов власти и органов местного самоуправления и наделение антимонопольных органов полномочиями контролировать такого рода документы и действия. В частности, мы имеем право обращаться в суд с заявлением о признании такой нормы или действия незаконными. Это право нам удалось отстоять практически в неизменном виде с 1991 года. Полномочие ФАС как контролера органов власти и органов местного самоуправления было сочтено разумным, и оно за нами сохранено. Такого полномочия нет ни у одного зарубежного антимонопольного органа. Но, к сожалению, мы проигрываем нашим зарубежным коллегам в гибкости процедур и в разнообразии штрафных санкций. За рубежом более развита система уголовного преследования и наказания, более развита система административного наказания, очень много отдано на усмотрение антимонопольного органа при выборе величины штрафа.

Основной импульс по сближению конкуренции исходит от нас самих. Мы старались приблизить наше законодательство к европейскому, постоянно встречались с экспертами из Европы. Но у России есть специфика, которая отражается и в нашем антимонопольном законодательстве. Тем не менее, по мнению экспертов Евросоюза, участвующих в разработке нового законопроекта, на 80 процентов Закон «О защите конкуренции» совпадает с общими мировыми тенденциями.

*Беседу провела
главный редактор журнала
Т.С. Новашина*

УДК 338.22.021.4

Е.Е. Болонин

В РУСЛЕ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ КОНКУРЕНЦИИ

Российское антимонопольное законодательство, призванное обеспечивать защиту конкуренции на отечественном рынке, конечно, пока еще далеко не только от идеала, но и от лучших мировых образцов. Однако оно не стоит на месте, а довольно энергично совершенствуется с учетом опыта стран с развитой рыночной экономикой и требований времени. Лучшее подтверждение тому — принятие российским парламентом Закона «О защите конкуренции», содержащего весьма серьезные новации.

Косновным новациям закона, о котором идет речь, безусловно, надо отнести следующие:

- уточнение и развитие понятийного аппарата антимонопольного законодательства;

- совершенствование запретов на осуществление монополистической деятельности;

- конкретизацию запретов, ограничивающих конкуренцию, которые возможны со стороны органов государственной власти и местного самоуправления, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка Российской Федерации;

- введение понятия «государственной помощи» и создание правовых основ ее предоставления;

- расширение категории хозяйствующих субъектов за счет включения в нее некоммерческих организаций;

- внесение изменения в определение доминирующего положения. В частности, снижена до 50 % доля на рынке определенного товара, позволяющая делать вывод о доминирующем положении производящей его организации (в действовавшем ранее законе эта доля составляла 65 %). Кроме того, в законопроекте описаны условия,

при которых положение организации может быть признано доминирующим, если по общему признаку оно таковым не является;

- устранение неоправданных, но препятствующих деятельности хозяйствующих субъектов административных барьеров, которые возникают при осуществлении государственного контроля экономической концентрации;

- изменение подхода к контролю экономической концентрации. Для случаев слияния и присоединения коммерческих организаций необходимость получения предварительного согласия антимонопольного органа определяется исходя из балансовой стоимости активов или суммарной выручки (в Законе от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» использовался только критерий балансовой стоимости активов);

- увеличение порогового значения для случаев приобретения акций с 20 до 25 %. Отдельно введено требование на получение предварительного согласия антимонопольного органа на приобретение прав на голосующие акции в хозяйственных обществах по сделкам, в результате которых у участников сделки впервые возникает право распо-

ряжаться блокирующим, контрольным пакетом акций или пакетом акций в 75 %;

- установление исчерпывающего перечня полномочий антимонопольного органа и видов предписаний, которые он вправе выдавать хозяйствующим субъектам.

С учетом российских реалий

Что касается совершенствования понятийного аппарата антимонопольного законодательства, то российские парламентарии не только поддержали введение в закон таких ключевых понятий, как «доминирующее положение», «коллективное доминирование на рынке», «группа лиц», «согласованные действия», «монопольно высокая» и «монопольно низкая цена», но и существенно модифицировали многие из них. В частности, были введены новые определения понятий «дискриминационные условия», «согласованные действия хозяйствующего субъекта», «координация экономической деятельности». По мнению парламентских аналитиков, прописанные в законе определения будут способствовать более эффективному выявлению антиконкурентных действий хозяйствующих субъектов.

Важным концептуальным моментом в определении доминирующего положения хозяйствующего субъекта является освобождение хозяйствующего субъекта от бремени доказывания того факта, что он не занимает доминирующего положения на товарном рынке. В соответствии с Законом № 135-ФЗ доказательство этого факта — прерогатива и обязанность антимонопольного органа. При этом в правовом документе конкретизированы признаки рынков и установлены конкретные доли рынков, начиная с которых положение хозяйствующего субъекта или группы хозяйствующих субъектов может быть признано доминирующим.

Если конкретнее, то новым законом (ст. 5) устанавливается 50-процентный размер рыночной доли, превышение которого позволяет квалифицировать положение хозяйствующего субъекта как доминирующее. Вместе с тем в законе прописано, что не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации), доля которого не превышает 35 %. Правда, это положение имеет некоторые исключения, зафиксированные в ч. 3 и 6 ст. 5. Предлагаемый порог признака доминирования соответствует аналогичной практике в большинстве стран членов Европейского Союза.

В целом выделение нижнего порога (за исключением особых случаев) и запрет на согласованные действия хозяйствующих субъектов с целью совместного доминирования, по мнению значительного большинства парламентариев, обеспечивают антимонопольному органу возможность выявления скрытых монопольных тенденций, сопряженное с ограничением конкуренции. Хотя хозяйствующие субъекты, в свою очередь, могут оспорить в судебных инстанциях решения антимонопольного органа о признании согласованных действий доминирования с целью ущемления интересов других лиц и применения соответствующих санкций.

Учитывая ошибки прошлого

Говоря о новациях Закона № 135-ФЗ, нельзя не отметить, что до недавнего времени действовавшие в соответствии с Законом от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» правовые нормы, направленные на защиту конкуренции, носили в основном отсылочный характер. При этом многие положения вызвали трудности в правоприменитель-

ной практике. В парламенте постарались учесть ошибки прошлого. И, похоже, это у них получилось.

Например, при раскрытии понятия «группы лиц» закон вводит исчерпывающий перечень признаков принадлежности хозяйствующих субъектов к группе лиц. Достаточно сказать, что в первой части ст. 9 Закона под названием «Группа лиц» этому посвящено 14 (!) пунктов с весьма обстоятельным перечислением соответствующих признаков в каждом из них.

Весьма существенно и то, что Законом № 135-ФЗ четко определены ситуации, при которых запрещается заключение соглашений или осуществление согласованных действий хозяйствующими субъектами. К числу таких ситуаций относятся необоснованное установление или поддержание различных цен (тарифов) на один и тот же товар, навязывание контрагенту невыгодных для него условий договора, сокращение или прекращение производства товаров при имеющемся спросе, создание препятствий доступу на рынок.

Под понятием «согласованных действий» российский законодатель подразумевает теперь особую, причем наиболее опасную и трудноразличимую разновидность монополистической деятельности на товарных рынках. Как отмечали парламентарии на стадии окончательного рассмотрения документа в Совете Федерации, при определении «согласованных действий» закон исходит из сознательного отказа хозяйствующих субъектов от конкуренции. В общем случае согласованные действия, ограничивающие конкуренцию, не предполагают заключения их участниками соглашений или достижения каких-либо иных формальных договоренностей, выполнение которых замещает конкуренцию на рынке, но являются особой моделью группового поведения хозяйствующих субъектов, замещающей конкурентные от-

ношения между ними сознательной кооперацией, наносящей ущерб интересам потребителей.

При раскрытии категорий «монопольно низкой» и «монопольно высокой» цены товаров законодатели намеренно избежали оценочных терминов и, по сути, возложили бремя доказывания наличия соответствующих признаков на антимонопольный орган. В частности, в ст. 6 «Монопольно высокая цена товаров» зафиксировано, что не признается монопольно высокой цена товара, установленная субъектом естественной монополии в пределах тарифа на такой товар, определенного органом регулирования естественной монополии.

Думается, что уже в самое ближайшее время станет ясно, насколько это оправданно в условиях российских реалий.

В интересах ограничения недобросовестной конкуренции

В новом законе с особой тщательностью и полнотой критериев прописаны хорошо известные всем участникам рыночных отношений запреты на осуществление монополистической деятельности. Имеются в виду запрет на злоупотребление доминирующим положением со стороны хозяйствующего субъекта, запрет ограничивающих конкуренцию соглашений или согласованных действий хозяйствующего субъекта и запрет недобросовестной конкуренции.

Правда, при этом в законе зафиксированы и критерии, на основании которых отдельные виды монополистической деятельности, с точки зрения чисто формальной приводящие к ограничению конкуренции, могут быть признаны допустимыми антимонопольным органом.

Так, в соответствии со ст. 13 Закона сделки и действия, ограничивающие конкурен-

цию, могут быть признаны допустимыми в следующих случаях.

1. Если они имеют или могут иметь своим результатом содействие совершенствованию производства (реализации) товаров или стимулированию технического прогресса и повышению конкурентоспособности отечественных товаров на внешнем рынке.

2. Если они имеют своим результатом получение не только себе, но и другими потребителями соразмерной части преимуществ и выгод от совершения действий, ограничивающих конкуренцию.

Конкретизируя запреты на антиконкурентные действия органов государственной власти и местного самоуправления, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка РФ, закон указал на их недопустимость, в частности в том случае, если они приводят к разделу товарного рынка по территориальному принципу, что действительно чревато негативными последствиями в условиях сегодняшних реалий.

Очень важно то, что в законе определены общие антимонопольные требования к порядку проведения всех видов торгов (конкурсов, аукционов) федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, государственными внебюджетными фондами.

Государственная помощь становится целенаправленной

По мнению председателя Комитета Совета Федерации по экономической политике, предпринимательству и собственности О.А. Оганяна, одной из наиболее значимых новаций закона является определение понятий «государственная помощь» и

«муниципальная помощь» как предоставление органами исполнительной власти государства и местного самоуправления хозяйствующим субъектам преимуществ, которые обеспечивают им по сравнению с другими участниками бизнеса более выгодные условия деятельности на соответствующем товарном рынке. Такое преимущество может быть достигнуто путем передачи имущества или иных объектов гражданских прав, прав доступа к информации в приоритетном порядке, придания отдельным хозяйствующим субъектам особого статуса. В новом законе, по сравнению с прежними правовыми документами такого рода, расширен перечень целей, для реализации которых может предоставляться государственная и муниципальная помощь. При этом закон не нарушает принципов конкуренции.

В парламенте полагают, что конкретизация понятий «государственная помощь» и «муниципальная помощь», дополненная исчерпывающим перечнем целей, для которых такая помощь может предоставляться, позволит достигнуть следующего:

- упорядочить процедуру предоставления государственной и муниципальной помощи;
- ограничить незаконное предоставление льгот и преференций органами государственной власти и местного самоуправления хозяйствующим субъектам;
- развивать малый и средний бизнес в стране;
- стимулировать развитие справедливых конкурентных отношений между хозяйствующими субъектами.

Судя по всему, на практике решению всех этих важных задач будет способствовать то немаловажное обстоятельство, что законом детально регламентирован порядок предоставления государственной или муниципальной помощи.

По прогнозам аналитиков...

По прогнозам аналитиков, введение в действие Закона №135-ФЗ со временем приведет к существенному снижению административного бремени на хозяйствующие субъекты. Это будет достигнуто за счет, во-первых, сокращения круга сделок, которые совершаются с предварительного согласия антимонопольного органа, а во-вторых, за счет отмены согласования каждой сделки по приобретению акций. Предусматривается получение предварительного разрешения только для приобретения блокирующего пакета (25 %), контрольного (50 %) и пакета, исключающего возможность блокирования решений акционера третьими лицами (75 %).

Таким образом, в Законе № 135-ФЗ продолжена тенденция выведения из сферы государственного контроля организаций, которые не оказывают существенного влияния на состояние конкуренции.

Одним из достоинств недавно принятого закона является исчерпывающий перечень функций и полномочий антимонопольного органа и видов предписаний, которые он вправе выдавать хозяйствующим субъектам. В законе зафиксированы все виды решений, которые может принять антимонопольный орган, и сроки принятия таких решений.

Правовые нормы закона, устанавливающие исчерпывающий перечень документов и сведений, которые подают хозяйствующие субъекты в антимонопольный орган, являются нормами прямого действия.

Закон содержит также специальную процессуальную главу, которая регулирует рассмотрение антимонопольным органом заявлений и представлений граждан, органов государственной власти и местного самоуправления о признаках нарушения антимонопольного законодательства.

В предверии создания мегарегулятора

Говоря о значении Закона №135-ФЗ для правовой базы российского рынка, заместитель председателя Комитета Государственной Думы по кредитным организациям и финансовым рынкам А.Г. Аксakov в беседе с корреспондентом нашего журнала особо обратил внимание на два обстоятельства.

Первое. До принятия этого правового документа у нас действовали два разных закона, направленных на защиту конкуренции, а именно Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. №948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и Закон от 23 июня 1999 г. №117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг». Таким образом, по сути, провозглашался различный подход к товарному и финансовому рынкам, что с точки зрения права и систематики права было, наверное, неправильно. Принятый минувшим летом закон, вобрав в себя два правовых документа, тем самым распространил общие подходы, с точки зрения защиты конкуренции, на эти два сегмента экономики.

Второе. Закон №135-ФЗ принципиально важен для финансового рынка и вот еще по какой причине. Это единственный закон РФ, который содержит в себе общие для финансового сектора понятия «финансовая организация» и «финансовая услуга». По сути, эти понятия как бы объединяют и банковский сектор, и профессиональных участников рынка ценных бумаг, и управляющих государственными пенсионными и непенсиейными фондами, и страховые компании. А это много значит для российского законодательства, которое прописано весьма сегментарно, т.е. в котором законы посвящены либо только банкам, либо только страховым организациям, либо только фондовому рынку. А ведь у нас в настоящее время активно обсуж-

дается вопрос о создании мегарегулятора или меганадзора на финансовом рынке. При этом под термином «мегарегулятор» или «меганадзор» понимается некий государственный орган, который объединит регулирование и надзор на всех финансовых рынках в отношении и банков, и брокеров, и дилеров как участников фондового рынка, и страховых компаний. В связи с этим надо только приветствовать то обстоятельство, что в новом законе уже проявилась в сфере защиты конкуренции идеология единого регулирования всех финансовых организаций.

В целом закон направлен на совершенствование правового регулирования отношений по защите конкуренции, уточнение правовых основ государственной политики в этой сфере, обновление правового инструментария пресечения и предупреждения монополистической деятельности, а также на унификацию правового регулирования отношений по защите конкуренции на рынках.

Статья поступила в редакцию 04.12.2006

E. Bolonin

ON LEGAL SUPPORT TO COMPETITORS

The Russian antimonopoly law which is aimed at protecting the competitors playing at the Russian market so far is far from both an ideal and the world best practices. Nevertheless, the legislation is not something stable; it is changing for the better at a rather good pace in order to take into account the best practices the developed countries have and the modern requirements.

The fact that the Russian Parliament adopted the law "On Protection of Competition" last summer is the best proof of the above point. The law includes some rather serious innovations.

УДК 338.46

Н.В. Бандурина*к. ю. н., Российский государственный гуманитарный университет*

ПРАВОВАЯ КАТЕГОРИЯ «ФИНАНСОВАЯ УСЛУГА» В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ О ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ

В определение финансовой услуги в новом законе внесены изменения. Подверглись унификации элементы финансовой услуги, т.е. каждое действие, входящее в качестве составляющего в финансовую услугу, содержит наименование «услуга». При этом перечень действий, которые могут быть отнесены к финансовым услугам, является закрытым, что, безусловно, говорит о стремлении законодателя ограничить возможность регулирования некоторых действий финансовых и иных организаций нормами законодательства о защите конкуренции.

Федеральный закон «О защите конкуренции»¹ (далее — ФЗ о защите конкуренции), вступивший в силу в октябре 2006 года, заменил действовавшие ранее нормативно-правовые акты: частично — Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»² и полностью в сфере регулирования финансового сектора — Федеральный закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг»³ (ФЗ о защите конкуренции на РФУ).

В новом законе определены организационные и правовые основы защиты кон-

куренции, в частности относительно предупреждения и пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, а также систематизированы и унифицированы правовые нормы в сфере защиты конкуренции на товарных и финансовых рынках.

Прежде всего, интерес представляет понятие финансовой услуги, содержащейся в новом законе и имевшееся в старом законе.

В соответствии с подп. 2 ст. 2 ФЗ о защите конкуренции финансовой услугой является банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Исходя из анализа предложенного понятия, следует, что перечень действий, которые могут быть отнесены к финансовым услугам, является закрытым, что, безуслов-

¹ Федеральный закон РФ от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

² Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»//Ведомости СНД и ВС РСФСР. 18.04.1991. № 16. Ст. 499.

³ Федеральный закон РФ от 23.06.1999 № 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг»//СЗ РФ. 28.06.1999. № 26. Ст. 3174.

но, говорит о стремлении законодателя ограничить возможность регулирования некоторых действий финансовых и иных организаций нормами законодательства о защите конкуренции.

Согласно ч. 2 ст. 3 ФЗ о защите конкуренции на РФУ финансовая услуга представляла собой деятельность, связанную с привлечением и использованием денежных средств юридических и физических лиц. В целях закона в качестве финансовых услуг рассматривалось осуществление банковских операций и сделок, предоставление страховых услуг и услуг на рынке ценных бумаг, заключение договоров финансовой аренды (лизинга) и договоров по доверительному управлению денежными средствами или ценными бумагами, а также иные услуги финансового характера.

Как мы видим, в ранее действовавшей норме перечень услуг был открытым, т. е. к финансовым услугам могли быть отнесены какие-либо дополнительные услуги финансового характера, не указанные в перечне составляющих элементов финансовой услуги.

Беглый анализ определения финансовой услуги в новом законе показывает, что элементы финансовой услуги подверглись унификации, т. е. каждое действие, входящее в качестве составляющего в финансовую услугу, содержит наименование «услуга».

Банковской услугой можно назвать направленную на удовлетворение потребностей других лиц и совершаемую с целью извлечения прибыли деятельность, исключительное право на осуществление которой в соответствии с законом и выдаваемой лицензией Банком России принадлежит кредитной организации. К такой деятельности относятся прежде всего банковские операции, перечень которых исчерпывающим образом установлен в ч. 1 ст. 5 ФЗ «О банках и банковской деятельности»:

1) привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок);

2) размещение указанных в п. 1 привлеченных средств от своего имени и за свой счет;

3) открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц;

4) осуществление расчетов по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам;

5) инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физических и юридических лиц;

6) купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах;

7) привлечение во вклады и размещение драгоценных металлов;

8) выдача банковских гарантий;

9) осуществление переводов денежных средств по поручению физических лиц без открытия банковских счетов (за исключением почтовых переводов).

Кроме того, к банковским услугам относится деятельность, которая помимо кредитных организаций также может осуществляться иными лицами, путем совершения сделок, не относящихся к банковским операциям, но указанным в ч. 3 ст. 5 ФЗ «О банках и банковской деятельности». Традиционно для такой деятельности не нужна специальная банковская лицензия, поскольку данные сделки носят финансовый характер, но не всегда осуществляются кредитными организациями. К ним относятся:

- выдача поручительств за третьих лиц, предусматривающих исполнение обязательств в денежной форме;

- приобретение права требования от третьих лиц исполнения обязательств в денежной форме;

- доверительное управление денежными средствами и иным имуществом по договору с физическими и юридическими лицами;

- осуществление операций с драгоценными металлами и драгоценными камнями

в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- предоставление в аренду физическим и юридическим лицам специальных помещений или находящихся в них сейфов для хранения документов и ценностей;
- лизинговые операции;
- оказание консультационных и информационных услуг.

Банковская деятельность, осуществляемая кредитными организациями на территории РФ, является предпринимательской деятельностью кредитных организаций, а также деятельностью Банка России (его учреждений), направленной на систематическое осуществление банковских операций либо обусловленная ими⁴.

Банковские операции в соответствии с выдаваемой Банком России лицензией имеют право осуществлять не только банки, но и небанковские кредитные организации, однако лишь тогда, когда они выполняют банковские операции в рамках, ограниченных выданной им лицензией.

Страховой услугой можно признать деятельность по страхованию, которым на основании п. 1 ст. 2 Закона «Об организации страхового дела в РФ»⁵ (далее — Закон о страховании) являются отношения по защите интересов физических и юридических лиц Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований при наступлении определенных страховых случаев за счет денежных фондов, формируемых страховщиками из уплаченных страховых премий (страховых взносов), а также за счет иных средств страховщиков.

Таким образом, за счет страхования различные субъекты правоотношений, в частности граждане, организации, публичные образования, могут заранее обезопасить себя от наступления неблагоприятных последствий в сфере их имущественных интересов и личных нематериальных благ путем внесения денежных взносов в особый фонд специализированной организации (страховщика), оказывающей страховые услуги, а эта организация при наступлении оговоренных событий и возникновении неблагоприятных последствий выплачивает за счет средств этого фонда страхователю или иному лицу обусловленную соглашением сумму.

Понятие страховой деятельности фактически отражает суть страховой услуги, поскольку в соответствии с п. 2 ст. 2 Закона о страховании в страховую деятельность включена сфера деятельности страховщиков по страхованию, перестрахованию, взаимному страхованию, а также страховых брокеров, страховых актуариев по оказанию услуг, связанных со страхованием, с перестрахованием.

В составе страховой деятельности выделяются страховые и нестраховые отношения⁶.

Страховые отношения — это имущественные отношения, имеющие стоимостное (денежное) выражение по защите имущественных интересов юридических, физических лиц в связи с причинением ущерба страховыми случаями их имуществу в связи с наступлением гражданско-правовой ответственности, в связи с защитой предпринимательских рисков, в связи с защитой личных нематериальных благ.

Нестраховые отношения — это финансовые, а также административно-властные отношения между государством в лице уполномоченных им органов и субъектами страхового дела, а в некоторых случаях и

⁴ См.: Тосунян Г.А., Викулин А.Ю. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг». — М.: Изд. «Дело», 2001. С. 36.

⁵ Закон РФ от 27.11.1992 №4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации»//Российская газета. 12.01.1993. №6.

⁶ См.: Сокол П.В. Комментарий к Закону РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (постатейный). — М.: ЗАО «Юстицинформ», 2006. С. 4.

страхователями при осуществлении некоторых видов обязательного страхования.

Необходимо отметить, что страховые услуги не зря включены в состав финансовых услуг, на которые распространяет действие ФЗ о защите конкуренции.

Не так давно Российским союзом автостраховщиков были выявлены случаи необоснованного занижения страховщиками тарифов и недобросовестной конкуренции при страховании по ОСАГО⁷. В частности, некоторые страховые компании размещали рекламу о том, что они предоставляют автовладельцам полис ОСАГО бесплатно, что противоречит ФЗ об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств⁸. Кроме того, многие страховщики продавали полисы внутри помещений ГИБДД или заключали соглашение с таможенным брокером о недопущении на таможенный пункт иных страховых организаций.

В сфере взаимоотношений кредитных и страховых организаций наблюдается также совершение действий, направленных на ограничение конкуренции и нарушение прав и законных интересов клиентов банков.

В большей степени это касается страхования имущества, передаваемого в ипотеку или иной залог по предоставленному кредиту, а также жизни и здоровья заемщика — физического лица при получении крупного банковского кредита, в том числе при кредитовании покупки автомобиля как источника повышенной опасности.

Во многих случаях банки *a priori* включают в кредитные договоры и договоры залога условие о том, что заемщик обязуется заключить договор страхования в конкретной страховой компании. С одной стороны,

банки пытаются обезопасить свой капитал, поскольку в любое время есть возможность удостовериться в действительности заключенного договора страхования и полиса, который заемщик обязан предоставить в кредитную организацию. С другой стороны, подобные действия обеспечивают стабильный приток клиентов в страховые компании.

Указанные действия могут быть квалифицированы Федеральной антимонопольной службой как факты сговора, недобросовестной конкуренции и злоупотребления доминирующим положением на рынке при сотрудничестве банков и страховых компаний, однако применить санкции в данных случаях будет затруднительно: законы бизнеса диктуют свои правила.

В понятие финансовой услуги входит также и предоставление *услуг на рынке ценных бумаг*. На основании ст. 6 ФЗ «О банках и банковской деятельности» операции и сделки с ценными бумагами, в совокупности составляющие объем понятия «деятельность кредитных организаций на рынке ценных бумаг», делятся на:

- операции и сделки, которые кредитная организация вправе производить в соответствии с лицензией Банка России на осуществление банковских операций (выпуск, покупка, продажа, учет и иные операции с ценными бумагами, выполняющими функции платежного документа, а также подтверждающими привлечение денежных средств во вклады и на банковские счета);
- операции и сделки с ценными бумагами, не требующие получения специальной лицензии в соответствии с федеральными законами (например, эмиссия акций и облигаций), а также доверительное управление ими по договору с физическими и юридическими лицами;
- разрешенные кредитным организациям виды профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг (дилерская, брокерская, депозитарная).

⁷ Информация получена на сайте: <http://www.dtfond.ru/>.

⁸ Федеральный закон РФ от 25.04.2002 № 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» // СЗ РФ. 06.05.2002. № 18. Ст. 1720.

Следует отметить, что профессиональная деятельность кредитных организаций на рынке ценных бумаг не является банковской, так как она лицензируется Федеральной службой по финансовым рынкам, в связи с чем кредитная организация получает лицензию не для осуществления банковских операций (банковской деятельности), а как профессиональный участник рынка ценных бумаг, что прямо указывается в ней. При этом порядок выдачи кредитным организациям лицензий профессиональных участников рынка ценных бумаг установлен в законодательстве не о банковской деятельности, а о рынке ценных бумаг.

Кроме того, на рынке ценных бумаг профессиональную деятельность могут осуществлять не только кредитные организации, но и иные субъекты гражданского оборота, отвечающие требованиям и стандартам, установленным в ФЗ «О рынке ценных бумаг»⁹.

Следует отметить, что согласно ч. 1 ст. 39 ФЗ «О рынке ценных бумаг» все виды профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, а именно: брокерская деятельность; дилерская деятельность; деятельность по управлению ценными бумагами; деятельность по определению взаимных обязательств (клиринг); депозитарная деятельность; деятельность по ведению реестра владельцев ценных бумаг; деятельность по организации торговли на рынке ценных бумаг, осуществляются на основании специального разрешения — лицензии, выдаваемой Федеральной службой по финансовым рынкам.

Деятельность профессиональных участников рынка ценных бумаг лицензируется тремя видами лицензий: лицензией профессионального участника рынка ценных бумаг, лицензией на осуществление деятельности по ведению реестра, лицензией фондовой биржи.

Зачастую действия, направленные на ограничение конкуренции на рынке ценных бумаг, совершаются самой Федеральной службой по финансовым рынкам в виде издания нормативных актов, нарушающих права и законные интересы профессиональных участников рынка ценных бумаг, а также самими участниками в виде использования рекламы в целях недобросовестной конкуренции путем указания на действительные либо мнимые недостатки профессиональных участников рынка ценных бумаг, занимающихся аналогичной деятельностью, или эмитентов, выпускающих аналогичные ценные бумаги; создания ограничений, препятствующих развитию конкуренции профессиональных участников рынка ценных бумаг, в том числе регламентация ставок вознаграждения и доходов от профессиональной деятельности членов организации.

Лизинговые услуги можно охарактеризовать как деятельность лизингодателя по приобретению указанного лизингополучателем имущества у определенного им продавца и предоставлению лизингополучателю этого имущества за плату во временное владение и пользование для предпринимательских целей (ст. 665 ГК РФ).

При оказании лизинговых услуг специальная лицензия не требуется, и лизингодателем может выступать любое юридическое лицо, соответствующее требованиям ФЗ «О лизинге»¹⁰.

Следует отметить, что лизинговые услуги могут быть предоставлены кредитными организациями, которые на основании ч. 2 ст. 5 ФЗ «О банках и банковской деятельности» в качестве сделок вправе осуществлять помимо банковских операций и лизинговую деятельность.

В ст. 35 ФЗ «О лизинге» прямо предусмотрено, что предупреждение, ограничение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции на

⁹ Федеральный закон РФ от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»//СЗ РФ. 22.04.1996. № 17. Ст. 1918.

¹⁰ Федеральный закон РФ от 29.10.1998 № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)»//СЗ РФ. 02.11.1999. № 44, Ст. 5394.

рынке услуг по лизингу обеспечиваются федеральным антимонопольным органом в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации.

В данном случае имеет значение, что услуги, оказываемые финансовыми организациями на рынке лизинговых услуг, включены в Перечень видов финансовых услуг, подлежащих антимонопольному регулированию, утвержденному Приказом МАП РФ №467¹¹. В указанный Перечень согласно п. 2 включены услуги, оказываемые финансовыми организациями на рынке лизинговых услуг. В соответствии с п. 2.5 Перечня к лизинговым услугам относится приобретение имущества и передача его в аренду юридическим и физическим лицам.

Кроме того, в отношении лизинговых услуг действует Приказ ФАС №213¹², в соответствии с которым определяется размер доминирующего положения организации на рынке лизинговых услуг, что не является нарушением антимонопольного законодательства, но служит основанием для осуществления систематического наблюдения за ее деятельностью со стороны антимонопольного органа в целях недопу-

щения и пресечения злоупотреблений доминирующим положением.

В качестве услуги, относящейся также к финансовым, в законе названы *услуги, оказываемые финансовой организацией и связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц*. Такие услуги включают деятельность различных организаций по получению прибыли, связанной с осуществлением финансовых услуг. Указанные услуги прямо названы в качестве банковских операций в ст. 5 ФЗ «О банках и банковской деятельности», и их совершение возможно только кредитными организациями.

По какой причине законодатель указал именно такую формулировку при определении финансовой операции остается неясным, поскольку при анализе нормы ФЗ о защите конкуренции данная услуга вызывает вопросы и неточности в толковании.

Следует отметить, что конкурентная борьба на российском рынке финансовых услуг осуществляется на фоне отсутствия надежных гарантий беспрепятственного осуществления прав собственности, и новый Федеральный закон о защите конкуренции призван систематизировать накопленный опыт регулирования конкурентной среды в России.

Коснувшиеся изменения определения «финансовой услуги» являются одним из признаков перемен в законодательстве об организации монополистических действий, что является одним из способов защиты прав предпринимателей.

Статья поступила в редакцию 12.10.2006

¹¹ Приказ МАП РФ от 21.06.2000 №467 «Об утверждении Перечня видов финансовых услуг, подлежащих антимонопольному регулированию, и состав активов финансовой организации, приобретаемых в порядке уступки прав требования, для расчета оборота финансовой услуги»//Российская газета. 11.10.2000. № 196.

¹² Приказ ФАС РФ от 23.09.2005 №213 «Об утверждении Порядка определения доминирующего положения лизинговых организаций на рынке лизинговых услуг»//Российская газета. 27.10.2005. №241.

N. Bandurina

THE LEGAL CONCEPT OF A FINANCIAL SERVICE AS STATED IN THE LAW "ON PROTECTION OF COMPETITION"

The new law includes a new definition of the term "financial service". The system of the service constituent elements was changed. Each part of the financial service was defined in such a way so as to include the term service in it. The list of actions which can be interpreted as financial services is final. It means that the law developers wish to restrict the rights of some financial and non-financial organizations by defining the legislative norms.

УДК 339.13

М.И. Гельвановский

д. э. н., директор Национального института развития Отделения общих наук РАН

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ¹

Для России проблема повышения конкурентоспособности экономики заключается в преодолении технического отставания, максимально полного использования конкурентных преимуществ, которые есть у российской экономики, создании новых конкурентных преимуществ экономики, и в первую очередь ведущих промышленных компаний России. Государство и бизнес должны совместно проводить политику, стратегическим направлением которой будет переориентация развития хозяйства страны с преимущественной добычи и переработки сырья на увеличение доли высокотехнологичных товаров и услуг, в том числе и в экспорте страны.

Конкурентоспособность: основные элементы структуры понятийной конструкции

Конкурентоспособность — это комплексное понятие, требующее структуризации, без которой ее невозможно осмыслить во всей полноте, а стало быть, и добиваться ее повышения. Поэтому, прежде чем рассматривать проблему связи конкурентоспособности и глобализации, необходимо уточнить структуру самого этого комплексного понятия.

Под конкурентоспособностью в самом общем виде понимается способность раз-

личных субъектов рынка к успешному соревнованию со своими конкурентами, которое не только более полно отражает требования рынка, но, что особенно важно, ориентирует субъекты конкурентной борьбы на активные действия по завоеванию рыночных позиций, их удержанию, укреплению и расширению.

Носителей конкурентных преимуществ можно условно разделить на три основные группы, каждая из которых характеризует иерархический уровень формирования категории конкурентоспособности:

- микроуровень — товары (конкретные виды продукции и услуг);
- мезоуровень — отдельные предприятия, фирмы, их корпоративные объединения, отрасли, отраслевые комплексы;

¹ Данная статья является результатом исследования, проводимого при поддержке РГНФ (Проект 04-02-00175а).

- макроуровень — национальные хозяйства отдельных стран.

На каждом из указанных уровней формируется различное содержание самого процесса конкуренции и круг факторов, определяющих микро-, мезо- и макроконкурентоспособность. Каждое из перечисленных понятий конкурентоспособности описывается своим набором показателей и, соответственно, процесс повышения конкурентоспособности требует специфического для каждого уровня подхода.

В соответствии с предложенной структурой понятия конкурентоспособности на каждом из уровней формулируются следующим образом:

- под *микроконкурентоспособностью* следует понимать совокупность факторов, обеспечивающих товарам преимущества в их обмене на деньги на внутреннем и внешнем рынках;

- под *мезоконкурентоспособностью* следует понимать совокупность факторов, обеспечивающих устойчивое производство и сбыт конкурентоспособных товаров на внутреннем и внешнем рынках;

- под *макроконкурентоспособностью* следует понимать совокупность факторов, укрепления и развития национальной производственной базы, обеспечивающей долгосрочные преимущества страны в мировой экономике по сравнению с другими странами.

Существует еще и *гипермакроконкурентоспособность*, которая возникает в случае объединения конкурентных преимуществ отдельных стран, подчинения их общей стратегии.

Всю совокупность конкурентных преимуществ условно можно разделить на три группы:

- *ресурсные* — обладание ресурсами особого качества или количества (природными или приобретенными);

- *операционные* — характеристика степени или эффективности использования имеющихся ресурсов;

- *программно-стратегические* — наличие определенной стратегии развития субъекта — носителя конкурентных преимуществ и качество этой стратегии.

Виды преимуществ усложняются от ресурсных к стратегическим, и последние (стратегические) становятся все более важными.

Сегодня конкурентная борьба фактически превращается в борьбу стратегий практически на всех уровнях, а стратегическая компонента, по сути, является ведущей характеристикой конкурентоспособности.

Помимо общего положения о важности стратегической компоненты перед другими видами конкурентных преимуществ, надо учитывать закономерность возрастания этой компоненты от микро- к макроуровню, трудности ее квантификации (количественного определения).

Несмотря на принципиальное различие формирования конкурентных преимуществ на разных уровнях организации национальной экономики, на каждом из этих уровней можно условно выделить три группы конкурентных преимуществ и соответствующую стратегическую компоненту:

- *на микроуровне* — это качество, цена и стратегия более тесного взаимодействия с потребителями производимых товаров (продукции и услуг);

- *на мезуровне* — это совокупность традиционных ресурсных, операционных и стратегических преимуществ с выделением последних в качестве все более важных по мере укрупнения и усложнения организационно-технических и финансовых факторов формирования и развития фирм и их различных объединений;

- *на макроуровне* — все факторы, формирующие конкурентоспособность на пер-

вых двух уровнях, но с включением в стратегический блок геополитической и социальной компонент, а также и приданием особого значения экономической безопасности.

Решение главной проблемы — получения интегрального эффекта, который должен быть достигнут путем выработки национальной политики и стратегии повышения конкурентоспособности российской экономики, отдельных ее предприятий и производимых ими товаров (продукции и услуг), — лежит в выработке тонкого баланса между:

- частными и государственными (общественными) интересами (государственная и частная монополия), а также проблемой баланса конкуренции и взаимодополняющим согласованием интересов;

- монополией и конкуренцией (монополия и монополизм, границы использования конкурентной борьбы и структурная оптимизация рынков);

- экономическими, социальными и геополитическими целями развития страны (социальные границы и социальные приоритеты конкурентоспособности, роль геополитических факторов, конкурентоспособность богатых и бедных стран).

Конкурентоспособность и глобализация

Новые конкурентные условия в мировой экономике обусловлены процессом глобализации. Процесс глобализации имеет ряд аспектов, каждый из них имеет свое значение для формирования конкурентных преимуществ, среди которых основные следующие:

- *экономический* (либерализация рынков товаров и капиталов со стороны правительств национальных государств, кон-

центрация, централизация международного капитала в крупных транснациональных компаниях и финансовых группах);

- *политико-правовой* (размывание государственных границ, принятие международных правовых актов и соглашений, ослабляющих роль и влияние государств на внутри- и внешнеэкономические процессы);

- *научно-технический*, выражающийся в феномене техноглобализма, слиянии появляющихся в отдельных странах нововведений и новых технологий в единый комплекс технических знаний, возникновения «технологических макросистем» в области связи, транспорта, производства как результат революции в сфере телекоммуникаций;

- *социокультурный* (ослабление роли национальных традиций, обычаев, духовно-этическая конвергенция, выражающаяся в сближении социокультурных стереотипов, шкалы жизненных ценностей, политических и социальных представлений людей, возрастание роли индивида и снижение роли социума);

- *этнодемографический* (стремительный рост народонаселения планеты в основном за счет развивающихся стран и его этническая диффузия, метисация, усиление миграционных процессов, старение населения в промышленно развитых странах);

- *экологический* (глобальное обострение экологических проблем, имеющих принципиальное значение для жизнеобеспечения населения планеты).

При этом в собственно экономическом поле происходят процессы, в результате которых формируются явления, создающие *принципиально новые качество и структуру мировой экономики* по сравнению с той, которая была характерна для нее еще 10-15 лет назад.

К основным можно отнести такие явления, как:

- финансовая глобализация и становление глобальных транснациональных корпораций;

- рост господства капитала над производством и небывалый ранее размах финансовых спекуляций;

- интенсификация мировой торговли;
- регионализация мировой экономики;
- тенденции к глобальной конвергенции хозяйственных укладов;

- многократное увеличение информационных потоков и рост их разнообразия, открытость информации;

- расширение влияния глобальных олигополий;

- рост слоя транснациональных предпринимателей;

- перестройка центров политической, экономической и военной мощи, создание транснациональной экономической дипломатии;

- глобализация наднациональной государственной власти.

Разнообразие и масштабность этих процессов требуют их систематизации и структурирования, с тем чтобы получить достаточно внятное представление о современной картине мирового хозяйства, в недрах которого происходят эти глобализационные процессы.

Сегодня с позиций конкурентной борьбы и повышения конкурентоспособности национальной экономики *глобализацию* можно и нужно рассматривать как некий *конкурентный мегапроект*, при реализации которого происходит *укрепление имеющихся и создание новых конкурентных преимуществ развитых стран мира, основанный на новых формах транснационализации экономической деятельности, путем подавления национальных социокультурных стереотипов поведения конкурентов, с использованием новейших информационных и финансовых технологий, а также новых форм международной производственной, политико-правовой и*

организационно-экономической деятельности.

Этот проект реализуется через организацию различных процессов, которые условно можно разделить на три основных блока:

- организационно-технологический;
- валютно-финансовый;
- социокультурный.

Организационный процесс, обусловивший рост международной операционной мобильности фирм, связан с политико-правовой активностью правительств стран, наиболее заинтересованных в развитии и сопровождении первого процесса. Он имеет два уровня: *общемировой и региональный.*

На общемировом уровне правительства промышленно развитых стран с начала 90-х годов начали активно продвигать через систему международных организаций (ООН, ВТО и другие международные организации) *стратегию нового глобального политического и экономического устройства*, в котором центральное место занимает *изменение роли государства в регулировании экономики.*

Эта стратегия выражается в создании условий и правил для *активной либерализации внешнеэкономических связей*, которая состоит, главным образом, в упразднении или, по крайней мере, постепенном выравнивании различий в существующих нормах регулирования внешнеэкономической деятельности, а также в снижении или устранении ограничений международного экономического обмена, которые устанавливаются правительствами отдельных государств.

На региональном уровне происходит формирование и укрепление *региональной интеграции стран*, где процессы интернационализации проходят более интенсивно, чем в мире в целом. Это такие регионы, как Европейский Союз (ЕС), Се-

вероамериканская ассоциация свободной торговли (НАФТА) и Южно-Американский торговый союз (МЕРКОСУР).

В этих условиях степень открытости и конкурентоспособности экономики отдельных стран стала определяться различиями в степени их участия в глобальных экономических процессах или степенью регионализации их экономической деятельности.

Следует отметить, что процесс региональной интеграции можно рассматривать двояко: с одной стороны, как ступень к глобализации, а с другой — как комплексный ответ на вызов глобализации, своего рода защиту от слишком активного проникновения глобальных процессов в регионы, которые по каким-либо причинам не желают такого проникновения. Такой процесс локальных и региональных интеграционных процессов получил название *глокализации*.

Естественно, что в таких условиях формирование политики повышения конкурентоспособности национальной экономики требует тщательного учета всех нюансов процесса глобализации и выработки четкого позиционирования в этой новой системе прежде всего с политико-правовых и организационно-технологических позиций. Законодательство должно непременно учитывать эти новые условия, их динамику и возникающие в связи с ними угрозы для национальной экономики.

Основные элементы стратегии конкурентного стратегического позиционирования России в условиях глобализации

Рассмотрение глобализации как международного мегапроекта требует выработки для России основных направлений ее собственного глобального позиционирования. Основными элементами этого позиционирования могут быть:

- выработка *стратегии конкурентоспособности* и связанной с ней *стратегии экономической безопасности* в условиях глобализации (государственная стратегия экономической безопасности России должна рассматриваться как *фундамент* реализации ее конкурентных преимуществ);

- определение путей обеспечения *инвестиционной независимости* и *финансовой самостоятельности* страны как одной из основных форм реализации экономического суверенитета;

- формирование Россией *своей собственной концепции гипермакроконкурентоспособного экономического пространства* — соединение конкурентных преимуществ отдельных стран в новую совокупность региональных международных преимуществ (т. е. то, чего добиваются прежде всего европейские страны, объединяясь сначала в экономический, а затем и в политический союз).

Проблема законодательного обеспечения политики повышения конкурентоспособности национальной экономики

Ясно, что такая масштабная и сложная задача, какой является повышение конкурентоспособности национальной экономики, требует мощного законодательного обеспечения. Исходя из поставленной задачи, не умаляя значения всех остальных уровней и факторов конкурентоспособности, целесообразно главное внимание законодательного процесса сосредоточить на *стратегических факторах, формирующих макроконкурентоспособность*. Именно эти факторы в первую очередь должны быть предметом мониторинга, анализа и управленческого воздействия на основе законодательного установления.

Здесь же следует подчеркнуть важность положения: в качестве необходи-

мых предпосылок создания условий для повышения конкурентоспособности российской экономики рассматривается безусловное *отстаивание соответствующими государственными институтами национальных интересов, прежде всего в области геополитики (внешней безопасности) и обеспечения социальной стабильности в части бесперебойного функционирования систем жизнеобеспечения.*

Концепция политики и поддерживающий ее закон, по нашим представлениям, должны содержать следующие основные разделы:

- принципы и процедуры разработки политики повышения конкурентоспособности экономики России и законодательное закрепление ее реализации;
- вертикальная интеграция решения задачи повышения конкурентоспособности экономики России;
- конкурентоспособная экономика и социальное партнерство;
- ответственность за причиненный ущерб конкурентоспособности экономики.

В законе также должны быть предусмотрены разделы, регламентирующие его место и роль в системе российского законодательства, и механизмы его реализации.

Кроме этого, в законе должны быть прописаны вопросы его согласования с сопутствующими ему законами в целях формирования общей системы законодательной поддержки национальной политики развития конкурентоспособной экономики Российской Федерации, а также план развития подзаконных актов, развивающих и конкретизирующих действие данного федерального закона.

Основным практическим итогом реализации данного закона должны стать *разработка и реализация долгосрочной федеральной программы повышения конкурентоспособности российской эконо-*

мики, развернутой по регионам страны, в которой должны быть предусмотрены направления участия России в международной кооперации и специализации с учетом соблюдения национальных интересов страны, ее населения на длительную перспективу.

Конкурентоспособность региона (субъекта Федерации), исходя из содержательной части политического документа и поддерживающей его законодательной базы, должна строиться на ряде исходных методологических положений.

1. На *макроуровне* регион должен быть встроен в территориальную систему разделения труда (систему специализации и кооперирования) страны в целом. Эта система разделения труда должна базироваться на макроэкономических расчетах эффективности решения задач внутреннего развития страны, которое должно в первую очередь решать задачу восстановления и укрепления ее национальной производственной базы.

Субъект Федерации должен *вносить свой вклад в повышение национальной конкурентоспособности страны на системной основе.* Одновременно он должен *получать от возникающих эффектов этого разделения труда свою долю.* Это главная, генеральная линия повышения эффективности производства региона и получения соответствующей выгоды от этой эффективности. Это блок крупных экономических решений, формирующих лицо экономики страны в мировой, стремительно глобализирующейся экономике. Здесь должно преобладать решение проблем специализации и кооперирования в масштабах страны и ее международной специализации.

2. На *мезоуровне* предприятия и компании должны формулировать свои отраслевые задачи, согласовывать свои интересы с условиями, складывающимися на макроуровне. Однако здесь должно преобладать

решение проблем повышения эффективности работы отдельных предприятий и их технологических комплексов, повышение технического и технологического уровня производства, организации труда, логистических решений на региональном уровне.

3. На *микроуровне* должны решаться проблемы удовлетворения потребительского рынка товарами высокого качества и по конкурентным ценам, а также проблемы доставки товаров потребителям, решаться проблемы, связанные с сезонностью производства и потреблением товаров и услуг.

При этом следует подчеркнуть, что только общенациональное и программное решение такой масштабной задачи, как повышение конкурентоспособности российской экономики может дать ожидаемый эффект — превратить Россию в передовую страну мира, способную успешно конкурировать на глобальных рынках с самыми развитыми странами и мощными транснациональными корпорациями мира.

Конкурентоспособность и экономическая безопасность

Процессы глобализации особенно обострили проблему *экономической безопасности*. Осмысление связи этих категорий вытекает из того, что конкурентоспособность может достигаться не только путем улучшения своих собственных характеристик, но и путем использования различного рода мер по блокированию развития конкурентов, срыва планов и программ повышения их конкурентоспособности, что нередко оказывается дешевле и эффективнее, чем разработка и реализация дорогостоящих собственных программ совершенствования технологии, обучения персонала, поиска новых путей удовлетворения покупательского спроса и пр.

Кроме того, деструктивные меры нередко могут оказаться и более эффективными с позиций «очистки» конкурентного поля и на какой-то срок обеспечить устойчивые лидирующие позиции практикующей такие меры фирме или стране. Однако такая деструктивная политика признается как недобросовестная конкуренция и чревата наказанием в законодательном порядке. Тем не менее соблазн использования, наряду с конструктивными методами конкурентной борьбы, и методов деструктивного характера нередко побеждает. И как отдельные компании, так и отдельные страны вынуждены считаться с этим обстоятельством в своей практике конкурентной борьбы. Степень выстраиваемой ими защиты от подобных мер также в значительной мере определяет уровень их конкурентоспособности, которая в такой постановке проблемы становится деятельностью по обеспечению экономической безопасности (фирмы или страны).

Особенно важно учитывать этот фактор при оценке конкурентоспособности на макроуровне, поскольку между странами практически пока еще не создано единого правового поля (оно только формируется и притом весьма своеобразно: на основе правовых систем ведущих промышленно развитых стран). При этом уже в рамках этой новой системы идет выстраивание таких стратегических концептуальных позиций, которые нередко могут блокировать попытки потенциальных стран-конкурентов создать и укрепить свой собственный конкурентный плацдарм.

Методически обеспечение экономической безопасности должно осуществляться *через учет связанных с этой безопасностью факторов уже на стадии формирования стратегии повышения конкурентоспособности*, с тем чтобы при реализации этой стратегии конкретно складывающиеся условия конкурентной борьбы служили основанием лишь для корректировки выбранной стратегии.

Ясно, что укрепление и повышение макроконкурентоспособности в условиях глобализации подразумевает формирование оптимальной внутренней и внешней специализации экономики, выстраивания соответствующей ее структуры экономики, отражающей особенности ее национальной стратегии и тактики в международной конкурентной борьбе. Поэтому *конкурентоспособность страны базируется прежде всего на ее жизнеспособности*, т. е. на *прочности ее национальной производственной базы*, служащей фундаментом удержания, укрепления и расширения ее экономических позиций в мире.

Главная задача государства здесь состоит в том, чтобы с помощью выработки национальной экономической политики, закреплённой в соответствующей системе законов, обеспечить условия для стабильного и гармоничного развития страны на основе накопления и эффективного использования конкурентных преимуществ на всех уровнях, используя все факторы и привлекая все имеющиеся социальные ресурсы, а именно:

- государственный аппарат всех уровней;
- частно-предпринимательский корпус различных масштабов (крупный, средний и мелкий);
- общественные организации (политические партии, различные профессиональные союзы и ассоциации, экологические организации и другие общественные институты).

Именно на такой методологической и организационной базе следует формировать *систему комплексного управления повышением конкурентоспособности российской экономики*.

В основе политики и стратегии развития конкурентоспособной экономики при этом должна лежать *государственная стратегия экономической безопасности России как фундамента реализации ее конкурентных преимуществ*. Это положение должно быть четко закреплёно в законодательстве страны.

Статья поступила в редакцию 02.10.2006

M. Gelvanovsky

MAKING THE RUSSIAN ECONOMY MORE COMPETITIVE UNDER GLOBALIZATION: LEGAL AND CONCEPTUAL ISSUES

For Russia, to become more competitive means to bridge the technological gap, to use its competitive advantages to the full, to gain new advantages and to use the potential of the leading Russian companies. The state bodies and businesses should develop a policy where the strategic priority would be the shift of accents from production and processing of raw materials to mass production of hi-end hi-tech goods and services, including those meant for export.

УДК 336.71

В. И. Карпунин*к. э. н., доцент, исполнительный директор
Национального Фонда Управления Активами*

ГОСУДАРСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

Национальные интересы страны требуют формирования самостоятельной, устойчивой банковской системы. Именно с национальными приоритетами должна быть связана политика, обеспечивающая конкурентоспособность национальной банковской системы в мировом банковском сообществе. Роль государства в решении этой задачи трудно переоценить. На последнем заседании Президиума Госсовета (ноябрь 2006 года) Президент России справедливо отметил, что конкурентоспособная банковская система — это неотъемлемая часть суверенитета России.

Одним из основных приоритетов государственной экономической политики является формирование устойчивой, конкурентоспособной банковской системы, способной развиваться и быть эффективным инструментом обеспечения политического и экономического суверенитета России.

При этом задача капитализации российских банков, бесспорно, является центральным элементом стратегии развития национальной банковской системы, важнейшей компонентой повышения ее конкурентоспособности.

Современное научное представление об эмерджентных свойствах системы, т.е. свойствах целостности системы, свойствах, которые не присущи составляющим ее элементам, позволяет утверждать, что в экономических системах и, в частности, финансовых, атрибут их целостности порождение как стихии рынка, так и государственного регулирования.

Этими свойствами обладает, естественно, и российская банковская система. Государственным, системным регулятором национальной банковской системы в России выступает Центральный банк РФ, регламентируя процесс функционирования банков, прежде всего в крайне важном сегменте финансового рынка — рынке ссудных капиталов. Банки функционируют и в иных сегментах финансового рынка и, в первую очередь, в сегменте рынка ценных бумаг, однако регулятором здесь выступает иной орган — Федеральная служба по финансовым рынкам.

Несмотря на это центральный банк обязан обеспечить устойчивое функционирование как банковской системы в целом, так и каждого ее элемента в отдельности. Естественно, встает вопрос о природе этой устойчивости. Или говоря другими словами, что, несмотря на стихию рынка, может позволить центральному банку обеспечить устойчивость системы?

Ответ на этот вопрос дали финансовые власти и, конечно, сам Центральный банк, предлагая «меры по преодолению кризиса (1998 года) в финансово-банковской системе». Это необходимость обеспечения адекватного уровня капитала банков уровню принимаемых ими рисков.

Насколько решения, принимаемые центральным банком, уровень их адекватности важны и значимы для обеспечения устойчивого функционирования национальной банковской системы можно понять, к примеру, по достоинству оценив назначение на должность главы Федеральной резервной системы США (ФРС) одного из самых влиятельных членов совета управляющих ФРС *Б.Бернанка* (*B. Bernanke*).

Наибольшую известность как экономист Б.Бернанк получил в 1983 году благодаря своей статье в престижном журнале *American Economic Review*, посвященной причинам Великой депрессии. В этой работе он коренным образом изменил подход к событиям, сыгравшим ключевую роль в истории центрального банка.

Нобелевский лауреат Милтон Фридмен и его коллега Анна Шварц в свое время сделали важный вывод о том, что Великая депрессия была обусловлена главным образом решением ФРС не предоставлять ликвидные средства (*not to provide liquidity*) после краха фондового рынка в 1929 году.

Б.Бернанк пошел дальше в своих рассуждениях, доказав, что Великая депрессия была *ускорена из-за неудачи попыток ФРС преодолеть банковский кризис после краха фондового*.

Особый интерес в этой связи для нас представляет факт публичного выступления Б.Бернанка в августе 1999 года в период окончания беспрецедентного бума фондового рынка в США с докладом, посвященным тому, как должны вести себя центральные банки в условиях необоснованного вздутия цен на фондовые активы («фондовые пузыри» — *bubbles*). Рекомен-

дации Б.Бернанка были правильно поняты ФРС, и после взрыва «фондового пузыря» летом 2003 года центральный банк фактически воспользовался его советами¹.

Управление рисками и борьба с финансовыми кризисами — глобальные задачи, которые успешно решает Федеральная резервная система США вот уже в течение многих десятилетий. Руководство ФРС последовательно выступает и за повышение прозрачности центрального банка. За то, чтобы руководить «мышлением банков» по главным проблемам. Однако это не имеет ничего общего с неоправданной либерализацией.

Анализ причин региональных финансовых кризисов конца XX столетия показал всю пагубность безудержной либерализации национальных финансовых систем и создал прецеденты значительного ужесточения регулирования финансовых рынков этих стран.

Поэтому, когда звучат достаточно категоричные заявления со стороны некоторых представителей банковского сообщества, к примеру, о том, что «стремясь максимально подробно и жестко регламентировать *работу* коммерческих банков ЦБ загоняет себя и *всю российскую экономику* в ловушку недофинансирования»², или о том, что «*банкиры недовольны* нормативом достаточности капитала», что «абстрактные рекомендации по «Базелю 2» — это *не приоритетная задача для российской банковской системы*» и, как аргумент, «аппарат управления старается обеспечить себе удобство в управлении. У рынка другая задача. Субъекты рынка могут ради прибыли пойти на то, на что государство пойти не может. Но когда у органов управления возникает *чрезмерная увлеченность*

¹ См.: Gopinath D. *Rethinking the Fed*//*Institutional investor*. N. Y., 2003. November. P. 66-72.; Why Bernanke likes targeting//*Ibid*. P. 68-69.

² См.: Эксперт. 2006. №3. С. 26.

регулированием отрасли — это опасно»³ (выделено нами — В. К.)

Действительно, следует серьезно задуматься над этим феноменом, разобраться в его истоках, оценить обоснованность предъявляемых обвинений.

Мировой опыт повышения капитализации и поддержания ее на уровне, обеспечивающим необходимую финансовую устойчивость банковской системы, свидетельствует, что есть два основных и причем альтернативных подхода.

Первый — основным источником роста капитализации банков является *прибыль*, в сочетании с *частным акционерным* как национальным, так и иностранным *капиталом*. Так, к примеру, развиваются банковские системы Центральной и Восточной Европы.

Второй — основным источником роста капитализации банков является масштабированная *государственная поддержка*. И, прежде всего, это:

- ресурсообеспечение;
- участие государственного капитала.

При втором подходе *прибыль*, в отличие от американской и европейской моделей развития банковской системы, не является существенным источником капитализации. А в некоторых странах, к примеру в Японии, и вовсе не является.

Западному банкиру с его предпринимательской философией, ориентированной на получение максимальной прибыли, не очень понятен смысл японской стратегии, ставящей во главу угла захват как можно большей доли рынка и увеличение оборота.

Именно в силу этого различия японские банки, несмотря на то, что значительно уступают европейским и американским банкам по рентабельности, имеют гигантские

размеры и, естественно, соответствующий уровень капитализации.

В банковском сообществе России сегодня активно дискутируется тема о необходимости предоставления банкам со стороны государства различного рода *преференций по налогообложению прибыли*. Перед государством задача эта ставится с целью усиления роли прибыли как источника капитализации и, возможного в связи с этим, ускорения процесса капитализации банковской системы.

Однако это требует для получения исковых результатов или значительного времени, или весьма существенной нормы прибыли.

В последнем случае задача получения высокой нормы прибыли объективно приводит банки, особенно в условиях российского финансового рынка, к необходимости работать с активами 4 и 5 групп. А это, как известно, высоко рискованные активы. Требование со стороны ЦБ РФ соблюдения норматива достаточности капитала, естественно, приводит к снижению объема проводимых банками операций. Следовательно, при таком подходе операционные возможности отдельных банков сокращаются, совокупный потенциал банковской системы снижается.

Какова при этом реакция банков на сокращение своих операционных возможностей? Банки, естественно, не довольные тем, что ЦБ РФ риски потребительского кредитования относит к 5 группе, требуют от регулятора перевода этих рисков в группы с меньшим значением коэффициента риска. Но от этого риски не исчезают.

Какова при этом реакция государственного регулятора на снижение совокупного потенциала банковской системы? Его основная задача — обеспечение финансовой устойчивости и дееспособности банковской системы. Следовательно, он противится этим предложениям.

³ <http://www.arb.ru>: Интервью Г.Тосуняна газете «ВЗГЛЯД» (о долгосрочной программе развития российской банковской системы) 3 мая 2006г.

Поэтому становится совершенно понятным, почему АРБ настаивает, с одной стороны, на налоговых преференциях со стороны государства, и, с другой — упрекает государственного регулятора в лице Банка России в неправомерности неоправданно высоких, «завышенных» требованиях к величине норматива достаточности капитала. Здесь заложено естественное противоречие. Не заметить его может только слепой. Но если все же принять эти настоячивые требования, то мы можем получить весьма печальный и прямо противоположный желаемому результат: вместо упрочения финансовой устойчивости системы и роста ее финансовых оборотов — фактическое снижение и того, и другого.

С другой стороны, банкам для финансирования структурной перестройки экономики, для финансирования развития основного капитала реального сектора экономики действительно не хватает *долгосрочных ресурсов*.

Например, А.Казьмин, председатель правления Сбербанка России, говоря об этой проблеме на совещании Президента РФ В.В. Путина с представителями банковского сообщества в декабре 2005 года, выделяет прежде необходимость формирования «*собственных источников долгосрочного кредитования, в том числе ипотечного кредитования*» и акцентирует внимание на законодательных ограничениях *возможностей выпуска ценных бумаг банками*⁴.

Речь идет об ограничении объема выпуска облигаций величиной их уставного капитала.

Данный аспект этой проблемы, несомненно, заслуживает внимания, но при этом, на наш взгляд, следует выделить в качестве узловых, первостепенных задач при ее решении необходимость широкомасштаб-

ного включения в *механизм обеспечения национальной банковской системы долгосрочными ресурсами*:

во-первых, технологий секьюритизации банковских активов;

во-вторых, технологий капитализации банковского бизнеса, прежде всего за счет проведения IPO и наращивания собственного капитала с помощью субординированного кредитования и субординированных (не обеспеченных) облигационных займов.

Относительно секьюритизации. Тема сама по себе очень емкая. Но, если коротко, то, к примеру, банки, а в их числе и Сбербанк России, и Банк Москвы, разворачивающие собственные программы ипотечного жилищного кредитования, успешно применяют для формирования собственной долгосрочной ресурсной базы именно технологии *секьюритизации активов*. Еще один пример. Ключевой продукт банка «Союз» — автокредит. Банк «Союз» стал первым на российском рынке, осуществившим *секьюритизацию автокредитов*. Естественно, что для достижения подобных результатов банковский менеджмент проделал высокопрофессиональную работу, подключил к аттестации банка мировые знаменитости, в частности *PricewaterhouseCoopers* и *Moody's*. При прочих равных условиях это гарантия успеха. Таковы правила игры на международных финансовых рынках, таковы ориентиры для остальных.

Относительно субординированного кредитования. Ряд российских банков и, прежде всего их менеджмент, показал и здесь пример успешного решения поставленной задачи. Так, Промсвязьбанк в 2005 году значительно увеличил собственный капитал за счет привлечения субординированного кредита в размере 1,5 млрд рублей. Самое удивительное, что этот кредит предоставил Европейский банк

⁴ Совещание Президента РФ В.В. Путина с представителями банковского сообщества. Новосибирск. 14 декабря 2005 г. М.: АРБ, 2005.

реконструкции и развития. Кредит предоставлен на 6 лет с возможностью дальнейшей пролонгации до 10 лет. Это, полагаю, свидетельство «высшего пилотажа» менеджмента.

Банк Москвы блестяще справился с задачей размещения субординированного облигационного займа, обеспечив себе значительное увеличение собственного капитала за счет этого источника. Понимая значимость данного источника для формирования долгосрочной ресурсной базы банков, для повышения уровня капитализации всей банковской системы, Банк России предполагает разрешить российским банкам выпускать *гибридные субординированные еврооблигации*.

В частности, Внешторгбанк рассматривает возможность выпуска таких еврооблигаций. Гибридными финансовыми инструментами могут заинтересоваться и многие российские компании. Срок обращения таких ценных бумаг составит *не менее 10 лет*. Кроме того, гибридные облигации могут быть *бессрочными* или *приравненными к акциям без размывания капитала*. По таким облигациям эмитент может не выплачивать купон.

Отличительная особенность *субординированных ценных бумаг* состоит в том, что они имеют более низкий статус (ранг) по сравнению с другими долговыми обязательствами эмитента, т.е. при банкротстве эмитента погашаются во вторую очередь.

Интересен опыт эмиссии во Франции *суперсубординированных ценных бумаг* (*titres super-subordonnes, TSS*), которые, в свою очередь, делятся на два вида: *банковские* и *небанковские*.

В соответствии с принятым в 2003 году во Франции *Законом о финансовой безопасности* (*La loi de Securite Financiere, LSF*) французские банки и компании получили право по своему усмотрению устанавливать степень (ранг) субординации эмитируемых ими долговых обязательств, отражающих очередность их погашения в слу-

чае усиления финансовых трудностей или банкротства эмитента. Эти бумаги представляют собой долговые обязательства эмитента, которые не дают их держателям прав на участие в голосовании, на дивиденды или ликвидационные остатки, на преференциальную подписку на акции, а также на информацию, предоставляемую обычным акционерам.

Особо следует подчеркнуть, что в тексте этого закона понятие *TSS* не фигурирует, оно *введено практиками* для обозначения нового поколения долговых обязательств, которые имеют более низкий ранг (с точки зрения их погашения в случае дефолта), чем классические субординированные ценные бумаги. Так, например, *TSS*, выпущенные компанией *Michelin*, получили название «субординированных ценных бумаг последнего ранга» (*titres subordonnes de dernier rang*) и имели форму *облигаций*, тогда как *TSS*, выпущенные банком *Caisse nationale des caisses d'epargne (CNCE)*, имели форму *среднесрочных евронот* (*euro medium term notes*).

По сути, *TSS* представляют собой гибридные ценные бумаги, имеющие характеристики различных финансовых инструментов. С экономической точки зрения *TSS* относятся к ценным бумагам, занимающим промежуточное положение между акциями — «капитальными титулами» и долговыми обязательствами. *TSS* дают возможность эмитенту покрывать свои риски и убытки, что отличает их от обычных долговых инструментов и сближает с собственным капиталом.

Выпуская *TSS*, эмитенты преследуют несколько целей:

- увеличение объема собственного капитала, не увеличивая при этом суммы основного («старшего») долга (*la dette senior*);
 - улучшение финансового состояния.
- Эту цель преследуют как банки, так и не финансовые компании. Хотя эмиссия *TSS* и увеличивает задолженность эмитента,

однако она, по сути, не снижает его финансовой устойчивости, как другие формы задолженности;

- повышение рейтинга эмитента в результате улучшения его финансового состояния;
- оптимизация структуры общей задолженности эмитента путем увеличения средних сроков ее погашения, приостановки выплаты долга при определенных условиях и т.д.;
- получение средств для финансирования операций по слиянию и приобретению.

Так, например, эмиссия *CNCE* была предназначена для приобретения банка *CDC Ixis*. Для кредитных учреждений возможность такого использования *TSS* очень выгодна, так как по действующим правилам свое участие в капитале других компаний и банков они должны оплачивать за счет собственного капитала.

Формирование и увеличение собственного капитала является для банков важной задачей, поскольку они должны соблюдать установленные законом и правилами регулирования нормативы, чтобы противостоять различным рискам — кредитным, операционным, рыночным, структурным, портфельным и т.д. Новый закон *LSF* предоставляет банкам возможность увеличивать собственный капитал за счет эмиссии гибридных ценных бумаг, включая *TSS*, хотя доля таких ценных бумаг в собственном капитале банка ограничена органом банковского регулирования. Эмиссия *TSS* регулируется также правилами бухучета и пруденциального надзора. Вместе с тем пока во Франции отсутствует стандартный эмиссионный контракт по *TSS*, и французское законодательство, подобно английскому, допускает большую свободу эмитента при включении в такой договор устраивающих его статей. При этом важное значение имеет механизм определения ранга *TSS*. Особо показательно то, что

кассационный суд Франции подтвердил законность и обоснованность рангов, которые утверждаются с помощью коллективной процедуры и включаются в эмиссионный договор. Это создает для эмитентов и инвесторов, приобретающих *TSS*, стабильную и безопасную юридическую среду.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что фактически между правилами бухучета и нормами пруденциального надзора существуют определенные противоречия. Действующие во Франции правила бухучета не позволяют включать *TSS* в состав собственного капитала банка, так как они относятся к долговым инструментам. В то же время правила пруденциального надзора допускают в определенных условиях приравнивание *TSS* к собственному капиталу банка. Для этого банки — эмитенты *TSS* должны ограничить права держателей этих бумаг на их погашение и установить определенный режим выплаты купонных доходов.

Это позволяет *TSS* служить своего рода амортизаторами, поскольку убытки, которые не могут быть покрыты за счет собственного капитала, могут погашаться с помощью *TSS*. «Старшие кредиторы» не пострадают от этих убытков, если сумма собственного капитала и *TSS* будет достаточна для их погашения.

Одним из достоинств *TSS* является то, что они обеспечивают эмитенту неизменный объем полученных средств в течение довольно длительного периода времени. Так, *TSS* компании *Michelin* будут погашаться в течение 30 лет, а банк *CNCE* вообще не предусматривает никаких точных сроков погашения — это может произойти, по решению эмитента, в любой момент после десятилетнего срока существования *TSS*. В эмиссионных договорах отсутствуют статьи о праве истребования досрочного погашения *TSS* во время дефолта, что является существенным отличием *TSS* от акций и классических субординированных

облигаций. Эмиссионные договора предусматривают погашение *TSS* также акциями и другими капитальными титулами, выпускаемыми с целью увеличения собственного капитала.

С юридической точки зрения купоны обычных облигаций являются разновидностью долга эмитента, который должен погашаться даже при обострении его финансовых трудностей. В этом случае необходимость выплаты по купонам может ухудшить финансовое состояние эмитента. При эмиссии *TSS* эмитент может приостановить оплату купонов при ухудшении его положения, что подтверждает сходство *TSS* с инструментами собственного капитала. Конечно, такая приостановка не может быть произвольной, так как инвесторы вправе потребовать объяснений. Важными объективными причинами приостановки оплаты купонов могут быть признаны такие, как отсутствие прибыли или недостаточное поступление доходов в форме наличных средств.

Интересно, что по *TSS*, выпущенным, например, *CNCE*, оплата купонов будет осуществляться только при условии выплаты дивидендов акционерам в течение последних 12 месяцев. Купонный доход выплачивается не как доля от прибыли банка, а по фиксированной ставке, которая предполагается неизменной в течение 10 лет. Что касается приостановленных к выплате купонных доходов, то, к примеру, у банка *CNCE* доход по непогашенным купонам утрачивается навсегда.

Одна из статей эмиссионного договора *CNCE* предполагает использование *TSS* для поглощения (*absorption*) потерь, т.е. очистки пассивной части баланса путем отнесения убытков на счет субординированного долга, и предусматривает такое поглощение не только при обнаружившейся неплатежеспособности банка, но и тогда, когда ухудшаются показатели, которые должны соответствовать нормам пруденциального надзора.

В этом случае *TSS* становятся инструментом пруденциального управления кредитным учреждением, позволяющим смягчить финансовые трудности, не прибегая к увеличению пассивной части баланса⁵.

Благодаря подобным источникам финансирования долгосрочной ресурсной базы, банки могут достаточно успешно реализовывать свои программы завоевания и удержания все новых и новых сегментов финансового рынка, создавая прочный, устойчивый финансовый фундамент национальной банковской системы.

Относительно IPO. Отмечу самый существенный момент. Опыт показывает, что в преддверии IPO необходимо делать *стратегические прорывы*, разработать ясную долгосрочную стратегию и внедрить эффективную организационную структуру, способную обеспечить рост, с тем чтобы использовать этот источник роста собственного капитала банка для увеличения и ускорения капитализации. Несколько примеров таких стратегических прорывов. Буквально недавно Росбанк в преддверии IPO получил разрешение от ЦБ РФ на размещение 29,9% акций на зарубежных биржах. Казалось бы, цель достигнута. Однако группа *Societe Generale*, входящая в число 25 крупнейших банковских групп мира, покупает 10% акций Росбанка. А что же IPO? IPO рассматривается обеими партнерами «в качестве совместной цели его (банка) развития», как необходимое условие повышения капитализации совместного бизнеса. Более того, стороны договорились о приобретении *Societe Generale* в будущем еще 10% акций Росбанка. Показательно, что *Societe Generale* энергично наращивает свои российские финансовые активы. Несмотря на присутствие на

⁵ Hubert o., Moriceau a. *Titres super-subordonnés: Observatoire des émissions récentes*//Banque mag. 2004. №659. P. 41-45.

финансовом рынке России своего дочернего банка группа приобретает КБ «Дельта Кредит», КБ «Столичное кредитное товарищество», КБ «Промэк-Банк», финансовую компанию «Русфинанс».

Подобная стратегия характерна и для других крупных международных банковских групп, так *Raiffeisen* приобрел 100 % акций КБ «Импэксбанк». Крупнейший банк Италии *Intesa* приобрел пакет акций КМБ-Банка — 75 % минус 1 акция. Завершение сделки намечено после получения разрешения надзорных органов. *Европейский банк реконструкции и развития* в свое время инициировал создание КМБ-Банка в рамках долгосрочного проекта поддержки российского малого бизнеса, *Russia Small Business Fund* — *RSBF*. На момент создания банка одним из его акционеров являлась компания *DEG (Deutsche Investitions und Entwicklungsgesellschaft mbH)* — Немецкое Общество Инвестиций и Развития.

DEG представляет собой государственную инвестиционную компанию со штаб-квартирой в Кельне. Интересно, что компания оказывает финансовую поддержку странам Латинской Америки, Центральной и Восточной Европы, а также СНГ. Компания *DEG* является единоличным организатором совместного финансирования 800 проектов в более чем 110 странах. В ее портфеле текущих проектов 411 компаний, 136 из которых представляют собой финансовые организации. «Стало очевидно, что банк достиг размеров, когда ему нужен *новый стратегический инвестор с мировым именем и отработанными технологиями*», — объясняет продажу пакета Клаус-Эхард Хартман из *DEG*.

Например, описывая эти и исследуя другие процессы *концентрации* банковского капитала, необходимо отметить, что наметилась устойчивая тенденция *роста оценки стоимости банковского бизнеса*. Так, коэффициент капитализации (отношение рыночной стоимости бизнеса к величине собственного капитала бан-

ка) постоянно увеличивается. Еще недавно коэффициент капитализации равный трем рассматривался участниками рынка как рекордный, однако в сделке с Росбанком этот коэффициент уже достиг уровня четырех, а на украинском рынке он превысил даже и этот уровень. На фоне этих процессов, и обусловленная ими, стала формироваться новая стратегия развития банков, *стратегия увеличения собственного капитала*: обеспечение очень высокой оценки своего бизнеса и одновременно привлечение стратегического партнера. Следует подчеркнуть, что арсенал используемых при этом методов и приемов повышения стоимости бизнеса является весьма разнообразным и зависит как от характера потенциального стратегического партнера, так и от профессионального уровня высшего менеджмента банка.

Поэтому в решении дилеммы:

- «*собственные источники* долгосрочного кредитования, в том числе *ипотечного*», на основе выпуска облигаций, обеспеченных *уставным*, даже предположим (если снять законодательные ограничения) *собственным, капиталом*,
- или
- *собственная долгосрочная ресурсная база банка на основе секьюритизации банковских активов, т. е. закладных*,

предпочтение следует отдать *секьюритизации*, поскольку это позволяет, не нарушая принципа сохранения финансовой устойчивости *национальной банковской системы*, обеспечить ее значительным объемом *долгосрочных ресурсов*.

Мы полагаем, что задача *ускорения капитализации*, а, следовательно, и обеспечение конкурентоспособности национальной банковской системы при данном уровне ее развития может быть решена только при существенной государственной под-

держке и прежде всего с помощью запуска механизмов *ресурсообеспечения* и участия *государственного капитала*. При этом ресурсообеспечение должно включать такие элементы, как обеспечение банковской системы долгосрочными ресурсами и механизмы оптимизации кредитных ставок. Помимо обеспечения финансовой устойчивости, решение этих задач является наиважнейшим условием для упрочения национальной банковской системы.

Сегодня для формирования устойчивой банковской системы страны крайне необходима государственная **Программа развития национальной банковской системы**. Возможное указание на то, что стратегии развития банковской системы на сегодня разработаны и Правительством РФ, и Банком России, и АРБ, на наш взгляд, не снимает проблемы, поскольку стратегия — это одно. Программа — это другое.

Это должен быть директивный документ прямого действия. Что в него, с нашей точки зрения, должно войти?

Прежде всего, механизмы, обеспечивающие устойчивое развитие национальной банковской системы. Вот самые существенные из них:

- механизм капитализации;
- механизм участия государственного капитала;

- механизм обеспечения долгосрочными ресурсами;
- механизм оптимизации кредитных ставок;
- механизм минимизации системных рисков;
- механизм формирования квалифицированного менеджмента.

Программа должна объединить, как единое целое, все эти механизмы. При этом Программа должна выступить системным интегратором. Программа должна снять противоречия, которые неизбежно возникают при разрозненном внедрении отдельных механизмов. Программа должна снять и противоречия внутрисистемного свойства, задав единые системные параметры и создав равновозможные условия функционирования элементов системы.

Государство при этом должно выступить заказчиком. Заказчиком создания *устойчивой, конкурентоспособной национальной банковской системы*. Это необходимо для успешного развития всей национальной экономики. Это необходимо для возрождения и упрочения России.

Статья поступила в редакцию 26.10.2006

V. Karpunin

THE STATE AND THE NATIONAL BANKING SYSTEM COMPETITIVENESS

It is in the national interests of the country to form an independent and stable banking system. There should be a connection between the national priorities and the policy aimed at making the national banking system competitive on the world banking services market. The role the state bodies play here can hardly be overestimated. President of Russia when speaking at the latest meeting of the State Council in November 2006 said that the competitive banking system was an integral part of the independent Russian state and he was definitely right.

ИСТОРИЯ УСПЕХА

Ассоциация предприятий текстильной и легкой промышленности «Восток-Сервис» была основана в 1992 году. Компания стала общепризнанным лидером на российском рынке спецодежды, рабочей обуви и средств индивидуальной защиты. Ассоциация «Восток-Сервис» стратегический партнер ведущих зарубежных компаний: 3M, Ansell Protective Products, UVEX, Bacou-Dalloz Group, Trelleborg, Klopman International, Heckel Securite, Degussa, Hitachi, MSA Auer. Ассоциация имеет собственную производственную базу, которая объединяет швейные, прядильные, обувные фабрики.

Ассортимент «Восток-Сервис» насчитывает более 12000 наименований: от простых моделей респираторов до сложнейшего аварийно-спасательного оборудования.

*По просьбе редакции журнала об истории стратегического успеха компании рассказал президент Ассоциации **Владимир Головнев**.*



С чего Вы начинали, как появилась «Восток-Сервис»? В России, как показывает практика, в основе формирования наиболее ярких «корпоративных команд» — товарищеские связи. Как формировалась Ваша команда?

Члены Совета директоров Ассоциации бывшие студенты Московского авиационного института (МАИ). Все начиналось на последнем курсе института, мы все учились по очень хорошей специальности — «инженеры-системотехники по эффективности применения боевых авиационных комплексов». Это была единственная группа в Советском Союзе, в которой готовили специалистов в области военной авиации. Начало 90-х, как известно, было переломной вехой в стране — кому тогда нужна была военная авиация, если в прямом смысле слова на прилавках магазинов было пусто, студенты пользовались талонами на обед. Наличные деньги имели крайне малое значение по причине того, что на них ничего нельзя было купить. И поэтому наш профиль-

ный институт ГОСНИИ АЭС переживал не самые лучшие времена. Единственной возможностью выжить для нас, студентов, была летняя работа в стройотрядах. Мы выезжали строить тогда значимые народно-хозяйственные объекты. Помню, что, когда в стране произошел путч, никто из нас ничего не знал, мы спокойно пошли на работу. Ведь главная задача у нас была — заработать деньги, чтобы следующий год более менее спокойно сводить концы с концами. Я три года был командиром стройотряда, и именно тогда, на стройках, мы в какой-то мере постигали азы предпринимательства. Между прочим, комиссар нашего стройотряда сейчас является административным директором «Восток-Сервис», то есть функции выполняет примерно такие же.

Сегодня можно с уверенностью заявить, что «Восток-Сервис» начинался со стройотряда «Энергия», который с 1989 по 1991 год ездил в поселок Приморский Хабаровского края. Этот стройотряд многое для нас определил на будущее.

Надо сказать, что в России действительно основа формирования многих успешных корпоративных команд — товарищеские связи. Как формировалась наша команда? У нас вообще ярчайшее проявление товарищества. Мы действительно команда сокурсников, которые не просто учились в одной группе, но и жили в одном общежитии. Так сложилось исторически, что на 90 процентов наша команда состояла из иногородних студентов. Мы были, как говорится, сами по себе, в отличие от москвичей, без связей, без мам и бабушек, которые приготовят обед, да и вообще берут на себя многие заботы. У любого немосквича на 99,9 процентов таких «комфортных» условий нет, то есть нам полностью необходимо было полагаться на себя, начиная от каких-то бытовых мелочей и заканчивая серьезными проблемами.

Так что основная команда топ-менеджмента «Восток-Сервис» — выпускники МАИ. Среди них те, кто учился со мной на одном курсе, те, кто был чуть младше или старше. Когда бизнес начал формироваться, пошла молва, что, мол, есть некая компания, созданная выпускниками МАИ, бизнесом занимается. Мы были как некий магнит.

Как формировалась стратегия Вашего бизнеса? Насколько знание теории конкуренции оказалось здесь применимым? Можно ли вообще, применительно к бизнесу в России, говорить об использовании теории конкуренции?

На начальном этапе мы особенно не задумывались о стратегии бизнеса, о теории конкуренции. Большой интерес вызывала теория рынков, поскольку было важно понять, чем нам нужно заняться на этом рынке, который и сам только начинал формироваться. Действовали, по сути, в условиях отсутствия конкуренции, выбрали сегмент, в те времена не популярный, никому не понятный. Главная цель и задача в этот период для нас была каким-то образом определить свое место в жизни. Главное, что мы ни тогда, ни сейчас не метались из сторо-

ны в сторону. Определили цель, выбрали конкретный сегмент рынка и начали работать, работать и работать. Кстати, многие компании в начале 90-х сгорели именно потому, что пытались заниматься всем и сразу, стараясь поймать за хвост удачу. Мы не метались, мы били в одну точку.

В итоге, правда осталась за теми, кто стал профессионалом в своем деле. Времена пены бурно зарождавшегося российского бизнеса постепенно прошли. И те, кто не просто зарабатывал деньги, ставя перед собой задачу: здесь и сейчас, стали реально разбираться в рынке, в его нюансах, в законах конкуренции. Это дало возможность развиваться, а главное — защитить свой бизнес. С середины 90-х на российский рынок вышли люди с деньгами и с намерением «взять готовый бизнес». Вот здесь-то и сыграло свою определяющую роль конкурентное преимущество, которое состояло уже в знании, а не только в деньгах. И сегодня мы говорим, что «Восток-Сервис» силен двумя вещами: исключительным знанием рынка, на котором мы уже почти 15 лет, и командой людей, которые профессионально занимаются выбранным делом. Деньги, разумеется, важны, как зонтик в непогоду, но не более того. Конечно, если сравнивать российские компании с западными, то их финансовые возможности на порядок выше и по процентным ставкам, и по длительности кредитования, и по легкости получения кредита. Но, несмотря на объективные трудности, мы растем и развиваемся. В октябре 2006 года наша компания приобрела предприятие в Чехии «Cerva Import Export a. s.». В процессе сделки нашим конкурентом была английская компания. И я думаю, что мы победили не потому, что имели больше денег, а потому, что рынок требует настоящего профессионализма. Наша команда за эти годы стала известной именно серьезным отношением к бизнесу, доскональным знанием рынка и умением работать на нем.

Можно сегодня пройти примерно такой же путь, как Ваша команда, то есть на-

чать бизнес практически с нуля и добиться серьезного успеха или это невозможно?

Возможно, но это гораздо сложнее. Зачастую мне говорят: «Вам повезло, вы начинали в те времена, когда все зарождалось, доходность была другая». С одной стороны, это действительно так. Сегодня ситуация иная. На рынке работает много предпринимателей, которые реально стали или считают себя профессионалами. Но я уверен, что если четко определить цель и грамотно поставить задачи, то выстроить бизнес вполне возможно. Причем главная задача — сплотить людей, собрать команду профессионалов и единомышленников. Мы, например, занимаемся инвестиционными проектами, у нас есть опыт, деньги, но зачастую мы идем на новые рынки, где мы не все понимаем и где все зависит от предпринимательской энергии и от профессионализма команды.

И еще один важный момент. Сегодня, исходя из своего опыта, я могу сказать, когда мы начинали, нам было чуть больше 20 лет. Кто-то из наших ровесников в это время тоже пытался заниматься разными видами деятельности. Но шел по какому пути: заработать деньги — себе дорогую машину или квартиру купит, отдохнет за границей. А наша команда первые четыре года становления бизнеса как жила в общежитии, так и продолжала там жить. Мы тоже могли деньги из бизнеса «вытащить» и потратить на себя. Но уже тогда мы понимали, что нужно не просто заработать себе на автомобиль, гораздо важнее развивать бизнес. Я признателен своим друзьям за понимание. Они никогда не ставили вопрос «мы заработали 100 рублей, давай 50 потратим сейчас, на себя». На собственное выживание у нас уходило не более 5-10 процентов. Все остальное — в бизнес. Ведь не секрет, что любой бизнес сопряжен с временными жертвами, зачастую предприниматель вынужден себя ограничивать в отдыхе, в семейной жизни. Это, замечу, большая проблема. Мы, конечно, в данном случае говорим про бизнес, который создается, бизнес, который работает в конкурентной среде. Прихо-

дится постоянно помнить, что совсем рядом не дремлют конкуренты, которые думают, как обойти тебя, как выйти в лидеры. Если человек готов к такому пути — он достигнет цели.

Какие у «Восток-Сервиса» были стратегические успехи, а может быть и неудачи? Что Вы считаете самым крупным стратегическим успехом Ассоциации?

Самым крупным стратегическим успехом Ассоциации является тот путь, который мы выбрали в 1992 году. Мы ни разу не свернули с него. Конечно, дорога была тернистая и достаточно извилистая, но была изначально определена самая правильная стратегическая цель — стать профессионалами на рынке. Мы ими стали, и рынок нас оценил. Сегодня специалистов «Восток-Сервис» приглашают в качестве экспертов как в России, так и за рубежом. На прошедшей осенью 2006 года профильной выставке в Париже к экспозиции нашей компании интерес был очень большой. Это говорит о том, что нас знают на европейском рынке как профессионалов, специалистов своего дела, знающих рынок. Ведь сегодня рынок развивается не только за счет денег, но и за счет знаний, инноваций. Мы ими владеем, и это наше серьезное конкурентное преимущество.

Конечно, не все шло гладко, были и неудачи. Мы иногда и ошибались, и проигрывали конкурентам. Нам не стыдно признаваться в том, что какие-то идеи другие игроки на рынке придумывали раньше нас. В таких ситуациях мы не опускали руки, а оценивали лучшее у конкурентов и в конце концов были все равно впереди.

Можете назвать наиболее действенные способы конкурентного завоевания Ассоциацией «Восток-Сервис» российского рынка? Какие факторы обусловили их результативность?

Действенные способы завоевания? Как я уже говорил, это профессионализм сотрудников и команда сплоченных единомышленников во главе. Сегодня «Восток-Сервис» наполняет 20-25 процентов российского рынка средств

охраны труда. Для примера, по последним оценкам группы «Ренессанс-Капитал», если наша компания №1 занимает 25-26 процентов российского рынка, то компания №2 — это 7 процентов, №3 — 3-4 процента. Среди российских компаний в сегменте спецодежды можно назвать таких крупных конкурентов, как компании «Тракт», «Техноавиа», «Урсус».

Говоря о конкурентном преимуществе, обязательно надо сказать о нашей уникальной региональной сети. Сегодня это более 70 филиалов в России и странах СНГ. Такая разветвленная сеть еще раз говорит о комплексной стратегии развития компании. Мы с самого начала рассматривали рынок не просто как сегмент «Москва и Московская область», а всю страну в целом. Это дало нам возможность стать лидером рынка не только с точки зрения объемов продаж, но и по географическому охвату территории. Открытие каждого филиала является отдельной и по своему уникальной историей, поэтому гибкое и индивидуальное отношение к каждому региону — важнейший принцип нашей работы.

Каковы преимущества «Восток-Сервиса» перед западными конкурентами? И есть ли они у Вас? Как Вы позиционируете себя на зарубежных рынках? Сравнивая российский и зарубежный опыт, как правило, отмечают определенные стратегические преимущества иностранных компаний. Что говорит Ваш опыт? Есть ли стратегические преимущества у российских компаний?

Если бы я вам сейчас сказал, что планирую через три года конкурировать с компанией, производящей автомобили Mercedes, вы бы решили, что это либо розыгрыш, либо мания величия. Мы работаем на рынке средств охраны труда, на котором наша позиция довольно стабильна. Сам рынок достаточно консервативен и какие-то экстренные глобальные перемены маловероятны. А «Восток-Сервис» в этой отрасли

не просто конкурент для остальных игроков, а даже чуть впереди.

Сегодня главным преимуществом российской компании, в том числе и нашей, на родном рынке, является знание нюансов, специфики российского рынка. Мы говорим на языке, на котором говорит 99,9 процентов участников этого рынка. Не так много людей из западных компаний говорят по-русски, а вот большинство наших предпринимателей сегодня владеют одним-двумя иностранными языками, в первую очередь английским. Языковые барьеры, которые не так давно еще разделяли нас с зарубежными партнерами и конкурентами, сломлены.

Конечно, есть и сложности. У нас нет еще такого большого опыта управления в условиях рынка. Российская школа менеджмента существует около 10-15 лет, срок — крайне незначительный для мирового бизнеса.

Но, мы не боимся шагнуть в Европу, развивать там свой бизнес. Не так давно мы же завершили крупную коммерческую сделку в Восточной Европе, приобрели в Чехии крупную профильную компанию *Cerva Import Export a. s.*

Сегодня «Восток-Сервис» может со своим продуктом, знаниями, гибким подходом к управлению представлять Россию как страну. И с полным на то основанием мы сегодня можем сказать, что наши отечественные компании работают не только в сырьевом секторе мирового бизнеса. Чем больше в России будет компаний — серьезных игроков не только на отечественном, но и на мировом рынке, тем больший вес будет иметь наша страна в мире. Это и есть наша конкурентная стратегия.

Сегодня для обеспечения серьезных позиций на рынке необходима известность, востребованность продукции. Как «Восток-Сервис» формирует «свой» рынок и «своих» потребителей?

Если говорить непосредственно о спецодежде, то развитие этого направления предполагает расширение рынков сбыта за

счет сотрудничества с новыми предприятиями и организации гибкого подхода к каждому корпоративному клиенту. В этом ключе расширение рынка — это повышение качество продукции, увеличения ассортимента. Это на поверхности. А в реальности все намного глубже. Россия, как следует из последней встречи президентов России и США в Ханое, уже практически «одной ногой» в ВТО. Это, конечно, замечательно, но накладывает на российский бизнес серьезные ограничения, связанные с необходимостью внедрения и следования всем принятым в Европе нормам и стандартам. Например, в европейских странах на укомплектование спецодежды и средствами защиты одного работника тратится в год порядка 50-60 евро, а в России эта сумма едва доходит до 10 долларов.

С этой точки зрения у «Восток-Сервиса» сегодня очень неплохие перспективы. Многие предприятия, особенно крупные, стали относиться к этой проблеме более серьезно. Ведь люди в спецодежде и спецобуви проводят большую часть своего рабочего времени, и от качества, комфорта, внешнего вида спецодежды напрямую зависит их производительность труда.

Ну, и конечно, нельзя забывать, что у нас активно работает обширная региональная сеть. Поэтому большая часть потребителей нашей продукции работает именно с филиалами, которые открыты практически во всех крупнейших городах России.

Известно, что «кадры решают все». Сегодня многие компании приглашают иностранных менеджеров, рассчитывая на их особый рыночный менталитет, опыт. Как строится кадровая политика «Восток-Сервиса»?

Кадровая политика, как и все остальное в нашей компании, строится комплексно. Мы пытаемся растить специалистов внутри компании, у нас успешно применяются корпоративные, обучающие программы, есть специальные учебные аудитории. Но мы не закрытая компания, к нам, конечно, приходят специалисты «со стороны».

И с каждым годом я убеждаюсь все больше и больше, что лозунг «кадры решают все» — это не просто красивые слова, а абсолютная правда.

Что касается приглашения иностранных специалистов — пока нам это не нужно. Хотя регулярные контакты и обмен опытом с экспертами, профильными специалистами наших зарубежных партнеров уже давно стали системой для компании.

Иногда приходится слышать мнение, что наличие в руководстве российских компаний иностранных специалистов, которые зачастую «сопровождают иностранный капитал, приходящий в российскую экономику», серьезно отражается на национальных интересах страны. Меняется ли стратегия развития компании с приходом иностранных специалистов?

Наличие иностранных топ-менеджеров во главе российских компаний или в качестве специалистов-экспертов — обычное явление для мирового бизнеса. Российская компания просто пригласила специалиста из другой страны, который хорошо разбирается в менеджменте, в способах и технологиях завоевания определенного сегмента рынка. Это нормальная ситуация. Вот сейчас, например, у российской сборной по футболу тренер — иностранец, а до этого было наоборот, тренеры были российские, а футболисты — игроки зарубежных клубов. И это не означает, что российская сборная перестала быть российской.

Что касается утраты национальных интересов, то сегодня надо констатировать тот факт, что капитал все больше становится транснациональным. В 1917 году, чтобы вывезти капитал, нужно было сделать в чемодане двойное дно и укладывать там деньги, драгоценности, словом, все, что можно вывезти. Сейчас с помощью двух-трех несложных компьютерных операций капитал перетекает из одной страны в другую. Самое главное, чтобы в компании была своя четкая и осмысленная идея. Именно на этом и должен

строиться национальный интерес. Ведь важно, чтобы отечественные товары были конкурентоспособны, а где они созданы — в Китае или в России — потребителю в принципе безразлично. Когда продукт имеет одинаковые потребительские свойства, определяющим фактором становится его цена. Ярким примером у нас некоторое время назад была официально пропагандируемая идея: «пересаживайтесь все на «Жигули», поддержите отечественного производителя». Да, на короткий промежуток времени эту идею можно худо-бедно реализовать, но на длительный срок такой лозунг не будет работать. Потребителя не заставишь покупать «Жигули», руководствуясь национальным интересом.

На первое место выходит соотношение цена-качество продукта. Каждый российский предприниматель должен идентифицировать свою компанию не только на внутреннем рынке, а в первую очередь на международном пространстве. Общемировые процессы интеграции, глобализации, наконец вступления России в ВТО — закономерность и объективная реальность, которую необходимо понимать, формируя свою конкурентную политику.

Другой вопрос — это имеющиеся возможности. Посмотрите, например, на крупные германские нефтехимические концерны. Российским компаниям с ними пока очень сложно конкурировать. Это и более высокий уровень технологий, и финансовых возможностей. Здесь, конечно, очень важную роль играет государственная поддержка тех или иных проектов.

А Вы такую поддержку на себе ощущаете?

К сожалению, нет. Мы работаем в секторе, не обозначенном как национальный проект. Слишком остро пока стоят другие задачи. Но тем не менее на площадках самых разных уровней мы заявляем и лоббируем проблему возрождения российской легкой и текстильной промышленности. Хотя, надо признать, что государство уже поворачивается к нам лицом: к голосу бизнеса все чаще

стали прислушиваться в коридорах власти, уже вышло распоряжение правительства о специальных мерах по поддержанию легкой и текстильной промышленности.

Известно, что успех любой компании во многом определяется личными качествами ее руководителя. Какие из них прежде всего должны быть востребованы сегодня?

Я далеко не образец для подражания, просто стараюсь быть требовательным не только к своим подчиненным, но и, в первую очередь, к себе. Считаю, что необходимо к себе относиться даже более жестко, нежели к другим. Все знают крылатую фразу «начальник не опаздывает, он задерживается». На мой взгляд — абсолютно неправильный принцип. Если ты назначаешь подчиненным совещание на 8 часов утра, то сам должен приехать, минимум, без пяти минут восемь, а лучше еще раньше. Ставя задачу другим, ты сам должен в ее решение вложить максимум, тогда сотрудники это увидят, оценят и поймут, что ты действительно выкладываешься по максимуму. Это очень серьезный социальный аспект. Еще 15 лет назад все были примерно равны. Сегодня чей-то доход составляет всего лишь 500 долларов, а кто-то получает зарплату в 5 миллионов долларов. И если люди при этом видят, что, несмотря на то, что человек зарабатывает в 10, 100, 1000 раз больше, но он при этом и делает гораздо больше, жертвует многим, принимает решения, несет ответственность, рискует, тогда и люди будут понимать и безболезненно признавать тот факт — кто больше вкладывает, тот и больше получает.

Конечно, мне как руководителю, где-то играет на руку, что сотрудники привыкли уже почти 15 лет видеть меня первым лицом компании. С другой стороны, я стараюсь не расслабляться. Я понимаю, что сам должен быть адекватен целям и задачам, которые мы перед собой ставим.

*Беседу провела главный редактор
Т. С. Новашина*

УДК 330.8

Р.А. Фатхутдинов д. э. н., профессор МФПА

КОНЦЕПЦИЯ НОВОЙ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ И КОНКУРЕНЦИЕЙ

Вопросы теории и практики конкуренции традиционно интересовали экономическую науку на протяжении многих веков. Но лишь с 30-х годов прошлого века выход в свет книг Д. Робинсон «Экономическая теория несовершенной конкуренции» и Э. Чемберлина «Теория монополистической конкуренции» положил начало развитию теории конкуренции как системного явления, характерного для рыночной экономики.

Сегодня теория конкуренции получила свое развитие и в России. О подходах к формированию новой концепции теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией — в статье д. э. н., профессора Р.А. Фатхутдинова.

Мнение редакции не во всем совпадает с точкой зрения автора. Однако постановка самой проблемы и ее обсуждение на страницах журнала представляются достаточно важными. По просьбе автора материал печатается в авторской редакции.

1. Особенности существующей теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией

Анализ литературы по данной проблеме позволяет отметить следующие особенности существующей теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией.

1. «Узкий» подход к управлению, редкое применение одновременно и комплексно маркетингового, системного, функционального, воспроизводственного, структурного и других научных подходов.

Вследствие этого факторы конкурентоспособности редко подразделяются на внешние и внутренние, динамичные и статичные, наследственные и приобретенные, ресурсные и качественные и т.д. Не интегрируют-

ся политические, правовые, экономические, технологические, информационные, социальные, организационные, психологические и другие факторы конкурентоспособности (методы конкуренции). Не интегрируются все стадии жизненного цикла объектов, начиная со стратегического маркетинга и заканчивая их утилизацией.

2. Система управления персоналом не ориентирована на инновации и конкурентоспособность.

В управлении не применяются методы принуждения, побуждения и убеждения структурно в зависимости от степени свободы личности (например, для коммерческой фирмы как 5:4:1). Вузы не готовят специалистов по конкурентоспособности. Вся учебная литература по экономике, технике и управлению не ориентирована на конкурентоспособность.

3. *Игнорирование необходимости построения дерева показателей конкурентоспособности объектов, что на практике приводит к нарушению принципа иерархичности систем.*

Например, в литературе можно встретить такое бессистемное возражение: «следует повышать конкурентоспособность, качество, надежность и безотказность техники». Перечисленные четыре показателя относятся к четырем разным уровням дерева показателей конкурентоспособности техники.

4. *Рассмотрение теории конкуренции чаще как ценовую и неценовую конкуренцию между товаропроизводителями, оставляя в тени другие объекты: правовую, налоговую, финансово-кредитную и др. системы, персонал, новшества и т.д.*

5. *«Узкий» подход к понятиям «маркетинг», «конкурентоспособность», «менеджмент», «конкуренция» во времени и пространстве, не подразделяя их на стратегический (на входе), тактический (в процессе) и оперативный (на рынке).*

6. *Рассмотрение новой инновационной экономики как экономики наукоемких отраслей, а не как формирования у руководителей, менеджеров и специалистов совершенно нового системного стратегического мышления на основе интеграции экономических законов (например, закона конкуренции, закона экономии времени с будущим трудом), законов организации, научных подходов, принципов и современных методов. Целью новой инновационной экономики является повышение качества жизни населения на основе сужения поля допуска стратегических показателей повышения конкурентоспособности различных объектов и эффективности народнохозяйственного комплекса.*

Таким образом, по результатам исследований, современная теория управления конкурентоспособностью и конкуренцией только формируется. Вследствие чего конкурентоспособность России продолжает снижаться, в 2006 году по оценке Всемир-

ного экономического форума она занимала 75 место среди 117 стран, по качеству жизни — 105¹.

2. Некоторые авторские термины и понятия

Концепция — система взглядов, законов, принципов, подходов, суждений, ведущий замысел, определенный способ понимания сущности идеи, категории, явления и т.п.

Теория — четко сформулированная концепция, обобщающая результаты исследований и практического опыта в какой-либо отрасли знаний, отражающая закономерности развития природы или общества, правила мышления и действия по достижению какой-либо цели, правила поведения субъекта (объекта) в какой-либо ситуации.

Управление — воздействие субъекта на объект по достижению запланированной цели или изменению состояния объекта. Управление в социально-экономических системах осуществляется по всеобщим (функции по принятию решения по любой общей функции: системный анализ, прогнозирование и т.д.), общим (стратегический маркетинг, планирование и т.д.) и специфическим (разработки, логистика и т.д.) функциям.

Конкурентоспособность — это способность субъекта быть лидером на рынке, управлять своими конкурентными преимуществами, преимуществами управляемого объекта по достижению запланированных целей в соперничестве с конкурентами на конкретном рынке в данное время. Конкурентоспособность может быть *стратегической* (долгосрочной, на входе объекта или системы), *тактической* (краткосрочной, в процессе объекта) или *оперативной* (на рынке, в текущем времени). Конкурентоспособность может прогнозироваться и оцениваться любого субъекта

¹ World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2005-2006. www.palgrave.com.

или объекта в любой форме, имеющего конкурента на глобальном (мировом), национальном или местном рынках. Главными инструментами повышения конкурентоспособности являются всеобщее повышение качества (прежде всего, качества различных процессов, качества принимающего решения) и активизация инновационной деятельности. Целью достижения конкурентоспособности является повышение эффективности управляемых объектов ради обеспечения эффективного воспроизводства народнохозяйственного комплекса, суверенитета страны и качества жизни населения.

Конкуренция — процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами и преимуществами управляемого объекта по стратегической или практической реализации (продаже) объекта либо достижению других целей. По аналогии с конкурентоспособностью конкуренция может быть *стратегической*, *тактической* или *оперативной* (рыночной). Только грамотно организованный процесс конкуренции, соперничества между субъектами (биологическими системами, творческими работниками, спортсменами, учеными, специалистами, рабочими, менеджерами, товаропроизводителями, субъектами Федерации, странами) может обеспечить личную конкурентоспособность и конкурентоспособность управляемого объекта, либо достижение запланированных целей (например, удовлетворение естественных потребностей в животном мире).

Системный подход — методология исследования объекта как главной составляющей системы и его связей с внешней средой.

Социально-экономическая система — это единство управляемого объекта (например, организации) и его связей с внешней средой. Внешняя среда объекта для анализа является первичной (взгляд вовнутрь), так как ее конкурентоспособность служит главным фактором, определяющим

конкурентоспособность объекта. По отношению к внешней среде объект вторичен (взгляд изнутри). Принятое в учебной литературе понятие системы как совокупности взаимосвязанных компонентов методологически ошибочно, так как в этом случае анализ начинается сразу с объекта, внешняя среда становится вторичной, не определяющей перспективы и эффективность нахождения объекта в данной среде. Первичность глобальной системы является одним из важнейших свойств систем.

Системный анализ — это комплексный анализ (диагностика) состояния и тенденций развития внешней среды и внутренней структуры объекта. Этапы системного анализа:

- 1) уточнение или формулирование миссии объекта и анализ его потенциала, возможностей;
- 2) анализ и прогнозирование тенденций развития рынков потребителей;
- 3) анализ и прогнозирование факторов внешней среды (кроме выхода и входа объекта);
- 4) анализ и прогнозирование тенденций развития рынков поставщиков;
- 5) анализ возможных структур и стратегий функционирования и развития объекта. *SWOT-анализ* следует применять как один из методов на каждом этапе системного анализа.

Конкурентное преимущество системы (субъекта, объекта) — это какая-либо эксклюзивная ценность (например, высокая компетентность), которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами. Конкурентные преимущества могут быть внешними и внутренними, доминантными и рецессивными, наследственными и приобретенными, техническими, социально-экономическими, системными или локальными, количественно оцениваемыми или виртуальными, экспертными и т. д.

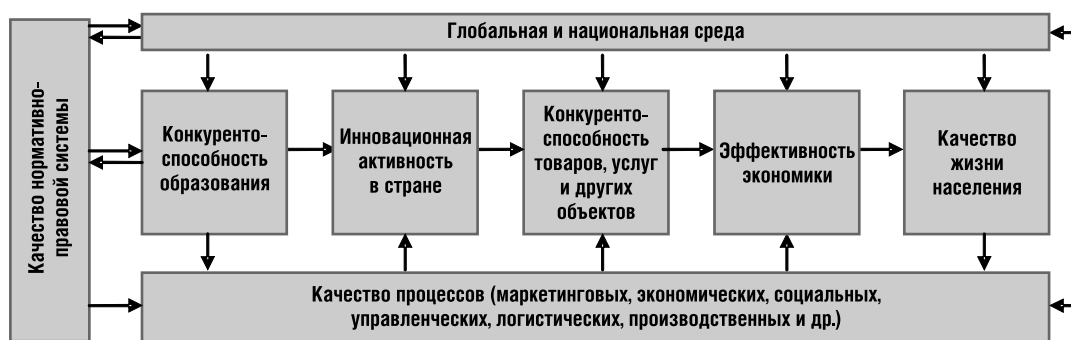


Рис. 1. Система обеспечения качества жизни

Качество — совокупность свойств и характеристик процесса, товара или другого объекта, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

Качество — главный фактор конкурентоспособности. Принятые в зарубежной и отечественной научной литературе рекомендации по: 1) включению показателей ресурсоемкости продукции в состав показателей ее качества; 2) применению к управлению только 8 научных подходов; 3) изучению не совокупности процессов (маркетинговых, инновационных и т.д.), а только производственных; 4) приравнению по важности категорий «качества» и «конкурентоспособность»; 5) акцентированию внимания на контроле не качества входа объекта и процессов, а качества выпускаемой продукции являются методологически ошибочными. Это приводит к огромным потерям ресурсов на бесполезную попытку улучшить часть (качество продукции) без построения и развития целого — системы (конкурентоспособности).

3. Цепочка: качество образования ➔ инновации ➔ конкурентоспособность ➔ эффективность ➔ качество жизни

Одним из компонентов теории управления конкурентоспособностью является интеграционный подход (рис. 1).

В учебной литературе обычно не рассматриваются количественные взаимосвязи качества обучения, инновационной деятельности, конкурентоспособности, эффективности, качества жизни. В большинстве учебников и учебных пособий по экономике, функциональным видам менеджмента, маркетингу слабо освещены взаимосвязи школы, вуза, науки, производства, рыночной сферы, ориентированные на инновации и конкурентоспособность. Взаимосвязи компонентов цепочки «школа — государство» показаны на рис. 2.

Качество подготовки выпускников школ определяется четырьмя основными факторами: 1) эффективностью и качеством внешнего воздействия органов государственной власти, корпоративных структур и бизнеса на законодательное, финансовое, техническое, информационное, методическое, кадровое обеспечение процессов обучения и воспитания школьников; 2) качеством дошкольного воспитания молодежи; 3) наличием необходимых ресурсов для системного развития школ и достойной оплаты труда; 4) качеством подготовки преподавателей для школ в педагогических вузах. При низком качестве обучения и воспитания в школе в последующих звеньях очень трудно будет достигнуть положительных результатов.

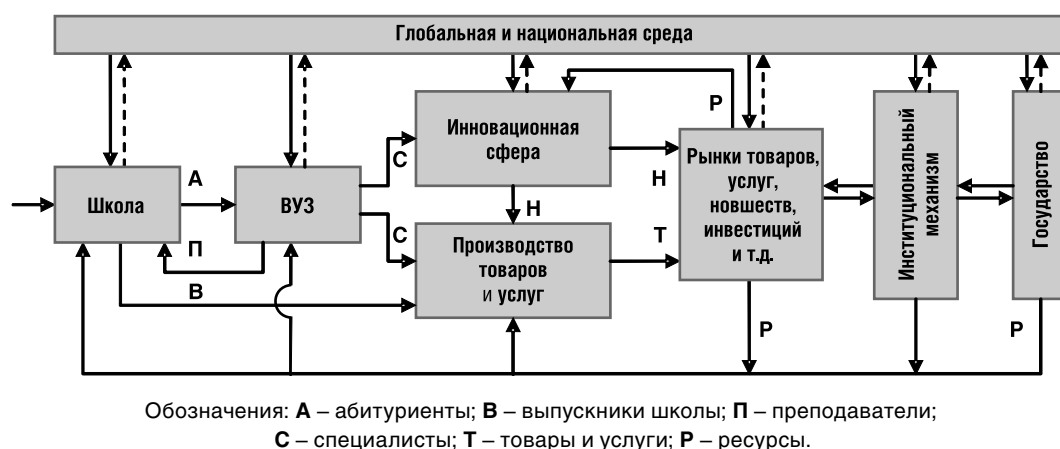


Рис. 2. Взаимосвязи компонентов цепочки «школа – государство»

4. Интеграция объектов по вертикали от персонала до страны

Второй компонент теории реализуется путем интеграции решаемых проблем от персонала до страны при системном анализе, прогнозировании и оценке уровня их конкурентоспособности. Взаимосвязи этих функций по объектам от персонала до страны исследованы в учебнике «Стратегический маркетинг».

5. Обеспечение единства качества и ресурсоемкости объектов

Обеспечение единства качества и ресурсоемкости объектов на всех стадиях их жизненного цикла осуществляется путем рассмотрения совокупности стадий как системы. При этом перед НИОКР была введена новая стадия — стратегический маркетинг, на которой исследуются стратегические параметры рынка, конкурентов и изготовителя, а также осуществляется прогнозирование новых потребностей и разрабатываются нормативы стратегической конкурентоспособности для всех стадий жизненного цикла объекта. При исследовании

какого-либо параметра (качества, ресурсоемкости и т.д.) на конкретной стадии обязательно рассматривается его влияние на последующие стадии. Например, при изменении ресурсоемкости товара в сфере НИОКР прогнозируются изменения параметров его качества и ресурсоемкости на последующих стадиях.

6. Интегрированная система принятия стратегических управленческих решений — МЭТУК

Интеграция экономики, техники и управления, стремление излагать вопросы в этих сферах в виде методик (законов, постановлений, указов, стандартов, инструкций и т.п.) и ориентация их на конкурентоспособность является очевидным условием успешного решения стратегических задач. Ни теоретически, ни практически невозможно обойти подобную интеграцию (если вы стремитесь быть конкурентоспособным). Однако МЭТУК (*методика ➔ экономика + техника + управление ➔ конкурентоспособность*) можно встретить только в редких диссертациях.

Структура и взаимосвязи компонентов системы МЭТУК показана на рис. 3.



Рис. 3. Структура и взаимосвязи компонентов системы МЭТУК

7. Виды конкурентоспособности и конкуренции во времени и пространстве

На рис. 4 представлены виды конкурентоспособности и конкуренции во времени и пространстве.

8. Пирамида субъектов и объектов конкурентоспособности и конкуренции

Рисунок 5 иллюстрирует пирамиду субъектов и объектов конкурентоспособности и конкуренции.

9. Взаимосвязи компонентов новой инновационной экономики

На рис. 6 показаны взаимосвязи компонентов новой инновационной экономики.

К *экономическим законам*, механизм действия которых следует изучать, относятся следующие:

- закон возвышения потребностей человека;
- закон зависимости между предложением и спросом;
- закон возрастания дополнительных затрат;

Сущность указанных законов раскрыта в опубликованных автором настоящей статьи учебниках².

К *законам организации*, впервые сформулированным в 1922 году А.А. Богдановым³, относятся законы: композиции; онтогенеза; пропорциональности; наименьших; синергии; единства анализа и синтеза; самосохранения и развития системы.

К *основным научным подходам*, впервые систематизированным и развитым автором, относятся: системный, логический, воспроизводственно-эволюционный, инновационный, комплексный, глобальный, интеграционный, виртуальный, стандартизационный, маркетинговый, эксклюзивный, функциональный, процессный, структурный, ситуационный (вариантный), нормативный, оптимизационный, директивный, поведенческий, деловой подходы. Эти подходы не дублируют, а дополняют друг друга⁴.

² Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник. 2-е изд. испр. и доп. — М.: ЭКСМО, 2005; Стратегическая конкурентоспособность: Учебник. — М.: Экономика, 2005; Ориентация образования на инновации и конкурентоспособность//Платное образование. 2006.

³ Богданов А.А. Тектология: (Всеобщая организационная наука). В 2-х кн. — М.: Экономика, 1989.

⁴ Сущность этих подходов раскрыта в учебнике автора статьи «Управление конкурентоспособностью организации».

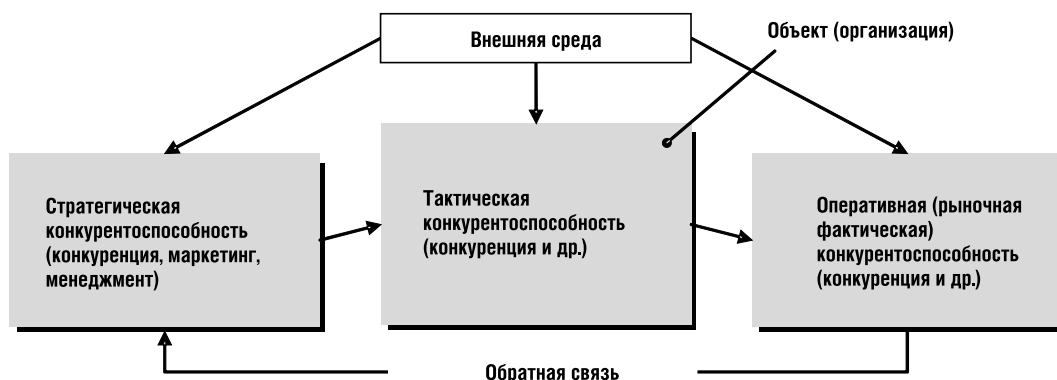


Рис. 4. Виды конкурентоспособности и конкуренции во времени и пространстве

10. Всеобщие, общие и специфические функции управления конкурентоспособностью

В учебной литературе по экономике и управлению рекомендуются различные сочетания упрощенных функций управления субъектами. Например: анализ, прогнозирование, оценка, планирование, организация, координация, контроль, мотивация, регулирование. Или: анализ, планирова-

ние, организация, учет и контроль, мотивация, координация. Подобные перечни функций очень укрупненные, не позволяют сконцентрировать ресурсы и усилия на выполнении конкретных целей и задач. Нами предлагается функции управления подразделять на *всеобщие, общие и специфические* (рис. 7).

Всеобщие функции характеризуют формальный цикл разработки и оформления управленческих решений по каждой (подчеркиваю) общей функции.



Рис. 5. Пирамида субъектов и объектов конкурентоспособности и конкуренции

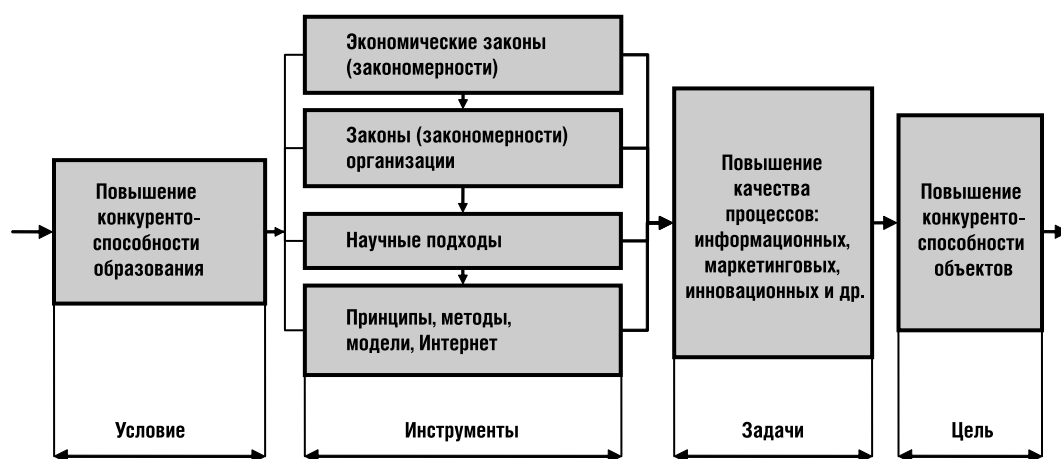


Рис. 6. Взаимосвязи компонентов новой инновационной экономики

К *всеобщим функциям*, обязательным для выполнения по каждой общей функции, относятся:

- организация работ по разработке управленческого решения;
- анализ и синтез проблемы;
- прогнозирование параметров объекта, которые предстоит выполнить (достичь);
- оптимизация и оценка решения;
- оформление управленческого решения по данной общей функции управления.

К *общим функциям*, которые необходимо выполнять по каждой специфической функции, относятся:

- стратегический маркетинг (впервые предлагается нами);
- планирование;
- организация процессов по выполнению планов;
- учет;
- контроль;
- мотивация;
- координация.

Состав *специфических функций*, которые необходимо выполнять для дости-

жения целей субъектом, индивидуально определяется сложностью объекта и организационного цикла его разработки и реализации. Так, для машиностроительного комплекса к специфическим функциям управления (достижением целей) можно отнести следующее: маркетинг, НИОКР, организационно-технологическая подготовка производства, закупочная логистика, метрология, серийное производство, сбытовая логистика, продажа товара, сервис потребителей, обеспечение организа-

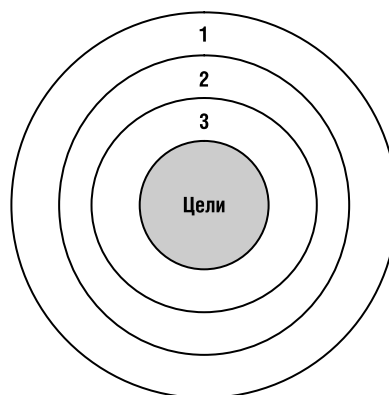


Рис. 7. Взаимосвязи всеобщих (1), общих (2) и специфических (3) функций управления конкурентоспособностью объекта

Сила конкуренции на рынках покупателей	Полиполия	3. Горизонтальная диверсификация	6. Концентрация на целевом рынке	8. Локальная инновационная деятельность	9. Системная инновационная деятельность
	Олигополия	2. Локальная диверсификация	5. Системная интеграция	7. Комплексная диверсификация и интеграция	Вариант встречается редко
	Монополия	1. Адаптация друг к другу	4. Адаптация продавцов к покупателю	Вариант встречается редко	Вариант не встречается
MIN		Монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция	Совершенная конкуренция
Сила конкуренции на рынке продавцов					
MAX					

Рис. 8. Стратегия поведения изготовителя

ционного цикла (нормативно-методологическое, кадровое, информационное, ресурсное обеспечение и т.п.). По каждой специфической функции выполняются все общие функции, а по каждой общей функции — все всеобщие функции управления. Процесс управления очень сложен. Вместе с тем в настоящее время все три группы функций на практике выполняются, но чаще всего бессистемно и непропорционально. Остается низким качество управления на большинстве предприятий (считаю это самым узким местом в теории и практике управления конкурентоспособностью различных объектов).

11. Классификация конкурентных преимуществ различных объектов

В табл. 1 приведена общая классификация конкурентных преимуществ объектов. Более подробная классификация конкурентных преимуществ персонала, товаров, организаций, отраслей, регио-

нов, страны в целом приведена в учебнике «Стратегическая конкурентоспособность».

12. Стратегия поведения изготовителя в зависимости от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей

Стратегию поведения изготовителя в зависимости от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей иллюстрирует рис. 8.

Раскроем авторское толкование понятий, приведенных на рис. 8.

Адаптация — приспособление системы (объекта) или ее отдельных компонентов к изменяющимся условиям.

Диверсификация — расширение ассортимента, изменение вида продукции, освоение новых видов производства с целью более эффективного использования своих конкурентных преимуществ или предотвращения банкротства.

Дифференциация — расчленение, разделение системы (производственной, со-

Таблица 1

ОБЩАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОБЪЕКТОВ

Признак	Вид конкурентных преимуществ
Отношение к системе (организации, стране и т.д.)	Внешние (по отношению к объекту системы). Внутренние (в объектах)
Сфера возникновения преимуществ	Природно-климатические. Социально-политические. Технологические. Культурные. Экономические и др.
Содержание фактора преимущества	Качество товара (услуги). Цена товара. Качество сервиса потребителей товара. Эксплуатационные затраты потребителя. Конкурентоспособность внешней среды
Метод (средство, источник) получения преимущества	По наследству (объективно). Обучение. Инновационная деятельность. Перемещение
Место реализации преимущества	Рабочее место. Организация. Отрасль. Регион. Страна. Мировое сообщество
Пространство и время	Стратегические факторы (на входе объекта, долгосрочные). Тактические (в процессах организации, краткосрочные). Оперативные (на выходе объекта, на рынке, в текущее время)
Вид получаемого эффекта от реализации конкурентного преимущества	Научно-технический. Экологический. Экономический. Социальный. Психологический

циально-экономической) или процесса на более мелкие или самостоятельные компоненты с целью более эффективного использования экономических законов, законов организации, соблюдения научных подходов и принципов управления, предотвращения банкротства.

Интеграция — углубление, усиление взаимодействия, взаимосвязей и сотрудничества субъектов хозяйствования или управления с целью более полного использования каждым субъектом своих эксклюзивных конкурентных преимуществ во благо всех субъектов, получения синергического эффекта.

Инновация — внедрение или применение новшества в любой области деятельности (патенты, лицензии, ноу-хау, новые модели, методы, программы и т.д.) с целью реализации эксклюзивных конкурентных преимуществ и получения какого-либо эффекта.

Концентрация — сужение, сосредоточение деятельности на узком направлении, обладающем устойчивым конкурентным преимуществом.

13. Принципы управления конкурентоспособностью объектов

К указанным принципам относятся следующие:

- применение инструментов новой инновационной экономики (анализ механизмов действия экономических законов и законов организации, соблюдение требований научных подходов и принципов, применение современных методов и моделей);
- ориентация на конкретные рынки и потребности потребителей;
- применение интегрированной системы МЭТУК (методика → экономика + техника + управление → конкурентоспособность);
- ориентация на количественные методы оценки, контроля и оперативного управления конкурентоспособностью;
- экономические и управленческие факторы не должны входить в формулу оценки конкурентоспособности, так как они являются либо следствием, либо условием обеспечения конкурентоспособности;
- конструкция формул (моделей) для оценки конкурентоспособности должна учитывать весомость входящих в них факторов (показателей, аргументов);
- включаемые в формулу факторы преимущественно должны быть удельными и относительными;

• методы оценки конкурентоспособности персонала, товаров, организации, отрасли, региона, страны с учетом перечисленных принципов изложены в учебнике «Управление конкурентоспособностью организации».

14. Методы управления конкурентоспособностью и конкуренцией

Конкуренция как процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами и преимуществами управляемого объекта по достижению определенных целей существует между любыми субъектами как внутри целевой группы (сообщества), так и между субъектами, продающими товары одного назначения, либо пользующимися аналогичными объектами для удовлетворения своих потребностей.

Конкуренция может проходить интуитивно, подсознательно в животном мире за территорию, жилище, пищу, самку, так и сознательно, когда процессом управляет человек при достижении любых своих целей на любых рынках: рынках творческой деятельности, интеллектуальной собственности, спортивных состязаний, образовательных, медицинских и других услуг, потребительских товаров, капитала, инноваций, недвижимости и т.д.

Отсюда вывод: *для каждой группы субъектов и объектов рынка будут свои факторы конкурентоспособности и методы ее достижения, а также свои методы стратегической, тактической или оперативной (рыночной) конкуренции.*

Унификация факторов и методов управления конкурентоспособностью и конкуренцией различных групп объектов методологически ошибочно!

В настоящее время ценовая и неценовая конкуренции являются главными

формальными методами, сопровождающими процесс реализации товара. Кстати, цена товара и его качество (под этим термином часто понимают неценовую конкуренцию) наряду с конкурентоспособностью внешней среды, качеством сервиса потребителей и эксплуатационными затратами на использование товара являются факторами конкурентоспособности товара. Для других субъектов и объектов (персонал, технологии, организация, регион, страна и т.д.) будут совершенно другие факторы конкурентоспособности.

Поскольку конкурентоспособность синтезирует в себе все главные внешние и внутренние параметры объекта рынка (в соответствии со свойством множественности системы мы не можем измерить все ее параметры), то для обеспечения конкурентоспособности объекта (субъекта) необходимо применять все индивидуальные для данной группы объектов (субъектов) методы.

Методы управления конкурентоспособностью и конкуренцией должны быть дифференцированы по объектам с учетом видов конкурентоспособности и конкуренции во времени и пространстве (рис. 4), иерархии субъектов и объектов (рис. 5), функций управления (рис. 7), видов конкурентного преимущества, которые мы стремимся реализовать на рынке (табл. 1). Подобную дифференциацию очень трудно осуществить как методически, так и практически. Однако в условиях ужесточения конкуренции этим следует заниматься.

Высокая стратегическая и тактическая конкурентоспособность объекта (например, товара) совсем не гарантирует достижение ее оперативной (рыночной) конкурентоспособности. Можно иметь прекрасный конкурентоспособный товар, однако, если в данный момент организационно-технический уровень торгового центра, качество сервиса потребителей

не отвечают требованиям конкурентоспособности, продавцы не владеют необходимыми знаниями в области права, маркетинга, психологии, качества товаров и сервиса, организации торговли, то товар не будет продан. Конкурентоспособность не будет реализована, изготовитель не получит доход. Поэтому, например, методы рыночной конкуренции в соответствии с законом пропорциональности по качеству не должны уступать методам обеспечения конкурентоспособности.

Конкурентоспособность объекта (субъекта) определяется прежде всего конкурентоспособностью внешней среды, для организации — это страна и регион. Поэтому, в качестве примера перечислим основные группы методов обеспечения стратегической конкурентоспособности России, организации, товаров, персонала, а также методов оперативной (рыночной) конкуренции по реализации оперативной (рыночной) конкурентоспособности товара.

Стратегическая конкурентоспособность России может быть достигнута в будущем путем разработки и внедрения качественной системы методов в области политики права, маркетинга, образования, инновационной деятельности в стране, экономики, культуры, здравоохранения, социологии психологии и т.д. Для организации, товаров и других объектов эти методы должны конкретизироваться и адаптироваться к конкретным условиям.

В области управления стратегической конкурентоспособностью объектов и стратегических конкурентных условий, акцент должен делаться на применении системного анализа, методов прогнозирования, развитии образования и науки. В области управления тактической конкурентоспособностью акцент должен делаться на повышение качества различных процессов: маркетинговых, инновационных, инвестиционных, логистических, производственных, управленческих, социальных и др.

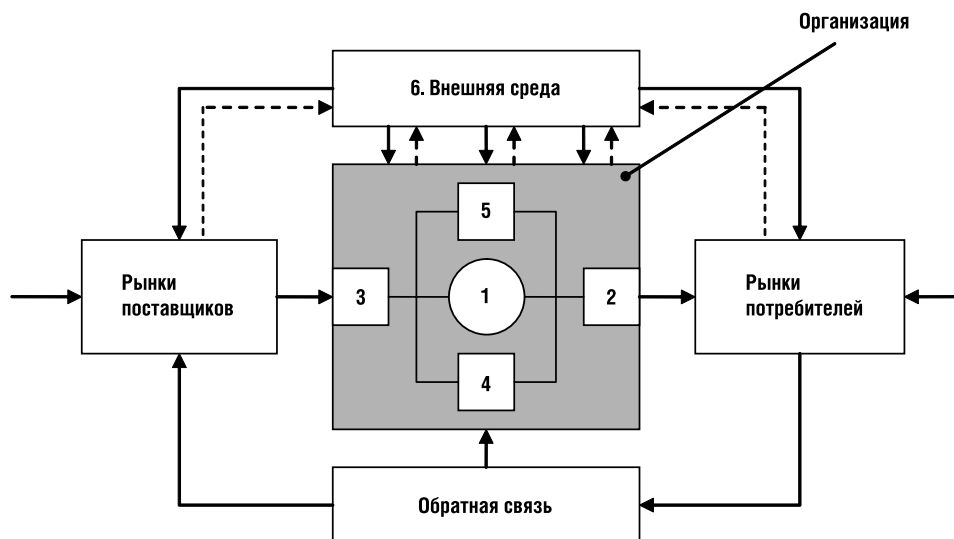


Рис. 9. Структура системы управления конкурентоспособностью организации

На стадиях стратегической и тактической конкуренции маркетологи должны с максимальной точностью прогнозировать условия и факторы оперативной (рыночной) конкуренции.

Задачей оперативной конкуренции в целом является принятие всех возможных усилий по реализации конкурентных преимуществ, продаже конкурентоспособного товара, достижению других целей или удовлетворению определенных потребностей в конкретных условиях. Поэтому на рынке при наличии конкурентоспособного товара должна быть конкурентоспособной еще и система сервиса потребителей (технический уровень, профессионализм персонала, эффективность организации рыночных процессов и т.д.). Конкретные методы (технические, экономические, организационные, психологические и т.д.) оперативной конкуренции определяются параметрами конкурентоспособности конкретного объекта, его сложностью, программой выпуска, условиями продажи, сервиса потребителей, использования. Для нахождения

и формулирования этих методов необходимо выполнять дополнительные исследования.

15. Структура системы управления конкурентоспособностью организации

На рис. 9 представлена структура системы управления конкурентоспособностью организации.

Раскроем содержание данной структуры более подробно:

1 — инструменты новой инновационной экономики;

2 — целевая подсистема: выпуск конкурентоспособного товара, новшеств, состоящая из подцелей: повышение качества, ресурсосбережение, организационно-техническое развитие организации, социальное развитие коллектива, охрана окружающей среды, обеспечение комплексной безопасности;

3 — обеспечивающая подсистема (правовое, нормативно-методическое, ресурсное, информационное, организационное обеспечение);

4 — управляемая подсистема (стратегический маркетинг, инновационная деятельность и т.д.);

5 — управляющая подсистема (управление персоналом, разработка и реализация управленческих решений);

6 — внешняя среда: макро-, мезо-, микросреда организации.

В организационной структуре крупной организации, ориентированной на конкурентоспособность, должны быть должности главного менеджера, главного маркетолога, заместителя генерального директора по логистике, заместителя генерального директора по сервису потребителей, ведущие менеджеры по группам товаров.

Таким образом, автором выносятся на обсуждение концепция новой теории уп-

равления конкурентоспособностью и конкуренцией, разработанная с применением системного, комплексного, маркетингового и других научных подходов. Стержнем этой теории является новая инновационная экономика — экономика знаний, интегрирующая инструменты экономических законов (закономерностей) и законов (закономерностей) организации, научных подходов и принципов, современных методов и моделей. Ни в одном известном автору источнике одновременно не рассматриваются инструменты новой инновационной экономики, нацеленной на уменьшение (сужение) допуска (погрешности) стратегических решений. Систему обучения и принятия решений рекомендуется переводить, наряду с новой инновационной экономикой, на новую интегрированную систему МЭТУК (методика ➡ экономика + техника + управление ➡ конкурентоспособность).

Статья поступила в редакцию 10.10.2006

R. Fatkhutdinov

COMPETITIVENESS AND COMPETITION MANAGEMENT: THE NEW THEORY CONCEPT

The theoretical and practical issues associated with competition have been in the focus of the economic theory for ages. But it was in the 1930-s when Economics of Imperfect Competition by Joan Robinson and Theory of Monopolistic Competition by Edward Chamberlin were published which marked the beginning of the theory of competition as a systemic phenomenon peculiar to any market economy. Today the theory of competition is developing in Russia and in other countries.

УДК 339.137.22

Ю.И. Коробов*д. э. н., профессор, Саратовский государственный
социально-экономический университет*

БАНКОВСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: РОЛЬ, СПЕЦИФИКА, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Функционирование любого рынка немыслимо без конкуренции. Банковский рынок — не исключение. Более того, здесь влияние конкуренции в исторической ретроспективе проявило себя так ярко, как, пожалуй, ни на одном другом. Банковская конкуренция по существу стала важнейшим фактором эволюции сущности банка: от «банка-учреждения» к «банку-предприятию».

Концепция банка как учреждения формируется по существу в период возникновения банковского дела. Наиболее ранними прообразами банков принято считать храмы, служившие в качестве наиболее безопасного хранилища товаров и денег. В Египте подобные операции осуществлялись еще в XXVII — XXVIII веках до н. э., а многочисленные документы из Вавилона и Ассирии (например, сборник законов Хаммурапи XVII в. до н. э.) доказывают, что уже тогда форма хранения средств и ссудные операции регулировались законами, причем за хранение средств закон предписывал взимать плату. Учрежденческая сущность этих квазибанковских институтов не вызывает сомнений.

Но все это была еще не банковская деятельность в полном смысле. Подлинное развитие банковского дела начинается с того момента, когда к функции хранения прибавилось совершение кредитных операций. Первыми профессионалами в области банковского дела можно считать средневековых менял и ростовщиков. Собственно банки как специализированные кредитно-расчетные институты начинают возникать

чуть позже, с XV века — первым «настоящим» банком считается созданный в Генуе в 1407 году Банк Св. Георгия (*Banca di San Giorgio*). Однако долгое время отношения банков с клиентами строились по учрежденческому типу по причине отсутствия или слабости конкуренции.

На первых порах банков существовало немного, рынок был не насыщен и имелась возможность расширения собственного дела без ущемления интересов коллег по цеху. «Банковское дело — профессия, а не ремесло», — гордо говорили английские банкиры. Еще в XIX веке в британских банковских кругах считалось нечестным отбивать друг у друга клиентов. В случае перехода клиента из другого банка по собственному почину, ему не открывался счет без предварительных переговоров с этим банком. А местоположение для новых банков или их филиалов выбиралось с таким расчетом, чтобы они находились вне сферы деятельности уже существующих¹.

¹ См.: Jaffé E. *Das englische Bankwesen*. Leipzig: Duncker & Humblot, 1904. S. 194.

Типичными учреждениями являлись и центральные банки, начавшие выделяться из массы других банков с середины XIX века, что вполне естественно для органов экономического регулирования. Забегая вперед, отметим, что учрежденческая сущность центральных банков не изменилась вплоть до настоящего времени и вряд ли изменится в обозримом будущем.

Концепция банка как учреждения была реализована в условиях банковской системы командно-административного типа, сформировавшейся в XX века в Советском Союзе и других странах социалистической ориентации. Государственная монополия банковского дела, жесткая привязка клиента к банковскому учреждению, централизованное планирование — вот наиболее характерные черты такой банковской системы.

Что же касается стран с рыночной экономикой, то на рубеже XIX и XX веков ситуация здесь начала резко меняться, и для банков началась эпоха конкуренции, «охоты на клиентов». Если раньше клиент сам должен был идти в банк для открытия счета, то теперь банки начали предлагать клиентам (прежде всего предпринимателям) услуги прямо «на дому», соревнуясь в том, кто предложит наиболее выгодные условия. Более того, банки стали вступать в конкуренцию даже по поводу таких сделок, которые в итоге обещали быть убыточными. Тем самым сиюминутная выгода приносилась в жертву во имя достижения стратегических конкурентных преимуществ.

Особую остроту этот процесс приобрел в 60-е годы, когда в странах Западной Европы развернулась конкуренция за частных клиентов, доходы которых существенно возросли. Одним из результатов этого стало возникновение и развитие банковского маркетинга как комплексной системы производства и сбыта банковских услуг, ориентированной на удовлетворение

потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе изучения и прогнозирования рынка.

В новых рыночных условиях на основе концепции банка как учреждения мог строить свою работу только центральный банк, коммерческие же банки просто не могли функционировать по-старому. На смену концепции банка как учреждения в коммерческих банках повсеместно приходит концепция банка как предприятия.

Коммерческий банк перестает быть органом распределения дефицитных ресурсов, он встает в ряд других производителей товаров и услуг. Меняется сам характер работы банка. Одна из основных проблем банков во второй половине XX века — как изменить психологию банковских сотрудников, как научить их быть продавцами банковских услуг. И причина всего этого — банковская конкуренция.

Поэтому внимание, проявляемое в последнее время к вопросам развития конкуренции в банковском секторе экономики, вполне оправдано. Представляется, что проблема банковской конкуренции является одной из важнейших среди теоретических и практических проблем развития банковской системы России.

Помимо всего сказанного, банковская конкуренция обладает и другими существенными особенностями по сравнению с конкуренцией в других секторах экономики. Основные причины этого следующие.

1. Состав субъектов банковской конкуренции. К ним относятся не только банки, как могло бы показаться на первый взгляд, но и небанковские финансово-кредитные институты (инвестиционные компании, страховые компании, кредитные союзы и т.д.), а также нефинансовые предприятия (почта, торговые и промышленные компании, предоставляющие отдельные банковские услуги). Такого гетерогенного состава

ва конкурентов нет ни в одной другой сфере экономики.

2. Сфера банковской конкуренции. Банковский рынок — это не одна отрасль, а очень сложный многоотраслевой конгломерат. Общее количество банковских отраслей и подотраслей совпадает с числом банковских услуг — кредитных, инвестиционных, расчетно-кассовых, трастовых, консультационных и прочих (а это многие десятки). Каждая из этих отраслей имеет свою специфическую структуру, определяемую действующими и потенциальными конкурентами, потребителями услуг, поставщиками ресурсов и производителями услуг-заменителей. В результате современный универсальный коммерческий банк должен разрабатывать не одну конкурентную стратегию, а целый «букет» стратегий.

3. Характер реализуемого продукта. Основными чертами банковских услуг являются неосвязаемость, сложность для восприятия, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость, договорной характер, связь с деньгами, протяженность обслуживания во времени, вторичность удовлетворяемых потребностей. С точки зрения банка, эти черты в целом отрицательны, поскольку в большинстве своем ведут к образованию своеобразных барьеров между банком и клиентами (в основном, психологического плана). В результате банковские услуги априори проигрывают в привлекательности, например материальным благам, а банкам труднее осуществлять продвижение своих продуктов, чем предприятиям сферы материального производства.

4. Высокие риски. В силу присущего банковской деятельности системного риска банковская конкуренция требует самого пристального внимания и регулирования со стороны государства. Обычные последствия конкуренции — банкротство неконкурентоспособных рыночных субъ-

ектов и повышение степени рыночной концентрации — в банковском секторе способны вызвать негативные эффекты, угрожающие стабильности и целостности всей национальной экономики. Поэтому для банковского сектора крайне необходимой является государственная стратегия развития конкуренции.

Поэтому внимание, проявляемое в последнее время к вопросам развития конкуренции в банковском секторе экономики, вполне оправдано. Представляется, что проблема банковской конкуренции является одной из важнейших среди теоретических и практических проблем развития банковской системы России.

Каково же состояние банковской конкуренции в нашей стране? Для его оценки может быть использовано много различных подходов, включая статистические методы, однако в рамках данной статьи ограничимся общей оценкой, а в качестве методологической основы возьмем систему факторов интенсивности конкуренции из модели пяти сил конкуренции М. Портера.

Согласно этой концепции, интенсивность имеющейся конкуренции определяют: число конкурентов; соотношение их сил; темпы роста отрасли; степень дифференциации продукции; уровень издержек конверсии; степень доступности информации; стратегическая значимость отрасли; высота входных барьеров.

1. Число конкурентов. В первые 5-6 лет функционирования рыночной банковской системы наблюдался исключительно интенсивный рост числа коммерческих банков и прочих институтов банковского рынка. К середине 90-х годов было создано более 2,5 тысяч самостоятельных коммерческих банков. И хотя потом их число сократилось более чем на 1 тысячу, сегодня оно все же достаточно велико.

Помимо этого, для нашей страны была характерна тенденция активного внедрения на банковский рынок небанковских институтов. Побудительными мотивами для этого являлись достаточно высокая прибыльность банковской деятельности, а также имеющая место нерасторопность банков в обслуживании клиентов (в осуществлении расчетов, операций с ценными бумагами, оказании трастовых услуг и др.). Особенно активно этот процесс шел в середине 90-х годов, чему способствовали высокий уровень инфляции, развертывание рынка ценных бумаг на волне приватизации государственной собственности и неотработанность законодательства в финансовой сфере. Однако и сегодня небанковские учреждения — инвестиционные институты, страховые компании, расчетно-клиринговые организации и т.д. — играют заметную роль в предоставлении финансовых услуг физическим и юридическим лицам.

Большое число конкурентов должно позитивно влиять на интенсивность банковской конкуренции в России, однако это влияние в значительной мере компенсируется неравномерностью территориального распределения субъектов банковского рынка. В России сформировался ярко выраженный финансовый центр — Москва, где сосредоточена примерно половина всех кредитных организаций.

«Минусом» с точки зрения развития конкуренции является и локальный характер банковских рынков. Поскольку большинство банков (особенно в провинции) имеют ярко выраженную региональную ориентацию и не имеют развитой филиальной сети в «чужих» регионах, конкуренция на каждом отдельно взятом региональном (городском, областном, краевом и т.п.) рынке разворачивается почти исключительно между местными банками. Тем самым банковский рынок страны оказывается разбит на множество относительно обособленных локальных рынков.

2. Соотношение сил конкурентов. Ситуация в России характеризуется концентрацией активов у крупнейших банков. Сегодня у пяти крупнейших банков сосредоточена почти половина всех активов банковской системы. Особое место среди этой пятерки занимает Сбербанк. Сложившееся в России значительное неравенство сил конкурентов снижает интенсивность банковской конкуренции, открывает возможности для олигополистического сговора, ограничения конкуренции и монополизации рынка.

3. Темпы роста отрасли. При быстром росте отрасли (а банковское дело, как было указано выше, представляет собой совокупность отраслей) спрос постоянно опережает предложение, что делает возможным фирмам получать прибыль, не ущемляя интересы конкурентов. При замедлении роста или спаде конкуренция (при прочих равных условиях) усиливается. Как показывает статистика, по кредитам и прочим размещенным средствам, предоставленным нефинансовым предприятиям и организациям-резидентам, а также по депозитам и прочим привлеченным средствам физических лиц на протяжении последних пяти лет наблюдается рост как в абсолютном исчислении, так и в процентном отношении к ВВП. Это позволяет в целом характеризовать банковское дело как совокупность отраслей с умеренными темпами роста. По мере их замедления конкуренция будет усиливаться.

4. Степень дифференциации предлагаемых услуг. Дифференциация представляет собой индивидуализацию продуктов и услуг, придание им характеристик, отличающих от аналогичных продуктов и услуг других фирм. Дифференциация означает, что «старые» производители располагают известностью своей торговой марки и покупательскими предпочтениями («лояльностью покупателей»), возникшими на основе про-

водившейся ранее рекламы, совершенствования сервиса, отличительных черт их товара или просто из того факта, что они были первыми в отрасли. Чем меньше услуги конкурентов отличаются друг от друга, тем больше интенсивность конкуренции. Высокая степень дифференциации ставит конкурентов в своего рода «неравное положение», т.е. действует аналогично фактору неравенства сил конкурентов.

Традиционно банковское дело считается сферой экономики с высоким уровнем дифференциации. Многие клиенты предпочитают обслуживание в более известном банке обслуживанию в менее известном, порой отождествляя известность и престиж с надежностью. Особенно это характерно для рынка услуг для физических лиц, что подтверждают данные социологических опросов. Эффект дифференциации объясняет и феномен Сбербанка, сосредотачивающего у себя львиную долю вкладов населения.

5. Уровень издержек конверсии. Издержки конверсии — это затраты производителей, связанные с изменениями ассортимента выпускаемой продукции и целевой группы потребителей. Сюда могут входить расходы на переподготовку сотрудников, новое дополнительное оборудование, испытания и освоение этого оборудования, издержки по дизайну продукта и, в конце концов, психические издержки в связи с разрывом сложившихся деловых отношений с прежними поставщиками и потребителями. Низкие издержки конверсии позволяют компаниям «уходить» от конкуренции, быстро перестраивая свое производство, тем самым ослабляя накал конкурентной борьбы. Чем эти издержки больше, тем больше интенсивность конкуренции в отрасли.

Изменения ассортимента банковских услуг влекут за собой прежде всего необходимость переподготовки персонала.

Однако, учитывая масштабы банковских оборотов, уровень связанных с этим затрат следует оценить как относительно низкий.

Это же относится и к возможным расходам на внедрение новых банковских технологий — затраты по переходу на новое программное обеспечение в коммерческом банке несравненно меньше, чем, скажем, затраты на установку новой технологической линии во многих промышленных производствах. Исключение составляют отрасли с широким использованием средств автоматизации и дорогостоящих телекоммуникаций (инвестиционное посредничество, расчетно-кассовое обслуживание, выпуск и обслуживание пластиковых карт, валютное обслуживание) и относительно более высокой фондоемкостью (хранение, охрана и транспортировка ценностей). В целом, на наш взгляд, уровень издержек конверсии в большинстве банковских отраслей не оказывает сдерживающего воздействия на конкуренцию.

6. Степень доступности информации для производителей. Чем доступнее информация, тем, при прочих равных условиях, более интенсивное соперничество разворачивается между действующими конкурентами. В условиях недостаточно развитой инфраструктуры российского рынка вообще и информационной инфраструктуры в частности информационная транспарентность банковского рынка пока недостаточна, что негативно сказывается на интенсивности конкуренции. Однако это явление временное. Есть, как минимум, два фактора, способные уже в ближайшее время изменить ситуацию: 1) бурное развитие информационных технологий, включая (уже!) зачатки интернет-банкинга; 2) проводимая Центральным банком РФ линия на создание системы мониторинга рынка банковских услуг (Информаци-

онный пул Банка России). Есть определенные достижения и в регионах. Ярким примером этого может служить создание по инициативе ГУ ЦБ РФ по Саратовской области сайта «Банки Саратова» (<http://www.banki.saratova.ru>).

7. *Стратегическая значимость отрасли.* Чем сильнее стратегические интересы конкурентов в той или иной отрасли, тем больше интенсивность конкуренции. Банковское дело в целом и составляющие его отрасли имеют несомненное стратегическое значение, что должно в перспективе обеспечить высокую интенсивность конкуренции в этом секторе экономики.

8. *Высота выходных барьеров.* Выходные барьеры — это препятствия для попыток фирм, действующих на рынке, уйти с него, они могут иметь не только экономический, но и социально-политический, и даже эмоциональный характер. Но независимо от природы этих препятствий, чем сложнее выход из отрасли, тем интенсивнее будет конкуренция внутри нее.

Из всех возможных выходных барьеров в банковском деле более или менее реально существуют лишь некоторые, причем неэкономические. К тому же большая их часть не является достаточно высокой (личные амбиции менеджеров, противодействие учредителей и клиентов). Пожалуй, наиболее существенным выходным барьером могло бы быть противодействие органов государственного управления. Крупнейшие банки во многих странах находятся под своеобразным «патронажем» правительства, которое стремится оказывать им финансовую поддержку в периоды затруднений. Американские экономисты о таких банках говорят, что они «слишком велики, чтобы разориться» (*too large to fall*). Однако в ходе банковского кризиса в России пострадали и некоторые крупные банки, так что в це-

лом представляется, что выходные барьеры не являются существенным фактором усиления конкуренции на российском банковском рынке.

В целом, можно констатировать, что банковская конкуренция в России уже развивается, хотя этот процесс по-разному протекает в различных регионах. Проявлений этого как минимум три.

1. *Расширение ассортимента банковских услуг.* Российскими банками к настоящему времени освоены практически все основные виды банковских услуг. Достаточно активно идет работа по совершенствованию текущего ассортимента услуг, их видоизменению, внедрению новых услуг.

2. *Рост интереса со стороны банков к рекламе и маркетингу.* Хотя сегодня банковской (и вообще финансовой) рекламы не так много, как в период всплеска середины 90-х годов, многие банки активно и творчески занимаются рекламной деятельностью. Изменился и сам характер рекламы: если 5-7 лет назад преобладала (особенно в регионах) реклама банковских услуг, носившая информационный характер, то сегодня акцент сместился в сторону рекламы банка как такового, носящей ярко выраженный имиджевый характер. Это свидетельствует об определенной зрелости банковской рекламы. Также следует отметить, что подразделения, занимающиеся рекламой, анализом рынка и другими видами маркетинговой деятельности, постепенно занимают все более прочное место в организационной структуре российских банков.

3. *Развитие банковского стратегического планирования.* Анализ эволюции стратегий и политики российских коммерческих банков показывает, что налицо постепенное повышение внимания российских банков к стратегическому планированию. На сегодня в России можно найти примеры использования практически всех основ-

ных типов банковских стратегий: и стратегии низких издержек, и стратегии дифференциации, и даже стратегии фокусирования.

Думается, в перспективе следует ожидать усиления конкуренции на российских банковских рынках. Факторами этого видятся следующие.

1. Стабилизация положения коммерческих банков. Этот процесс будет идти по мере выхода страны из экономического и финансового кризиса, а также в связи с реструктуризацией банковской системы и, не в последнюю очередь, накопления опыта ведущими банками.

2. Рост благосостояния и экономической культуры населения. Повышение уровня доходов населения, как показывает мировой опыт, должно превратить население в одну из наиболее привлекательных групп банковских клиентов, что усилит борьбу на рынке банковских услуг потребительского плана. Рост экономической культуры приведет к тому, что клиенты будут становиться все более разборчивыми в выборе банка для обслуживания, обеспечивая стимулы для соперничества кредитных институтов.

3. Глобализация банковской конкуренции. Банковские рынки стран Запада уже

насыщены, и это подталкивает их к выходу за национальные границы. В связи с этим представляется, что проникновение на российский рынок зарубежных финансово-кредитных институтов будет усиливаться.

4. Развитие технологий передачи информации. Компьютеризация и «интернетизация» экономики способны в корне изменить ситуацию на банковском рынке. В условиях единой информационной среды утрачивает значение фактор неравномерности территориального распределения кредитных учреждений, размываются границы локальных рынков, происходят существенные изменения в характере самих банковских услуг. Интернет в обозримом будущем — пожалуй, наиболее важный фактор банковской конкуренции, способный просто революционизировать банковские рынки.

Итак, развитие банковской конкуренции в России — уже свершившийся факт. Не вызывает сомнения, что значение ее в обозримом будущем многократно усилится. Все это делает банковскую конкуренцию одним из важных и перспективных объектов научных исследований.

Статья поступила в редакцию 21.09.2006

Yu. Korobov

COMPETITION IN THE BANKING SECTOR: ITS ROLE, SPECIAL FEATURES AND DEVELOPMENT PROSPECTS

A market cannot operate without competition, and the banking services market is not an exception to the rule. What is more, if we take a retrospective glance, the competition influence is more noticed on this particular market than on any other. The competition on this market became one of the most important factors in the evolutionary development of a banking enterprise from a banking office.

УДК 339.137.2

С.Р. Моисеев*к. э. н., доцент, директор Центра экономических исследований МФПА,
зав. кафедрой «Банковское дело» МФПА*

РЕАЛИИ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИЙСКОМ БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

В настоящей статье автор анализирует банковскую конкуренцию в России на основе современного непараметрического метода исследования. Опираясь, в частности, на модель H -statistic для оценки конкурентной среды более 800 банков, на которые приходится 98 % рынка. Эконометрический анализ показывает, что при значительном числе участников рынка, конкуренция в российском банковском секторе ниже, чем во всех остальных странах Центральной и Восточной Европы.

Существует ли в России банковская конкуренция?

Конкуренция занимает немаловажное место в эволюции банковского сектора. В «Стратегии развития банковского сектора РФ на период до 2008 года», принятой Правительством РФ и Банком России, основными задачами названы повышение конкурентоспособности отечественных банков и развитие конкурентной среды. Более того, власти рассчитывают на эффективное позиционирование российского банковского сектора на международных финансовых рынках в 2009-2015 годах.

Какова конкурентная среда в России на сегодня? Ни один аналитический отчет не в состоянии дать однозначного ответа на этот вопрос. В «Отчете о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2005 году», подготовленном Банком России с использованием материалов Центра развития, говорится, что главной тенденцией развития банковского сектора в настоящее время является повышение уровня конку-

ренции практически по всем направлениям банковской деятельности. В качестве примера приводится рынок депозитов физических лиц, передел которого возобновился после принятия закона «О страховании вкладов физических лиц в банках РФ».

Однако коэффициенты концентрации (например, доля рынка или коэффициент Херфиндаля-Хиршмана), которые привычно используется в качестве показателя конкурентной среды, нельзя считать полноценными индикаторами конкуренции. Более того, за рубежом коэффициенты концентрации многие исследователи считают анахронизмом, поскольку они не отражают реальную ситуацию на рынке и слабо коррелируют с конкурентным поведением банков.

«Структурные» подходы для оценки банковской конкуренции

В литературе, посвященной банковскому делу, выделяются два класса моделей, позволяющих анализировать конкурентную структуру (конкурентную сре-

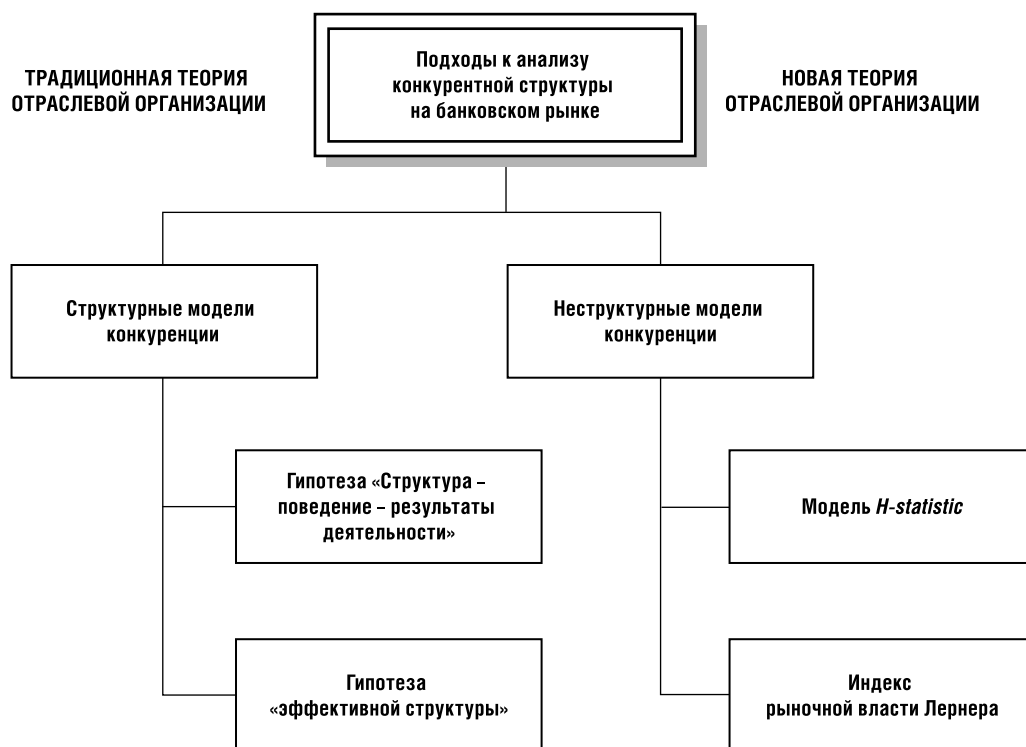


Рис. 1. Классификация подходов к анализу банковской конкуренции

ду, *competitive structure*) банковского рынка¹: структурные и неструктурные модели (*structural and non-structural models*) (рис. 1). Традиционная теория отраслевой организации опирается на структурные модели. Среди них выделяются гипотеза

¹ Авторы монографии «Европейское банковское дело: эффективность, технология и рост» (*Goddard J., Molyneux P. and Wilson J. European Banking: Efficiency, Technology and Growth. — London: John Wiley and Sons, 2001.*) определяют структуру рынка (*structure of a market*) как набор показателей, куда входят число игроков в секторе или отрасли, величина фирм, степень дифференциации продукции и размер барьера входа на рынок. На наш взгляд, список может быть расширен и пересмотрен в зависимости от целей анализа. Под структурой рынка следует понимать совокупность количественных характеристик, позволяющих оценить условия входа и выхода с рынка, взаимодействие между конкурентами, а также между фирмами и потребителями, риски и продуктовый ряд, клиентские группы.

«структура — поведение — результаты деятельности» (*Structure-Conduct-Performance, SCP*) и противоположная ей гипотеза «эффективной структуры» (*Efficient Structure, ES*). *SCP*-гипотеза была предложена в начале 50-х годов профессорами гарвардской школы Эдвардом Мейсоном и Джо-ем Бейном² и впоследствии получила название «Гарвардская парадигма». В рамках *SCP*-гипотезы конкурентная структура рынка определяется исходя из характеристик отрасли, которые оказывают устойчивое влияние на поведение и функционирование экономических агентов. Конкурентная структура рынка может быть измерена с помощью таких различных показателей, как доля рынка, число участников рынка,

² Bain J. *Relation of Profit Rate to Industry Concentration*//*Quarterly Journal of Economics*. 1951. № 65. P. 293-324.

коэффициенты концентрации, индексы энтропии, коэффициенты Джинни.

SCP-гипотеза предполагает, что концентрация в банковском секторе приводит к сосредоточению в одних руках рыночной власти, позволяющей получать монополистическую прибыль за счет заниженных процентных ставок по депозитам и завышенных ставок по кредитам. Таким образом, конкурентная структура рынка определяет финансовые результаты деятельности банков. *SCP*-гипотеза длительное время доминировала в экономических исследованиях. Хотя она была сформулирована в 50-х годах прошлого столетия, ее основа была заложена еще до Второй мировой войны в ходе анализа промышленных отраслей, имеющих высокие постоянные издержки, где действуют несколько игроков и ограничен вход на рынок новых участников. В подобных условиях увеличение концентрации рыночной власти ведет к повышению цен на продукцию и появлению монополистической прибыли. При небольшом числе участников рынка и ограничениях на новых игроков легче сговориться, чтобы получать завышенные финансовые результаты деятельности.

Противоположностью *SCP*-гипотезы выступает *ES*-гипотеза, которая основана на предположении, что высокая концентрация, цены и прибыль являются следствием большей производственной и управленческой эффективности. Чем эффективнее участник, тем выше его доля рынка и лучше результаты деятельности. *ES*-гипотеза была выдвинута Гарольдом Демсецем, профессором Калифорнийского университета, в 1971 году³ и нашла некоторое подтверждение на американском банковском рынке. По крайней мере, гипотеза лучше объясняет вариацию прибыли среди банков, нежели это делает *SCP*-гипотеза. В Европе, напротив, некоторые исследователи поддержива-

ют *SCP*-гипотезу⁴. Вполне возможно, что в Европе, конкурентная структура рынка имеет большее влияние на поведение банков, чем в США. Хотя ранние исследования подтверждали *SCP*-гипотезу, современные работы все меньше находят эмпирических свидетельств в ее пользу. Однако и *ES*-гипотеза не может выступить ее полноценной заменой. Обе гипотезы способны объяснить не более 20 % вариации прибыли среди банков.

Альтернативный взгляд на банковскую конкуренцию предлагают неструктурные модели теории отраслевой организации. Он базируется на анализе стратегических реакций в рамках олигополии. Теоретические модели олигополий предполагают, что крупнейшие игроки на высоко концентрированном рынке могут длительное время соперничать друг с другом, стремясь предугадать стратегические шаги, сделанные конкурентами. В подобных моделях конкурентная окружающая среда определяется не структурой рынка, а стратегическими реакциями игроков. Ярким примером неструктурной модели является «теория конкурентоспособных рынков» (*Contestable Markets Theory*), предложенная в 1982 году Уильямом Бомолем⁵. По выражению ее автора, конкурентоспособный рынок — это ситуация, в которой «доступ на рынок совершенно свободный, а выход совершенно бесплатный». На конкурентоспособном рынке поведение игроков определяется условиями входа на

³ Demsetz H. *Information and efficiency: Another viewpoint*// *Journal of Law and Economics*. 1973. № 10. P. 1-22.

⁴ Berger A. *The Profit-Structure Relationship in Banking — Tests of Market-Power and Efficient-Structure Hypotheses*// *Journal of Money, Credit, and Banking*. 1995. № 27. P. 404-415; Goddard J., Wilson J. and Molyneux P. *European Banking: Efficiency, Technology and Growth*. — London: John Wiley, 2001.

⁵ Baumol W. *Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure*// *American Economic Review*. 1982. № 72. P. 1-15. Baumol W., Panzar J. and Willig R. *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*. — San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1982. В русскоязычной литературе термин «*Contestable Markets*» иногда переводят как «соревновательные рынки». См.: Экономическая теория/Под ред. Дж. Итуэлла и др. — М.: Инфра-М, 2004. С. 590.

рынок и выхода из него — так называемыми безвозвратными издержками (*sunk costs*). При низких или даже нулевых безвозвратных издержках новые игроки будут стремиться войти на рынок, как только на нем появляется возможность заработать повышенную прибыль. Даже нестабильная прибыль не упускается перспективными «новичками», если они могут выйти на рынок и получить доход прежде, чем цены изменятся, а затем уйти без издержек, если ситуация для них станет благоприятной. Конкурентная структура в таком случае не может быть охарактеризована с помощью классических показателей структурных моделей (например, доли рынка).

Какие факторы определяют конкурентоспособность банковского рынка? В 2004 году на совместной конференции Всемирного банка и Федерального резервного банка Кливленда (США) были представлены результаты анализа ситуации в 50 странах. В качестве факторов, влияющих на конкурентоспособность банковского сектора, рассматривались такие разнообразные экономические характеристики стран, как присутствие иностранных банков, ограничения на финансовые конгломераты, условия входа на банковский рынок, рыночная структура, конкуренция с небанковскими финансовыми организациями, совокупные макроэкономические условия и общее развитие страны. Оказалось, что конкуренция положительно связана с доступом на внутренний рынок иностранных банков и отрицательно связана с ограничениями входа на рынок и некоторыми ограничениями на банковские операции. Одним из наиболее интересных выводов, полученных в ходе исследования, является наличие *положительной* связи конкуренции с рыночной концентрацией и *отрицательной* связи с числом банков на рынке⁶.

⁶ Claessens S. and Laeven L. What Drives Bank Competition? Some International Evidence//*Journal of Money, Credit, and Banking*. 2004. №36. P. 563-583.

«Неструктурные модели» банковской конкуренции

Неструктурные модели позволяют анализировать конкуренцию на основании ценообразования участников рынка. Большая часть из них основывается на оценке монополистической власти, предложенной Аббой Лернером в 1934 году⁷. В частности, неструктурные модели опираются на статическую теорию равновесного рынка, на котором фирмы придерживаются ценообразования по издержкам (*mark-up pricing*). В эмпирическом анализе наибольшую популярность получила модель Дж. Панзара и Дж. Росса, разработанная в 1987 году⁸, так называемая *H-statistic*, которая предполагает, что банки придерживаются различных стратегий ценообразования при изменении рыночной конъюнктуры. Посредством *H-statistic* оценивается, в какой мере изменение стоимости факторов производства ведет к изменению доходов фирмы. Чем выше эластичность доходов по издержкам, тем более конкурентоспособным считается рынок.

Экономическая интерпретация *H-statistic* выглядит следующим образом. Если рынок функционирует в условиях монополии, *H-statistic* отрицательна или равна нулю. Происходит это по той причине, что доход монополиста реагирует в обратном направлении в ответ на изменение цен на факторы производства. *H-statistic* может быть также отрицательна, когда на рынке складывается краткосрочная олигополия. *H-statistic* равна единице, когда рыночная структура характеризуется как совершенно конкурентоспособная. На конкурентоспособном рынке изменение стоимости всех факторов производства увеличивает как маржинальные, так и сред-

⁷ Lerner A. *The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power*//*Review of Economic Studies*. 1934. №1. P. 157-175.

⁸ Panzar J. and Rosse J. Testing for 'Monopoly' Equilibrium//*Journal of Industrial Economics*. 1987. №35. P. 43-456.

Таблица 1

**Полный обзор международных исследований банковской конкуренции
с использованием модели H-statistics (2004-2006 гг.)**

Авторы	Год исследования	Страна	Период наблюдения	Выводы
Boutillier M, Gaudin J. and Grandperrin S.	2004	Европейский союз	1993-2000	Монополистическая конкуренция превалирует в странах Европы
Jiang G., Wong J., Tang N. and Sze A.	2004	Гонконг	1992-2002	Совершенная конкуренция
Claessens S. and Laeven L.	2004	Страны Латинской Америки	1994-2001	Монополистическая конкуренция, которая ближе к совершенной конкуренции, чем в Европе и США
Koutsomanoli-Fillipaki N. and Staikouras C.	2004	Европейский союз	1991-2000	Монополистическая конкуренция превалирует в странах Европы
Weill L.	2004	12 стран Европейского союза	1994-1999	Монополистическая конкуренция, снижающаяся в течение периода наблюдения
Mamatzakis E., Staikouras C. and Koutsomanoli-Fillipaki N.	2004	Юго-Восточная Европа	1998-2002	Монополистическая конкуренция
Yildirim S. and Phillopotos G.	2002, 2004	15 стран Центральной и Восточной Европы	1993-2000	Банковские рынки могут быть характеризованы как монополистическая конкуренция, кроме Македонии и Словакии; крупные банки действуют в относительно более конкурентоспособной среде по сравнению с маленькими банками; конкуренция на местных рынках ниже по сравнению с национальными и международными рынками
Drakos K. and Konstantinou P.	2005	Восточная Европа	1992-2000	Монополистическая конкуренция
Mkrtchyan E.	2005	Армения	1998-2002	Монополистическая конкуренция
Hauner D. and Peiris Sh., Buchs T. and Mathisen J.	2005	Страны Африки: Гана, Кения, Нигерия, ЮАР, Уганда, Мозамбик, Танзания, Замбия	1994-2001	Монополистическая конкуренция превалирует, наиболее конкурентная среда наблюдается в ЮАР (H-statistic равна 0,85), наименее конкурентная — в Уганде (0,49); за десятилетие конкуренция значительно возросла и сопровождалась повышением эффективности; средние, большие и иностранные банки стали эффективнее, в то время как маленькие банки стали менее эффективными, столкнувшись с конкурентным давлением

Продолжение таблицы 1

Авторы	Год исследования	Страна	Период наблюдения	Выводы
Casu B. and Girardone G.	2005	15 стран Европейского союза	1997-2003	Монополистическая конкуренция
Lee S. and Lee J.	2005	Южная Корея	1992-2002	Снижающийся во времени уровень монополистической конкуренции
Prasad A. and Ghosh S.	2005	Индия	1996-2004	Индийская банковская система работает в конкурентных условиях и получает доходы словно в среде монополистической конкуренции
Yildirim S. and Phillopotos G.	2005	11 стран Латинской Америки	1993-2000	Монополистическая конкуренция
Koutsomanoli-Fillipaki N. and Staikouras C.	2005	Сопоставление 10 и 15 стран Европейского союза	1998-2002	Монополистическая конкуренция
Al-Muharrami S., Mathews K. and Khabari Y.	2006	Страны Персидского залива	1993-2002	Монополистическая конкуренция в Бахрейне, Катаре, монополия Омане, совершенная конкуренция в Кувейте, Саудовской Аравии и ОАЭ
Gunalp B. and Celik T.	2006	Турция	1990-2000	Монополистическая конкуренция
Bikker J., Spierdijk L. and Finnie P.	2006	Более 18000 банков в 101 стране за 16 лет наблюдений	1987-2005	При модифицированной спецификации <i>H-statistics</i> гипотеза о монополии не может быть отклонена в 28 % стран (против 0 % по традиционной спецификации <i>H-statistics</i>), гипотеза совершенной конкуренции не может быть отклонена в 38 % случаев (против 20-30 %)

ние издержки в той же самой пропорции, что и стоимость факторов производства без изменения выпуска продукции. Чтобы выдержать ужесточение рыночных условий банки будут увеличивать цены на свои услуги, пока они не покроют рост издержек. В течение периода ценовой адаптации неэффективные банки могут быть приобретены эффективными банками или уйти с рынка вообще. Сокращение числа банков увеличивает спрос на услуги оставшихся участников рынка и ведет к повышению цен на их продукты и доход в

той же пропорции, что и изменение издержек. Наконец, третий случай, когда *H-statistic* находится в диапазоне между нулем и единицей, свойственен монополистической конкуренции. Монополистическая конкуренция означает, что каждый банк обладает кругом постоянных клиентов и характеризуется линейной функцией реакции на изменение процентной политики и цен на услуги других банков. Хотя банки ведут себя подобно монополистам, низкие безвозвратные издержки и возможный приход банков с неконкуренто-

способными продуктами заставляет конкурентоспособные банки придерживаться цен, обнуляющих их прибыль. Значение *H-statistic* находится между нулем и единицей, поскольку доходы банков изменяются непропорционально стоимости факторов производства.

Модель *H-statistic* активно используется в эмпирических исследованиях, поскольку она обладает рядом достоинств с прикладной точки зрения. Во-первых, для анализа не требуется массив малодоступных данных о ценах на услуги всех банков в секторе. Во-вторых, не нужны структурные уравнения, характеризующие производственную функцию банка, — достаточно модели сокращенной формы. В-третьих, уравнение *H-statistic* может быть дополнено переменными, позволяющими оценить различия между группами банков (например, коммерческие и сберегательные банки, крупные и мелкие, местные и иностранные, государственные и частные и т.д.). Модель *H-statistic* рассматривает банки как фирмы, которые «производят» кредиты и другие доходные активы и потребляют депозиты и другие источники ресурсов. Предполагается, что за исключением случая монополии банковский сектор находится в состоянии долгосрочного равновесия. Банки рассматриваются как максимизирующие прибыль фирмы, конкурирующие за потребителей и способные вступать во взаимодействие при принятии производственных и ценовых решений.

Недостаток *H-statistic* состоит в том, что она подлежит описанной интерпретации только в том случае, если рынок находится в состоянии долгосрочного равновесия. Другое ограничение *H-statistic* состоит в том, что, хотя теоретически при некоторых дополнительных предпосылках модель может быть применена для анализа различных сегментов банковского рынка, эмпирически это не всегда осуществимо. Для эконометрического анализа необходимо иметь информацию о ценах труда и прочих факторов производства, которые использовались на каждом направлении банковской деятельности. Однако доступные данные о

ценах факторов обычно не позволяют сделать такого разграничения, по этой причине модель применяется для оценивания конкуренции в банковском секторе в целом.

Обзор исследований конкурентной структуры банковского сектора

В табл. 1 сведены результаты международных исследований банковской конкуренции за три последних года. В целом, можно констатировать, что в долгосрочном периоде поведение банков не может быть characterized как монополия или совершенная конкуренция. Чаще всего, в развитых и развивающихся странах, а также государствах с переходной экономикой встречается монополистическая конкуренция. Случаи совершенной конкуренции и монополии встречаются крайне редко и носят локальный и временный характер. Монополистическая конкуренция, как правило, действует в среде крупных банков, для мелких банков характерна монополия. Банковская конкуренция возрастает по мере глобализации рынка. Меньше всего конкурентное давление проявляется на местных рынках, на общенациональном уровне оно возрастает и достигает своего максимума на международном рынке, где соревнуются транснациональные банки-гиганты.

Постепенное накопление статистических данных о деятельности банков на микроуровне делает возможным применение эконометрических методов для изучения структуры банковского рынка в России. По состоянию на начало 2007 года нам известно только два исследования, посвященных анализу российского банковского сектора с помощью методов теории отраслевой организации. Причем, оба основаны на структурных моделях конкуренции.

Авторами первой работы, вышедшей в 2000 году в Исследовательском институте менеджмента Эрасмуса (*Erasmus Research*

Таблица 2

Интенсивность конкуренции на российском банковском рынке

Группы банков	Рынок кредитов предприятиям	Рынок депозитов частным лицам	Рынок кредитов частным лицам
Иностранные банки	–0,072	–0,429	–0,145
Крупнейшие банки	–0,064	–0,155	–0,041
Средние банки	0,000	–0,120	0,000
Все входящие в выборку банки	0,001	–0,011	0,001

Источник: Дробышевский С., Пащенко С. Анализ конкуренции в российском банковском секторе. Научные труды. №96. – М.: ИЭПП, 2006. С. 95.

Institute of Management, Роттердам), являясь Адмирал П. и Каре М.⁹. Они применили в своей работе модель Барроса и Модесто к московскому рынку трехмесячных депозитов за 1994–1997 годы. Количество банков в выборке составляло от 30 до 56, в зависимости от периода наблюдения. Источником информации послужили рейтинги, опубликованные в газетах «Финансовые известия» и «Коммерсант», а также рекламные объявления. В большинстве случаев оценки конкуренции у Адмирала П. и Каре М. близки к нулю, что свидетельствует о наличии слабой конкуренции на московском рынке трехмесячных депозитов. Иными словами, банки не изменяют процентные ставки по депозитам в ответ на изменение ставок конкурентами.

Вторая работа написана сотрудниками Института экономики переходного периода С. Дробышевским и С. Пащенко в 2006 году в рамках гранта, предоставленного Агентством международного развития США¹⁰. Для анализа структуры российского банков-

ского сектора ими были выбраны две структурные модели: модель Бреснахана и модель Барроса-Модесто¹¹. Последняя модель подвергнута модификации для отражения сегментированного характера российского банковского рынка. Анализ С. Дробышевского и С. Пащенко показал, что на рынке существуют сегменты как с интенсивной, так и со слабой конкуренцией (табл. 2). Наиболее интенсивная конкуренция наблюдается в группе иностранных и крупнейших банков. Между банками третьей группы конкуренции практически нет. В целом для банковской системы показатель монополизации больше нуля, что говорит об умеренной конкуренции.

Группа банков, работающих в сегменте со слабой конкуренцией, наиболее многочисленна, что завышает показатели интенсивности конкуренции при усреднении по всему банковскому сектору. Анализ выявил неоднородность групп клиентов на рынке кредитов предприятиям и физическим лицам, которая является источником слабо конкурентной среды для большинства банков. Более однородным по составу клиентов оказался рынок депозитов физических лиц. Частные вкладчики не де-

⁹ *Admiraal P., Carree M. Competition and Market Dynamics on the Russian Deposits Market. ERIM Report Series in Research and Management. 25. 2000. <https://ep.eur.nl/handle/1765/36>.*

¹⁰ Дробышевский С., Пащенко С. Анализ конкуренции в российском банковском секторе. // Научные труды. — М.: ИЭПП, 2006. №96.

¹¹ *Bresnahan T. The Oligopoly Solution Concept is Identified//Economic Letters. Vol. 10. 1982. Barros F., Modesto L. Portuguese Banking Sector: a Mixed Oligopoly?//International Journal of Industrial Organization. 1999. № 17.*

монстрируют приверженности одной группе банков, происходит свободный переток вкладчиков от одной группы к другой. Это предопределяет высокую конкуренцию на рынке депозитов.

Эмпирические результаты анализа конкурентной структуры

Наш анализ основан на неструктурной модели *H-statistic*. Эмпирическая модель представляет собой уравнение, описывающее зависимость дохода банка от набора ресурсных переменных. В нашей работе мы использовали традиционную и модифицированную модель *H-statistic*, дополненную рядом детерминант. Исходным

источником информации для анализа послужил статистико-аналитический обзор «Интерфакс-100. Российские банки», подготовленный Интерфакс-ЦЭА. По состоянию на 1 июля 2006 г. участвует 863 банка из 1210 действующих в России банков.

На отправной точке анализа необходимо выяснить, работают ли банки в условиях долгосрочного равновесия. Иными словами, банковские доходы не должны коррелировать с ценами на ресурсы. Проверка статистической гипотезы показала, что предположение о долгосрочном равновесии на банковском рынке не отвергается на пятипроцентном уровне значимости. Примечательной особенностью исходной дескриптивной статистики является значительная вариация депозитов банковского сектора и связанных с ним процентных

Таблица 3

Эмпирическая оценка традиционной *H-statistic* для российских банков

Параметр	Значение	T-статистика	Проверка нулевой гипотезы при 5-процентном уровне значимости
Константа	0,0234	1,2411	Принимается
h1	0,0043	1,0177	Принимается
h2	-0,0026	-1,0622	Принимается
h3	0,1129	11,4497	Отвергается
H-statistic	0,115		
R-Squared	0,823		

Спецификация переменных:

зависимая переменная: отношение прибыли банка до переоценки и резервов (сумма чистого процентного дохода и сальдо прочих доходов и расходов) к совокупным активам;

регрессоры при независимых переменных:

h1 — отношение процентных расходов по пассивам (по полученным кредитам, привлеченным депозитам, открытым счетам, эмитированным ценным бумагам) к внешним привлеченным ресурсам (разницы между активами и собственным капиталом);

h2 — отношение расходов на персонал к собственному капиталу банка;

h3 — отношение сальдо непроцентных доходов и расходов (без учета расходов на персонал) к собственному капиталу банка.

Таблица 4

Эмпирическая оценка модифицированной *H*-statistic для российских банков

Параметр	Значение	Стандартная ошибка	T-статистика	Проверка нулевой гипотезы при 5-процентном уровне значимости
Константа	−0,0005	0,0293	−0,0156	Принимается
h_1	−0,0003	0,0041	−0,0631	Принимается
h_2	−0,0010	0,0032	−0,3046	Принимается
h_3	0,1047	0,0094	11,1502	Отвергается
β_1	−0,0003	0,0013	−0,2486	Принимается
β_2	−0,0005	0,0048	−0,1145	Принимается
β_3	0,0157	0,0057	2,7756	Отвергается
β_4	0,0020	0,0034	0,5693	Принимается
β_5	−0,0052	0,0021	−2,4269	Отвергается
β_6	−0,0032	0,0027	−1,1673	Принимается
β_7	−0,0018	0,0015	−1,2373	Принимается
H-statistic	0,103			
R-squared	0,978			
Число наблюдений	863			

Спецификация переменных (регрессоры при независимых переменных):

β_1 — совокупные активы банка;

β_2 — отношение собственного капитала банка к его активам;

β_3 — отношение текущей и просроченной задолженности (кроме задолженности по процентам) по выданным банком кредитам, учтенным векселям предприятия, физическим лицам и организациям к совокупным активам;

β_4 — бинарная переменная, отражающая месторасположение банка (равная единице, если банк базируется в Москве, и нулю во всех остальных случаях);

β_5 — отношение привлеченных банком вкладов и депозитов населения в рублях и иностранной валюте к совокупным пассивам;

β_6 — отношение обязательств банка по расчетным и текущим счетам клиентов из небанковского сектора к совокупным активам;

β_7 — отношение обязательств перед нерезидентами к совокупным активам.

расходов. Далеко не все российские банки занимаются классическим финансовым посредничеством, что и отражает разброс данных. Аналогичная вариация наблюдается по кредитному портфелю, который является второй стороной финансового посредничества.

Результаты эмпирической оценки уравнений приведены в табл. 3 и 4. В модели традиционной *H*-statistic значение интенсивности конкуренции достигает 0,115, а в модифицированной модели — 0,103. Хотя обе модели имеют высокий уровень достоверности, модифицированная *H*-statistic лучше объяс-

Таблица 5

H-statistic крупнейших российских банков

№	Банк	Активы, млн руб.	Доля рынка*, %	h1	h2	h3	H-statistic	R-Squared
1	Сбербанк России	2927612,9	25,5	-0,020	0,029	0,045	0,05	0,45
2	Внешторгбанк	744932,8	6,5	0,038	-0,024	0,298	0,312	0,52
3	Газпромбанк	510912,3	4,5	-0,003	0,011	0,058	0,065	0,70
4	Банк Москвы	302677,1	2,6	0,007	0,002	0,002	0,011	0,58
5	Альфа-банк	258760,5	2,3	-0,002	0,008	0,065	0,071	0,28
6	Росбанк	208281,9	1,8	0,011	0,002	0,018	0,032	0,67
7	Райффайзен-банк Австрия	175361,4	1,5	0,005	0,005	0,091	0,101	0,86
8	ММБ	168895,6	1,5	0,010	-0,007	0,051	0,054	0,58
9	МДМ-банк	158298,4	1,4	0,026	-0,015	0,118	0,129	0,63
10	Россельхоз-банк	146679,4	1,3	0,006	0,014	0,365	0,385	0,34
11	Русский стандарт	133076,9	1,2	-0,001	0,025	0,125	0,148	0,84
12	Промсвязь-банк	121613,5	1,1	0,024	-0,003	0,066	0,086	0,80
13	Ситибанк	124760,6	1,1	0,005	0,004	0,220	0,229	0,86
14	Петрокоммерц	97003,4	0,8	0,011	0,001	-0,040	-0,028	0,42
15	Номос-банк	86095,5	0,8	0,026	-0,005	0,123	0,144	0,77
	Среднее	410997,5	3,6	0,009	0,003	0,107	0,120	0,620
	Медиана	168895,6	1,5	0,007	0,002	0,066	0,086	0,626

* Доля банка в совокупных активах банковского сектора.

няет вариацию прибыли банка, нежели традиционная *H-statistic*. По результатам эконометрической оценки, *H-statistic* характеризует конкуренцию в российском банковском секторе как монополистическую конкуренцию, ближе стоящую к модели чистой монополии. По нашим оценкам в 2000-2006 годах интенсивность банковской конкуренции практически никак не изменилась.

Кроме того, мы рассчитали на основе поквартальных данных за 2000-2006 годы индивидуальную *H-statistic* для крупнейших банков страны (табл. 5). В общей сложности на них приходится 54% совокупных активов банковского сектора. Хотя значение *H-statistic* сильно варьируется в выборке крупнейших банков, среднее и медиана подтверждают общую оценку для

Таблица 6

**Конкурентное ценообразование на банковские продукты
крупнейших банков**

Конкурентные условия	Банки	H-statistic
Монополистическая конкуренция	Россельхозбанк	0,385
	Внешторгбанк	0,312
	Ситибанк	0,229
	Русский стандарт	0,148
	Номос-банк	0,144
	МДМ-банк	0,129
	Райффайзенбанк Австрия	0,101
Почти чистая монополия	Петрокоммерц	-0,028
	Банк Москвы	0,011
	Росбанк	0,032
	ММБ	0,054
	Сбербанк России	0,055
	Газпромбанк	0,065
	Альфа-банк	0,071
	Промсвязьбанк	0,086

банковского сектора в целом. Крупнейший банк страны, государственный Сбербанк России, характеризуется почти монопольной властью на рынке. В табл. 6 приведено условное распределение банков по интенсивности конкуренции. К банкам, работающим в условиях монополистической конкуренции, были отнесены все банки, чья *H-statistic* выше медианы выборки. Государственные банки и банки ФПГ, как правило, функционируют подобно монополиям, в то время как иностранные банки и частные розничные банки проводят операции в условиях монополистической конкуренции.

Каким образом выглядит конкуренция среди банков в России на фоне остальных стран? В табл. 7 сведены результаты

сопоставимых исследований по регионам и выборочно по странам мира. В большинстве стран наблюдается умеренная банковская конкуренция, *H-statistic* достигает 0,6-0,7. В табл. 8 автор отобрал страны Центральной и Восточной Европы, приближающиеся по степени конкуренции к российскому случаю. В основном, это малые открытые экономики переходного периода. Среди международных исследований мы не найдем ни одну модифицированную *H-statistic* (где эндогенной переменной выступает совокупный доход) с показателем конкуренции ниже российского.

Прибыли банков в России до переоценки и отчисления резервов фактически не зависят от процентных доходов и издержек на персонал — коэффициенты элас-

Таблица 7

Международное сопоставление банковской конкуренции

Регион / страна	Период наблюдения	H-statistic	Размер выборки
Северная Америка	1994–2001	0,67	3 страны
США		0,28	
Канада		0,69	
Южная Америка	1994–2001	0,73	12 стран
Бразилия		0,89	
Аргентина		0,46	
Чили		0,82	
Восточная Азия	1994–2001	0,67	6 стран
Гонконг		0,91	
Япония		0,17	
Южная Азия	1994–2001	0,53	3 страны
Индия		0,38	
Западная Европа	1994–2001	0,67	14 стран
Великобритания		0,58	
Германия		0,48	
Италия		0,47	
Испания		0,28	
Восточная Европа	1994–2001	0,68	7 стран
Африка южнее Сахары	1994–2001	0,58	5 стран

Примеч.: По регионам указаны медианы H-statistic.

Источники:

Claessens S. and Laeven L. What Drives Bank Competition? Some International Evidence. World Bank Policy Research Paper. 2003. №3113.

Hauner D. and Peiris Sh. Bank Efficiency and Competition in Low-Income Countries: The Case of Uganda. IMF Working Paper. 2005. №240.

Bikker J., Spierdijk L. and Finnie P. Misspecification of the Panzar-Rosse Model: Assessing Competition in the Banking Industry. De Nederlandsche Bank Working Paper. 2006. № 114. September.

Таблица 8

Россия и экономики с близкой характеристикой банковской конкуренции

Страна	H-statistic	Число банков	Число наблюдений
Россия	0,10	863	863
Македония	0,20	10	48
Словакия	0,28	22	107
Всего по Центральной и Восточной Европе	0,52	484	2044
Справочные сведения			
Япония	0,17	781	3028
Греция	0,18	28	162

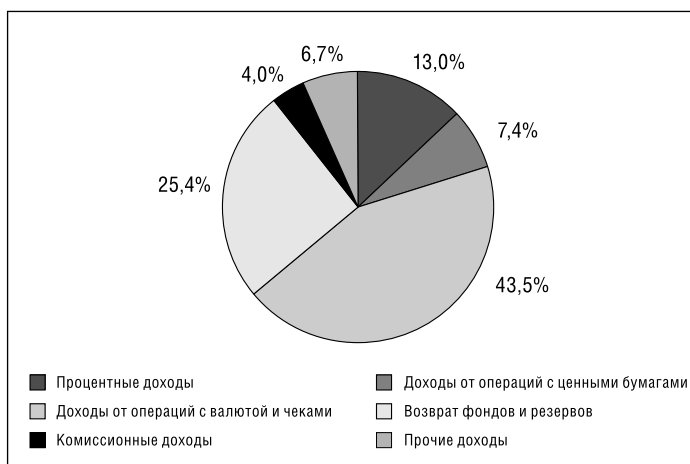
Источники:

Yildirim H. and Philippatos G. *Competition and Contestability in Central and Eastern European Banking Markets*. The paper were presented at the 2002 annual EFMA Meeting in London, England, and the 2003 FMA International Meeting in Dublin, Ireland, as well as at invited seminars at Durham University, England, and University of Tennessee, USA.

Bikker J., Spierdijk L. and Finnie P. *Misspecification of the Panzar-Rosse Model: Assessing Competition in the Banking Industry*. De Nederlandsche Bank Working Paper. 2006. № 114. September.

тичности в моделях близки к нулю и статистически незначимы. Единственный ценовой фактор, влияющий на банковскую прибыль, — это сальдо непроцентных доходов и расходов. Столь странная для большинства стран функция банковской прибыли по издержкам объясняется структурой доходов банковского сектора России. На рис. 2 приведена разбивка доходов банковского сектора России по компонентам. Такие традиционные источники доходов для банков, как процентные доходы и доходы от операций с ценными бумагами, занимают незначительную долю в общей структуре доходов. Большая часть доходов возникает благодаря доходам от операций с валютой, что отражает экспортно-ориен-

тированный характер экономики и высокую степень долларизации сбережений и финансовых рынков. В течение последних



Источник: Обзор банковского сектора Российской Федерации. 2006. № 46 (табл. 26). Август.

Рис. 2. Структура доходов банковского сектора России (август 2006 года)

лет доходы от валютных операций приобрели все больший вес. Если в 2003 году на них приходилось 28% совокупных доходов банковского сектора, то в 2006 году уже 44%. В среднем за 2003-2006 годы доходы от валютных операций составляют 38,57% от доходов банковского сектора.

Как следствие, непроцентные расходы выступают одной из главных детерминант банковской прибыли. Помимо них на уровень прибыли оказывает влияние доля кредитного портфеля в активах и доля депозитов в пассивах. Кредиты, как одни из наиболее рискованных и в то же время доходных операций, положительно влияют на уровень банковской прибыли. Депозиты, напротив, считаются достаточно дорогим розничным финансовым ресурсом, и увеличение их доли в составе пассивов ведет к снижению банковской прибыли. Остальные детерминанты прибыли, часто изучаемые в зарубежных исследованиях, такие, как размер банка, его рискованность (измеренная через соотношение капитала банка и его активов), расположение банка в столице, доля счетов корпоративных клиентов в пассивах и обязательства перед нерезидентами оказывают статистически незначимое влияние на уровень банковской прибыли. Хотя доля кредитного портфеля в активах банков и объем процентных доходов растут, банки продолжают оставаться, преимущественно, валютными брокерами.

Таким образом, на отечественном рынке мы можем наблюдать все признаки монополистической конкуренции. На нем существ-

ствует дифференциация продукта — услуги банков неоднородны и отличаются по характеристикам. В секторе действует множество банков, более 1200, что ставит Россию на третье место в мире по численности банков. Кроме Сбербанка, занимающего почти монопольное положение, предложение услуг со стороны банков мало по отношению к размеру рынка. При этом барьеры входа достаточно низки — купить формальное разрешение входа (лицензию) можно за \$300-500 тыс. Наконец, клиенты не придерживаются арбитражного поведения. Как частные юридические и физические лица, так и госпредприятия не переходят на обслуживание в другой банк, хотя условия в нем могут быть лучше. Мелкие фирмы и население слишком консервативны и инертны, а крупнейшие компании в рамках ФПГ привязаны к своим банкам. Как следствие, ситуация в России напоминает монополию, так как отдельные банки контролируют цену на свои услуги в рамках стабильных клиентских групп, однако в то же время она похожа на совершенную конкуренцию, так как на рынке присутствует множество игроков, существует свободный вход-выход и банки реагируют на ценовую политику друг друга.

Исходя из сложившейся конкурентной среды, ни на какое «эффективное позиционирование» наших банков на международных рынках в обозримом будущем (как планируют Правительство и Банк России) рассчитывать не приходится.

Статья поступила в редакцию 12.11.2006

Sergey Moiseev

THE REALITY OF THE MONOPOLISTIC COMPETITION IN THE RUSSIAN BANKING SECTOR

The article provides the analysis of the Russian banking market competition through the modern non-rating-based approach to the research. In particular, the author uses the H-statistics model in order to assess the competitive environment of more than 800 banks which account for 98% of the market. Econometric analysis shows that when there are a considerable number of players on the market the Russian banking sector competition is less fierce than in Central and Eastern European countries.

УДК 339.137.025

С.В. Тимофеев, к. ю. н., доцент,
Российский государственный гуманитарный университет

ЗАЩИТА КОНКУРЕНЦИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ: ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

Защита конкуренции в банковской сфере должна быть одним из приоритетных направлений государственной политики, так как нездоровая конкурентная среда на рынке банковских услуг тормозит развитие экономики, сдерживая привлечение инвестиций и снижая качество банковского обслуживания. Равноправная конкуренция и рыночная дисциплина предполагают наличие четких общих «правил игры», эффективную систему реагирования на их нарушение, исключение «двойных» стандартов, законодательное ограничение неформальных связей менеджмента банков и государственных чиновников.

Здоровая конкурентная среда является основой развития общества. Во всех отраслях экономики, за исключением стратегически важных направлений, например газовом бизнесе¹, монополизация которого отвечает целям безопасности государства, должна присутствовать конкуренция, согласованная с установленными законодательством требованиями.

Конкуренция является продуктом экономических отношений, сложившихся в рамках рыночной экономики, и представляет собой своего рода соперничество между определенными субъектами в целях получения более выгодных условий для реализации товаров (работ, услуг) и получения наибольшей прибыли. Если оперировать законодательно установленными терминами, то конкуренция представляет собой соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действия-

ми каждого из них исключается или ограничивается возможность одного субъекта в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке².

Учитывая высокую роль банковского сектора в экономике любой страны, наличие оптимальных условий для развития конкуренции в этой сфере является доминантой реализации принципа единства экономического пространства и свободного перемещения финансовых услуг, закрепленного в ст. 8 Конституции Российской Федерации³. Причем ранее законодатель выделял в самостоятельный вид конкуренцию на рынке финансовых услуг, в которую интегрирован и рынок банковских услуг, и представлял ее как состязательность между финансовыми организациями, при которой их самостоятель-

¹ Следует отметить, что в последнее время наметился процесс частичной либерализации и этого сектора экономики (создание газовых бирж и т.д.).

² См.: Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»//СЗ РФ. 31.07.2006. №31. Ч. 1. Ст. 3434.

³ Конституция Российской Федерации от 12.12.1993// Российская газета. 25.12.1993. №237.

ные действия эффективно ограничивают возможность каждой из них односторонне воздействовать на общие условия предоставления финансовых услуг на рынке финансовых услуг⁴. Теперь все основные меры по защите конкуренции унифицированы в едином нормативно-правовом акте.

На сегодняшний день, хотя и можно говорить об удовлетворительном состоянии конкуренции в банковской сфере, пока не являющейся национальным стратегическим сектором, существует объективная необходимость в снижении стоимости ресурсов и издержек и обеспечении возможности привлечения иностранных ресурсов. Последнее, с одной стороны, становится реализуемой задачей привлечение иностранных ресурсов в свете будущего вступления России во Всемирную торговую организацию (ВТО), а с другой — в случае такого вступления банковский сектор может попасть в трудное положение, так как он не является еще конкурентоспособным на мировом финансовом рынке.

В то же время, по мнению некоторых аналитиков, масштабный приход иностранных банков, скорее всего, будет разрешен только после приватизации государственных банков, так как с приходом иностранных банков рынок станет намного жестче, и рентабельность госбанков значительно снизится⁵.

На данный момент иностранные банки могут работать в России через зарегистрированные в соответствии с национальным законодательством российские резидентные банки и представительства иностранных кредитных организаций. Создание кредитной организации с иностранными инвестициями в России осуществляется

в соответствии с Федеральным законом «О банках и банковской деятельности»⁶ и состоит из ряда этапов⁷.

Во-первых. Необходимо получить предварительное разрешения Банка России (ЦБ РФ) на открытие дочерней компании за счет средств нерезидента, для чего учредители представляют в ЦБ РФ заявление о выдаче соответствующего разрешения.

В соответствии с Приказом ЦБ РФ №02-195⁸ заявление должно содержать указание на нерезидентов — предполагаемых учредителей кредитной организации (полное официальное наименование для юридических лиц; фамилия, имя, отчество для физических лиц), их место нахождения, правовой статус (гражданство (подданство) для физических лиц), точный размер предполагаемого участия каждого нерезидента в уставном капитале кредитной организации (в числовом и процентном выражении). При приобретении нерезидентом более 10% уставного капитала создаваемой кредитной организации-резидента заявление должно содержать информацию об учредителях такого юридического лица-нерезидента с указанием их места нахождения и кратким описанием направления их деятельности. Если ЦБ РФ предоставляет предварительное разрешение, то оно действует в течение одного года. По истечению указанного срока ино-

⁴ Федеральный закон от 23.06.1999 № 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг»//СЗ РФ. 28.06.1999. №26. Ст. 3174 (утратил силу).

⁵ См.: Чувиляев П., Никишенков О. Торговые сборы//Деньги. 20-26.11.2006. №46 (602).

⁶ См.: Федеральный закон от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» (ред. от 27.07.2006)//СЗ РФ. 05.02.1996. №6. Ст. 492.

⁷ См.: Буркова А.Ю. Создание кредитных организаций с иностранными инвестициями в России//Банковское право. 2005. №6.

⁸ См.: Приказ ЦБ РФ от 23.04.1997 №02-195 «О введении в действие Положения об особенностях регистрации кредитных организаций с иностранными инвестициями и о порядке получения предварительного разрешения Банка России на увеличение уставного капитала зарегистрированной кредитной организации за счет средств нерезидентов» (ред. от 04.11.2002)//Вестник Банка России. 30.04.1997. №25.

странный банк должен снова обратиться за получением такого разрешения.

При этом государство регулирует объемы присутствия в банковском секторе иностранного капитала. С этой целью устанавливаются соответствующие квоты, которые в идеале должны быть регламентированы на законодательном уровне. На данный момент, учитывая достигнутые в рамках переговоров по вступлению России в ВТО соглашения, размер квоты может быть установлен в пределах 25 %.

Во-вторых. Ранее была установлена обязанность в получении предварительного антимонопольного разрешения на создание дочерней компании, т.е. закон устанавливал обязанность в получении предварительного согласия на создание нового банка⁹. Теперь, после вступления в силу Федерального закона «О защите конкуренции», получение предварительного согласия антимонопольного органа требуется, фактически, только в случаях слияния финансовых организаций или присоединения одной финансовой организации к другой, если суммарная стоимость их активов по последним балансам превышает величину, установленную Правительством Российской Федерации. Такой порог установлен в Постановлении Правительства РФ «Об условиях антимонопольного контроля на рынке финансовых услуг и об утверждении методики определения оборота и границ рынка финансовых услуг финансовых организаций» в размере 160 миллионов рублей¹⁰. Эта сумма не актуализи-

ровалась с момента принятия указанного нормативно-правового акта.

Кроме того, в соответствии со ст. 29 Федерального закона «О защите конкуренции» на совершение определенных сделок с ценными бумагами и активами финансовых организаций требуется предварительное согласие антимонопольного органа. Данное правило действует в том случае, когда стоимость активов по последнему балансу кредитной организации превышает величину, установленную Правительством Российской Федерации по согласованию с ЦБ РФ. Поэтому закон четко закрепляет перечень сделок, для совершения которых необходимо предварительное согласие антимонопольного органа. Данные сделки характеризуются в основном количественными характеристиками: приобретение определенных объемов голосующих акций, долей в уставном капитале и активов финансовой организации.

В-третьих. Требуется регистрация кредитной организации, которая осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»¹¹ по решению ЦБ РФ, что подтверждается внесением нового субъекта в реестр кредитных организаций.

В-четвертых. Необходимо получить от ЦБ РФ соответствующую банковскую лицензию для дочерней компании. Последнее возможно только после выполнения претендентом всех установленных требований, в частности полной оплаты уставного капитала. Именно лицензия уполномочивает кредитную организацию на совершение банковских операций, перечень которых содержится в самой лицензии.

⁹ Федеральный закон от 23.06.1999 № 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг»//СЗ РФ. 28.06.1999. № 26. Ст. 3174 (утратил силу).

¹⁰ Постановление Правительства РФ от 07.03.2000 № 194 «Об условиях антимонопольного контроля на рынке финансовых услуг и об утверждении методики определения оборота и границ рынка финансовых услуг финансовых организаций»//СЗ РФ. 13.03.2000. № 11. Ст. 1183.

¹¹ Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»//СЗ РФ. 13.08.2001. № 33. Ч.1. Ст. 3431.

Подробный порядок лицензирования кредитных организаций установлен ЦБ РФ¹².

В то же время принятый Федеральный закон «О защите конкуренции» является комплексным нормативно-правовым актом. Он направлен на защиту конкуренции в различных областях общественной деятельности. Более подробный анализ позволяет сделать вывод, что закон ввел ряд новых терминов, касающихся банковской сферы, и, видимо, он включил основные положения действующего ранее специального закона, ориентированного исключительно на финансовый сектор. Основным направлением по защите конкуренции, естественно, является борьба со злоупотреблением доминирующим положением на рынке банковских услуг.

Так, ст. 10 Федерального закона «О защите конкуренции» напрямую запрещает действия, а равно и бездействие, занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, которые не допускают, ограничивают, устраняют конкуренцию и (или) ущемляют интересы других субъектов. Применительно к кредитным организациям такие действия выражены, в основном, в установлении необоснованно высокой или необоснованно низкой цены финансовой услуги и создании дискриминационных условий.

Общее определение доминирующего положения дано в ст. 5 Закона «О защите конкуренции», исходя из которого доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) или нескольких хозяйствующих субъектов (групп лиц) на рынке определенного товара, дающее ему (им) возможность оказывать решающее влияние на общие ус-

ловия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

Но так как банковский сектор имеет особую специфику, порядок определения доминирующего положения кредитной организации регламентируется отдельно.

В своем очередном заявлении, еще в мае 2005 года, Правительство Российской Федерации заявило о том, что пресечение злоупотреблений банками доминирующим положением, которое само по себе не является нарушением антимонопольного законодательства, представляет собой задачу антимонопольного регулирования на федеральном и региональном уровнях¹³. Именно поэтому в соответствии со ст. 23 Федерального закона «О защите конкуренции» антимонопольный орган, каковым является Федеральная антимонопольная служба России (ФАС), наделен достаточно широкими полномочиями. В частности, ФАС утверждает по согласованию с ЦБ РФ методику определения необоснованно высокой и необоснованно низкой цены услуги кредитной организации и методику определения обоснованности цены, установленной занимающей доминирующее положение кредитной организацией, на услугу, не оказываемую иными финансовыми организациями. Кроме того, ФАС по согласованию с ЦБ РФ утверждает порядок проведения анализа состояния конкуренции в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта и выявления иных случаев недопущения, ограничения или устранения конкуренции.

¹² Инструкция ЦБ РФ от 14.01.2004 № 109-И «О порядке принятия Банком России решения о государственной регистрации кредитных организаций и выдаче лицензий на осуществление банковских операций» // Вестник Банка России. 20.02.2004. № 15.

¹³ См.: Заявление Правительства РФ от 05.04.2005 № 983П-П13, ЦБ РФ № 01-01/1617 «О стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2008 года» // Вестник Банка России. 13.04.2005. № 19.

На сегодняшний день доминирующее положение кредитной организации определяется в соответствии с Приказом ФАС РФ «Об утверждении порядка определения доминирующего положения финансовых организаций на рынке банковских услуг»¹⁴ (далее — Приказ №247). Таким образом, доминирующее положение устанавливается на основании определения доли кредитной организации в границах рынка банковских услуг независимо от ее места нахождения, закрепленного в учредительных документах.

Приказ №247 устанавливает поэтапный процесс определения доминирующего положения. Так, выделяются два этапа определения доминирующего положения кредитной организации на рынке банковских услуг. Это установление границ рынка банковских услуг, а также определение их объема и долей кредитных организаций на указанном рынке. Причем при определении доминирующего положения учитывается объем предоставляемых одной или несколькими кредитными организациями услуг на постоянной основе. Иными словами услуги должны иметь систематический характер, т.е. являться основной деятельностью хозяйствующего субъекта. Здесь анализируются и возможности такой кредитной организации в течение продолжительного времени существенным образом влиять на состояние рынка посредством ценовых параметров и определения иных условий предоставления услуг. Впоследствии такое влияние рассматривается с точки зрения ограничения конкуренции через призму затруднения доступа на рынок банковских услуг, в том числе препятствие расширению на нем деятельности других кредитных организаций.

Как было сказано выше, наличие доминирующего положения не является нарушением антимонопольного законодательства и обусловлено масштабами бизнеса: в России из всего массива кредитных организаций, имеющих различную географию, только небольшое количество банков имеет колоссальный оборот и широкую сеть клиентов различного уровня. Когда мы говорим о нарушении конкуренции в банковской сфере, мы подразумеваем именно злоупотребление доминирующим положением, критерии которого установлены законодательством. Под злоупотреблением доминирующим положением следует понимать любые формы злоупотребления правом, допускаемые лицом, занимающим доминирующее положение, имеющие своим результатом ограничение конкуренции¹⁵.

Анализ доминирующего положения кредитной организации базируется на информации, получаемой в первую очередь от ЦБ РФ. В целом Приказ №247 кроме информации ЦБ РФ называет следующие источники:

- данные государственной статистической отчетности;
- информация государственных и муниципальных органов власти;
- сведения кредитных организаций об объеме банковских услуг, обязанность предоставления которых должна быть регламентирована антимонопольным законодательством, а также данные бухгалтерской отчетности кредитных организаций;
- социологические данные, предоставляемые клиентами кредитных организаций; данные независимых экс-

¹⁴ Приказ ФАС РФ от 25.10.2005 №247 «Об утверждении порядка определения доминирующего положения финансовых организаций на рынке банковских услуг» // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. 2005. №48.

¹⁵ См.: Борисова Л.Н., Ларионова В.А. Расширенный экономико-правовой комментарий к Федеральному закону от 23.06.1999 №117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» (постатейный) // Подготовлен для системы «КонсультантПлюс». 2006.

пертиз о продуктовом рынке банковских услуг;

- данные информационных агентств и средств массовой информации о состоянии и структуре рынка банковских услуг.

ЦБ РФ предоставляет по запросу ФАС статистическую информацию, необходимую для проведения анализа состояния конкуренции на рынке услуг кредитных организаций и осуществления контроля за ее состоянием (используются данные, относящиеся к конкретному временному интервалу, т.е. указывается определенный период — год, квартал), за исключением информации, составляющей банковскую тайну, так как в соответствии со ст. 26 Федерального закона «О банках и банковской деятельности»¹⁶ (далее — ФЗ «О банках») кредитная организация гарантирует тайну об операциях, о счетах своих клиентов и корреспондентов. При этом нормы указанной статьи не включают в состав органов государственной власти, полномочных получать справки по счетам юридических лиц и граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность, ФАС. Это положение также было разъяснено в Письме ЦБ РФ №99-Т¹⁷, указавшем на отсутствие в федеральных законах указания на обязанность кредитных организаций предоставить сведения, составляющие банковскую тайну, в федеральный антимонопольный орган и его территориальные подразделения. В то же время, если подобная информация будет предоставлена кредитной организацией ФАС с согласия владельца счета или

собственника имущества владельца счета, то последнее не должно квалифицироваться как нарушение действующего законодательства.

Для поддержания конкуренции на рынке банковских услуг ст. 32 ФЗ «О банках» устанавливает требование, в соответствии с которым кредитным организациям запрещается заключать соглашения и осуществлять согласованные действия, направленные на монополизацию рынка банковских услуг, а также на ограничение конкуренции в банковском деле. Подобные обстоятельства могут как раз складываться в случае слияния кредитных организаций. Если ФАС установлен факт систематического осуществления монополистической деятельности кредитной организацией, занимающей доминирующее положение на рынке банковских услуг, у нее есть право совместно с ЦБ РФ обратиться в суд с исковым требованием, предметом которого является принудительное разделение такой организации, т.е. уменьшить стоимость ее активов. Суд имеет право удовлетворить означенное исковое требование, что подтверждается судебным решением о принудительном разделении кредитных организаций либо выделении из их состава одной или нескольких организаций.

Наиболее ярким проявлением нарушения конкуренции является использование кредитными финансовыми организациями необоснованно низких или высоких цен. Закон «О защите конкуренции» определяет необоснованно высокую (низкую) цену финансовой услуги как цену, которая установлена занимающей доминирующее положение финансовой организацией, существенно отличающуюся от конкурентной цены финансовой услуги (не может быть оказана в условиях конкуренции), и (или) затрудняющую доступ на товарный рынок другим финансовым организациям, и (или) оказывающую негативное влияние на конкуренцию. Соот-

¹⁶ См.: Федеральный закон от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» (ред. от 21.07.2005)//СЗ РФ. 05.02.1996. №6. Ст. 492.

¹⁷ См.: Письмо ЦБ РФ от 30.06.2003 №99-Т «О предоставлении сведений, составляющих банковскую тайну»//ИПС «Гарант». 2006 (документ официально не опубликован).

ветственно, в первом случае финансовая организация может компенсировать необоснованные затраты и получить прибыль существенно более высокую, чем это может быть в сопоставимых условиях конкуренции. В случае же необоснованно высокой цены финансовой услуги последняя устанавливается сознательно на уровне, способствующем причинению убытков от оказания данной финансовой услуги, и в результате возникает ограничение конкуренции посредством вытеснения конкурентов с рынка. При этом непосредственная методика определения необоснованных цен на финансовые услуги кредитной организации должна также разрабатываться ФАС совместно с ЦБ РФ.

Поэтому для предотвращения злоупотреблений и защиты конкуренции ФАС проводит анализ состояния конкуренции в банковской сфере и осуществления контроля за ее состоянием, для чего ЦБ РФ по письменному запросу ФАС представляет принятые им нормативные акты, а также информацию, необходимую для проведения ФАС соответствующих мероприятий.

При наличии оснований ФАС возбуждает и рассматривает дела о нарушении антимонопольного законодательства, принимает по результатам их рассмотрения решения и выдает предписания. Закон «О защите конкуренции» выделяет четыре основания: а) поступление сведений из государственных и муниципальных органов, указывающих на наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства; б) получение заявления юридического или физического лица; в) обнаружение антимонопольным органом признаков нарушения антимонопольного законодательства; г) сообщение средства массовой информации, указывающее на наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства.

Получив заявление и соответствующие материалы, ФАС рассматривает и изучает последние в течение одного месяца со дня их поступления¹⁸. В процессе рассмотрения она определяет, относится ли к ее компетенции данное дело, в достаточном ли объеме представлены материалы, а также устанавливает круг лиц, подлежащих к участию в деле. Кроме этого, определяется наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства и определяется правовая норма, подлежащая применению. В случае недостаточности или отсутствия доказательств, подтверждающих факт нарушения антимонопольного законодательства, ФАС вправе продлить срок рассмотрения заявления до трех месяцев с момента его поступления. Если в ходе рассмотрения дела ФАС выявит обстоятельства, свидетельствующие о наличии административного правонарушения, то она возбуждает дело об административном правонарушении.

Как явствует из содержания ст. 40 Федерального закона «О защите конкуренции», в рамках каждого возбуждаемого дела о нарушении антимонопольного законодательства ФАС создает комиссию по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее — комиссия), которая выступает от его имени. Состав комиссии и ее председатель утверждаются ФАС. При рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства кредитными организациями на рынке банковских услуг в состав комиссии в обязательном порядке включаются представители ЦБ

¹⁸ См.: Приказ ФАС РФ от 17.01.2006 №9 «Об утверждении правил рассмотрения антимонопольным органом дел о нарушениях антимонопольного законодательства и иных нормативных правовых актов о защите конкуренции на рынке финансовых услуг»//Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. 15.05.2006. №20.

РФ. Все вопросы, которые возникают в ходе рассмотрения дела комиссией, решаются ее членами большинством голосов.

Рассмотрение дела завершается в тех случаях, когда кредитная организация добровольно устранила нарушения и его последствия, либо в действиях кредитной организации не обнаружено признаков нарушения антимонопольного законодательства, в случае ликвидации юридического лица, а также при наличии вступившего в законную силу судебного акта, в котором содержатся выводы о наличии или об отсутствии нарушения антимонопольного законодательства в рассматриваемых комиссией действиях (бездействии). По окончании рассмотрения дела комиссией принимается решение, которое оформляется в виде документа установленной формы, подписывается председателем комиссии и всеми присутствующими членами. Решение содержит выводы о наличии или об отсутствии следующих оснований: для прекращения рассмотрения дела; наличии нарушения антимонопольного законодательства в действиях (бездействии) ответчика по делу; для выдачи предписания и перечень действий, включаемых в предписание и подлежащих выполнению; для принятия ФАС мер по пресечению и устранению последствий нарушения антимонопольного законодательства, обеспечению конкуренции (в т. ч. оснований для обращения с иском в суд, для передачи материалов в правоохранительные органы, для направления в государственные органы или органы местного самоуправления рекомендаций об осуществлении действий, направленных на обеспечение конкуренции).

Принимая решение, комиссия оценивает доказательства и доводы, представленные лицами, участвующими в деле, а также исследует заключения и пояснения экспертов и лиц, располагающих сведе-

ниями о рассматриваемых комиссией обстоятельствах. Кроме того, комиссией определяются нарушенные нормы и устанавливаются права и обязанности участвующих в деле лиц. На этой же стадии комиссия решает вопрос о выдаче предписаний, неисполнение которых в установленный срок влечет административную ответственность, в том числе поднимает вопрос о направлении материалов в правоохранительные органы (при наличии признаков уголовно-наказуемого деяния — преступления), об обращении в суд, а также о направлении предложений и рекомендаций в государственные и муниципальные органы. И в том случае, если установлен факт монополистической деятельностью или недобросовестной конкуренцией кредитная организация, нарушившая антимонопольное законодательство, обязана по предписанию ФАС перечислить в федеральный бюджет доход, полученный от таких действий (бездействия). В противном случае данный доход подлежит взысканию в федеральный бюджет в порядке удовлетворения искового требования ФАС.

Таким образом, можно сделать вывод, что выделяются объективные тенденции в развитии банковской сферы, существование которой невозможно без наличия нормальных конкурентных отношений. Поэтому, необходимо дальнейшее укрепление правовых механизмов конкуренции и предотвращение действий по ограничению свободы коммерческой деятельности в банковской сфере, что возможно только путем совершенствования законодательства в указанной сфере.

В частности, учитывая принятие нового закона, направленного на защиту конкуренции, в том числе в банковском секторе, необходимо привести все нормативно-правовые акты ЦБ РФ и органов исполнительной власти, принятые во исполнение утратившего силу Федераль-

ного закона «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», к единому составляющему и в соответствии с новым законом.

После вступления России в ВТО, а это вопрос фактически решенный, внесение новых изменений в рассматриваемое законодательство станет еще актуальнее. Тем более Россия стоит на пути либерализации рынка банковских услуг. Некоторые эксперты отмечают, что государство будет все больше стремиться к упрощению правовых норм, регламентирующих размещение банковских акций, а также к унификации норм для резидентов и нерезидентов, т.е. снятию ограничений для инвесторов-нерезидентов на участие в капитале российских банков¹⁹.

Защита конкуренции в банковской сфере должна быть одним из приоритетных направлений государственной поли-

тики, так как нездоровая конкурентная среда на рынке банковских услуг будет тормозить развитие экономики, сдерживая привлечение инвестиций и снижая качество банковского обслуживания населения. Поэтому необходимо устранить несовершенство банковского законодательства, развивая правовые механизмы по регулированию ряда направлений банковской деятельности, например залоговое право, интернет-банкинг и ряд других институтов, что будет способствовать непосредственно развитию конкуренции в рассматриваемой сфере. Поэтому давно назрел вопрос о необходимости либерализации банковского законодательства, способного установить полноценные конкурентные отношения между всеми участниками рынка банковских услуг и обеспечить развитие различных институтов федеральной и региональной экономики.

¹⁹ См.: Чувильяев П., Никишенков О. Торговые сборы//Деньги. 20-26.11.2006. №46 (602).

S. Timofeev

LEGAL AND ECONOMIC ASPECTS OF COMPETITION PROTECTION IN THE BANKING SECTOR

Competition protection in the banking sector should be made a priority issue in the state policy as the unhealthy environment in the banking services sector hinders the economic development, restrains the investment inflow, and affects the QoS. Fair competition and market discipline imply the strict rules of the game, effective system of punishment for non-abidance, ruling out of the double standards, and the legal restriction of banking management's and state officials' rights when their informal contacts are concerned.

УДК 339.72.015

А.В. Федорченко, д. э. н., профессор

РАЗВИТИЕ ФОНДОВЫХ РЫНКОВ НА БЛИЖНЕМ ВОСТОКЕ

Возникший всего полтора десятилетия назад российский фондовый рынок прошел через стремительные взлеты и падения, но на сегодняшний день так и не превратился в эффективный механизм широкомасштабного привлечения капитала. Неудивительно, что российские предприятия, способные вызвать интерес инвесторов, выстраивают стратегии выхода на зарубежные рынки. Успех этой стратегии во многом определяется знанием и пониманием особенностей организации, закономерностей и тенденций их развития.

Оздоровление российской экономики не только закономерно усиливает приток в нее иностранного капитала, но и создает условия для легального перевода части российских активов за рубеж, в том числе в страны, потенциально привлекательные для инвесторов, но пока еще не ставшие прибежищем для мигрирующих по миру капитальных ресурсов. Одним из таких районов мира являются страны Ближнего Востока, с которым Россию сближают давние экономические связи. Эти страны интересны своим опытом формирования фондовых рынков, во многом схожим с российским, но вместе с тем имеют особенности, учет которых необходим инвесторам прежде всего из числа представителей российского бизнеса.

Ближневосточные страны никогда не представляли собой монолитную экономическую группу, а во второй половине XX века неравномерность экономического развития этой части мира еще больше усилилась. К концу века здесь сложилось несколько групп стран, значительно различающихся по уровню хозяйственного развития, отраслевой и технологической структуре экономики, профилю участия в международном разделении труда, внутренним и внешним факторами воспроизводства.

К наиболее развитым государствам региона следует, очевидно, отнести Турцию и Израиль, хотя их объединение в одну группу весьма условно, учитывая существенные различия в структуре экономики, ее технологическом уровне, степени вовлеченности в мирохозяйственный обмен. Если Турция — это индустриально-аграрное государство, по многим параметрам сходное с новыми индустриальными странами, то Израиль, по классификации МВФ, входит в немногочисленную группу промышленно развитых стран, обладает явными признаками постиндустриального типа, более глубоко вовлечен в мирохозяйственный обмен. Во вторую группу вошли нефте- и газозэкспортирующие страны с относительно немногочисленным населением, высоким уровнем доходов и слабо диверсифицированной экономикой (арабские государства Персидского залива и Ливия). Третья группа состоит из стран с более низким уровнем доходов, но со сравнительно диверсифицированной экономикой, основанной на аграрном секторе и формирующихся многоотраслевых промышленных комплексах (Ирак, Сирия, Ливан, Иордания, Египет, Алжир, Тунис и Марокко). И, наконец, в четвертую группу вошли наименее экономически развитые страны

арабского мира, для которых характерны преобладание аграрного сектора, слабое развитие национальной промышленности, очень низкий профиль участия в международном разделении труда, сильная зависимость от притока внешних финансовых ресурсов (Йемен, Судан, Мавритания).

При всех различиях в экономическом развитии стран Ближнего Востока в 80-е годы пришлось столкнуться со сходными проблемами. Ухудшение внешних условий воспроизводства в сочетании с негибкостью национальных хозяйственных механизмов и структурными проблемами привели к длительному спаду в экономике региона. Длительность и незавершенность до настоящего времени процесса структурной адаптации региональной экономики к изменившейся мирохозяйственной ситуации проистекают из высокого уровня этатизации хозяйственного механизма ближневосточных стран, что типологически сближает их подобно тому, как географическое положение определяет сходство природно-климатических условий этих государств.

В последние два десятилетия XX века и в начале XXI века страны Ближнего Востока для восстановления своей экономики были вынуждены с большей или меньшей интенсивностью осуществлять переход от этатистской системы к рыночному механизму. В этот период особенно рельефно проявились недостаточная эффективность государственного регулирования экономики и уязвимость ее институциональной структуры. Одним из главных инструментов рыночных преобразований является фондовый рынок, через который осуществляется капитализация сбережений, т.е. превращение непотребленной части ВВП в материальные элементы воспроизводственного процесса или в финансовые обязательства государства. От эффективности функционирования фондового рынка, которая в значительной степени определяется свободой передвижения фондовых ценностей, в конечном счете зависит успех в решении

проблемы финансирования национальной экономики, в том числе достижение финансовой стабилизации, осуществление структурных реформ.

Между тем фондовые рынки долгое время оставались наименее развитым сегментом финансовых рынков ближневосточных стран. Это объяснялось ключевой ролью этого весьма чувствительного к административному контролю финансового инструмента в механизме хозяйственного регулирования, нежеланием государства терять контроль над финансовыми потоками, а также неразвитостью акционерной формы собственности в регионе в целом.

Рынки корпоративных ценных бумаг и государственных облигаций на Ближнем Востоке начали складываться намного позже, чем в индустриально развитых странах, хотя отдельные их элементы возникли здесь еще в начале XX века. Создание соответствующих рыночных институтов в регионе раньше всего началось в странах, лидирующих в настоящее время по уровню развития торговли фондовыми ценностями. Зарегистрированные рынки капиталов (фондовые биржи) возникли в Египте, Израиле и Кувейте, соответственно, в 1925, 1953 и 1952 годах, а в Турции размещение государственных облигаций проводилось с 30-х годов.

Формирование фондовых рынков на Ближнем Востоке происходило крайне медленно, и лишь отмеченное выше изменение условий воспроизводства в глобальном масштабе в 80-е годы придало этому процессу заметное ускорение, позволившее этим рынкам выйти на принципиально иной, качественно более высокий уровень развития.

Анализируя ближневосточные рынки, финансовые аналитики сходятся в том, что их подъем берет начало в конце 80-х годов, и в течение последующего десятилетия отдельные из этих рынков обрели значительную по мировым критериям притягательную силу как для спекулянтов, так и пря-

мых стратегических инвесторов. При этом нельзя не отметить, что помимо чисто экономических факторов (курс на приватизацию, ускоренное формирование институциональной структуры рынков, обеспечение большей открытости национальных хозяйств) большую роль в улучшении инвестиционного климата сыграл прорыв в процессе ближневосточного мирного урегулирования в начале 90-х годов.

Среди показателей уровня развития ближневосточных фондовых рынков немаловажное значение имеют их качественные характеристики, которые существенно повысились в последние годы. Улучшилась финансовая отчетность субъектов рынка, были внедрены бухгалтерские технологии, соответствующие международным стандартам. Повышение степени «прозрачности» финансовых операций позволило западным информационным и аналитическим службам обеспечивать зарубежных инвесторов оперативной информацией о состоянии ближневосточных фондовых бирж. Существенно возросли численность и активность инвестиционных фондов, являющихся одним из главных каналов, по которым средства институциональных и индивидуальных инвесторов поступают на рынки ценных бумаг. Так, в арабском мире эти фонды начали возникать лишь в 1993 году, но уже к 1997 году их число достигло 30 (с объемом инвестиций в 2 млрд долл. только на региональном уровне), 20 из которых успешно размещали свои акции на Ближнем Востоке, в США и Великобритании.

Рост капитализации и увеличение числа компаний, чьи акции и облигации обращаются на биржевом и внебиржевом рынках, также свидетельствуют о позитивных сдвигах в экономике ближневосточных стран. Однако удельный вес последних в мировой торговле фондовыми ценностями пока еще невелик и значительно уступает доле стран Юго-Восточной Азии или Латинской Америки.

Относительно невысокая привлекательность большинства ближневосточных фондовых рынков для крупных западных капиталов самым непосредственным образом отражается на абсолютных размерах совокупной капитализации компаний, мобилизующих финансовые средства на этих рынках. Даже по нормам развивающихся стран основная часть национальных фондовых рынков ближневосточных стран относится к категории малых. В 1995 году только в пяти странах (Кувейт, Израиль, Турция, ОАЭ и Саудовская Аравия) рыночная капитализация превышала 6 млрд долл., причем на эти страны приходилось 81,6% суммарной капитализации государств, чьи рынки фондовых ценностей достигли доступного статистическому учету уровня. В начале XXI века соотношение суммарной капитализации и ВВП достигло или немного превысило 50% лишь в ОАЭ, Кувейте и Израиле.

Небольшие размеры фондовых рынков определили моноцентрическую систему биржевой торговли ценными бумагами. В отличие от подобной системы, сложившейся в индустриально развитых странах, на Ближнем Востоке в подавляющем большинстве государств не просто абсолютно доминирует одна биржа, расположенная в финансовом центре страны, а эта биржа является единственной на местном фондовом рынке. Исключение составляет Египет, где организованные рынки ценных бумаг действуют в Каире и Александрии.

Формирующиеся рынки, как правило, отличаются:

- существенной недооценкой акций;
- повышенной неустойчивостью биржевых индексов, фондовых курсов отдельных компаний и других показателей состояния рыночной конъюнктуры.

Этими факторами, а также ходом приватизации, степенью государственного контроля над потоками капиталов и в меньшей степени перепадами в общеэкономической динамике объясняются резкие колебания рыночной оценки фондовых ресурсов

отдельных стран, причем в весьма широком диапазоне. При узости рынка легко манипулировать курсами акций. Так, всего за 1995-1998 годы произошло трехкратное увеличение капитализации марокканских компаний, пятикратное — египетских, а суммарная стоимость обращавшегося на рынке саудовского и турецкого акционерного капитала возросла на 31,6 и 63,0 %, соответственно.

Еще одним показателем невысокого уровня развития ближневосточных фондовых рынков является незначительное число компаний, активно использующих публичное (через выпуск и размещение акций и облигаций) финансирование своего бизнеса. Исключения составляют страны с наиболее развитыми рынками — Турция и Израиль, а также самое крупное по численности населения государство региона — Египет, чьи масштабы уже сами по себе предполагают большее по сравнению с соседями количество акционерных обществ, выходящих на фондовый рынок (конечно, при наличии развитой акционерной формы собственности и соответствующей финансовой инфраструктуры).

Динамичный рост торговли фондовыми ценностями на Ближнем Востоке происходил на фоне значительных страновых различий в направленности, эффективности и результатах этого процесса, что объясняется в первую очередь дифференциацией в уровнях общеэкономического развития и несходством стратегий хозяйственных преобразований.

По уровню развития фондового рынка лидируют Турция и Израиль, которым удалось в кратчайшие исторические сроки не только создать необходимую финансовую и институциональную структуру, но и частично интегрировать национальную фондовую торговлю в мировой финансовый рынок.

До 90-х годов фондовый рынок Турции был фактически монополизирован государством, размещавшим на нем различной формы облигации государственных займов с высокими процентными ставками. В силу замедленного формирования корпора-

тивного сектора конкурировать с государством могли лишь крупные частные холдинги и компании с участием государственного и иностранного капитала. К приватизации путем акционирования госсектор Турции приступил практически лишь в середине 80-х годов. Это предоставило инвесторам более широкие возможности в диверсификации принадлежащих им портфелей бумаг.

Особенность формирования турецкого рынка состоит в том, что он является одним из наиболее неустойчивых не только на Ближнем Востоке, но и в мире в целом. В 1988-1998 годах он трижды демонстрировал рекордные по мировым стандартам взлеты конъюнктуры, которые затем сменялись резкими падениями. Наиболее показательным был 1997 год, когда на фоне фондовых крахов в странах ЮВА индекс турецких ценных бумаг увеличился вдвое. Однако уже в IV квартале пределы колебаний этого показателя составили 30 %, а в начале следующего года рынок стал «проседать».

Слабое влияние азиатского кризиса на турецкий фондовый рынок связано с невысокой в целом активностью зарубежных инвесторов в Турции. Приток прямых иностранных инвестиций достаточно стабилен, но их объем по отношению к валовым инвестициям в турецкую экономику невелик. Тем не менее на зарубежных инвесторов в Турции возлагают большие надежды, поскольку для реализации крупных пакетов акций приватизируемых компаний внутренних сбережений явно недостаточно. Наиболее перспективными считаются телекоммуникационные, нефтеперерабатывающие компании, предприятия по производству цемента и несложной бытовой техники. Тесные экономические и политические отношения Турции со странами ЕС и США улучшают перспективы укрепления турецкого фондового рынка, диверсификации его структуры.

Крупным фондовым центром на Ближнем Востоке становится группа арабских нефтедобывающих стран Персидского залива. Аравийские нефтяные монархии

играют важную роль в мировом хозяйстве и обладают, несмотря на все колебания цен на энергоносители, огромным валютно-финансовым потенциалом. Здесь возникли высококапитализированные, хотя недостаточно ликвидные и все еще малодоступные для зарубежных инвесторов, фондовые рынки, постепенно сближающиеся на субрегиональном уровне.

Слабое до недавнего времени развитие фондового рынка в этой группе стран объяснялось тем, что накопление весьма весомой сбереженной части ВВП многие годы происходило за пределами региона путем перекачки нефтедолларов на рынки ценных бумаг США, Западной Европы и Японии. Акционерные формы предпринимательства были неразвиты, а инвестиционное финансирование национальных компаний проводилось за счет внутренних источников (прибыль и амортизация) и институционального финансирования (банковские кредиты на весьма льготных условиях).

Под влиянием резкого ухудшения конъюнктуры на рынке энергоносителей в 80-е годы и ускорившегося процесса интернационализации мирового хозяйства нефтяные монархии начали пересматривать стратегию своего экономического развития. Однако старый, чрезмерно огосударствленный механизм хозяйствования не только не позволял быстро и эффективно реагировать на установившиеся на мировой арене новые правила игры, но и мало способствовал либерализации внутреннего рынка и активной поддержке местного предпринимательства. Происходящие в последние годы экономические преобразования носят плавный, эволюционный характер. Государство и общество в целом не готовы к внедрению рыночных институтов западного типа и пытаются конструировать собственные национальные хозяйственные модели, соответствующие законам и традициям исламского общества. Этим во многом объясняется специфика значительного по размерам, но недостаточно структурированного и откры-

того фондового рынка арабских стран Персидского залива. Ограниченное число компаний в листинге делает рынок уязвимым по отношению к перепадам бизнес-цикла в компаниях, доминирующих в сфере торговли фондовыми ценностями. Это подтвердилось, в частности, беспрецедентное падение биржевых индексов в марте 2006 года.

Наиболее крупный и потенциально весьма привлекательный для зарубежного капитала рынок действует в Саудовской Аравии. Здесь росла не только суммарная капитализация, но и объемы выставленных на продажу пакетов акций. Вместе с тем при наивысшей для ближневосточных стран капитализации саудовский рынок остается в целом изолированным и структурно слабо развитым сегментом мировой торговли ценными бумагами. Его интернационализация носит преимущественно односторонний характер, так как экспорт капитала абсолютно преобладает над его ввозом. Капитал экспортируется не только в индустриально развитые государства, но и ближневосточные страны. Саудовская Аравия стала инициатором создания двух крупных межарабских инвестиционных компаний, специализирующихся на инвестициях в промышленность стран-участниц.

Формирование фондовых институтов шло долго и сопровождалось всесторонним анализом их совместимости с исламом. Государственная политика в области развития фондового рынка направлена на привлечение прямых инвестиций в реальный сектор саудовской экономики, причем приоритет отдается саудовским вкладчикам. Руководство страны опасается потрясений рынка ценных бумаг и перехода контроля над национальными компаниями к иностранным инвесторам, особенно в ключевых для Саудовской Аравии добывающей промышленности и финансовых услугах. В этой связи всячески ограничиваются краткосрочные спекулятивные операции. Зарубежным вкладчикам капитала в основном отводится роль младших партнеров саудовских компаний в нефтепе-

рерабатывающей и несвязанной с нефтью добывающей отраслях. В смешанных компаниях (с участием иностранных партнеров) основная часть инвестиций приходится на проекты в обрабатывающей промышленности и услугах, тогда как доля добывающей отрасли составляет всего десятые доли процента.

В конце 90-х годов иностранные инвесторы впервые получили относительно свободный доступ на саудовский рынок ценных бумаг через инвестиционные фонды открытого типа. Тогда же был зарегистрирован первый закрытый фонд — «Саудовский арабский инвестиционный фонд», привлекающий инвестиции через Лондонскую фондовую биржу. До этого приобретать саудовские акции через инвестиционные фонды могли лишь граждане Саудовской Аравии и стран ССАГПЗ (последние не имели права оперировать с банковскими акциями).

Таким образом, фондовый рынок в Саудовской Аравии функционирует, но его огромный потенциал раскрыт лишь в минимальной степени. В государственном секторе производится 65% ВВП, а перспективы акционирования и приватизации выглядят весьма туманно. Закрытым характером рынка объясняется незначительный приток зарубежных прямых инвестиций в 90-е и начале 2000-х годов (3% ВВП), за исключением 1997, 1998 и 2000 годов. В стране пока не созданы условия для репатриации хотя бы части из, примерно, 470 млрд долл., вложенные в зарубежные активы. Активизация фондового рынка, повышение его ликвидности при условии существенной либерализации инвестиционного законодательства могли бы привлечь портфельные инвестиции из-за рубежа, в том числе за счет средств около 120 тысяч саудовских граждан, проживающих за пределами королевства.

Тенденции развития фондовых рынков в третьей группе ближневосточных стран существенно отличаются от аналогичных процессов в Израиле и странах Персидского залива, но имеют много общего с развити-

ем торговли фондовыми ценностями в Турции. Страны этой группы сильно различаются по уровню развития фондовых рынков. Если среди нефтедобывающих стран (вторая группа) этот рынок фактически отсутствует только в Ливии, то в третьей группе по внутри- и внешнеполитическим причинам он пока не сложился в Ираке, Сирии и Алжире, а в Иордании и Ливане все еще слишком мал и отличается низкой ликвидностью. Наибольшего размера в абсолютных цифрах и в пропорции к ВВП капитализация достигла в Египте, Марокко и Тунисе. Именно эти страны постоянно находятся в поле зрения как национальных, так и зарубежных инвесторов. Здесь открываются хорошие перспективы для фондовой торговли. Стратегических инвесторов привлекает возможность расширения своей производственной базы в странах с высоким совокупным внутренним спросом (Египет) или относительно высоким для нефтеимпортирующих арабских стран жизненным уровнем населения (Марокко и Тунис). Во всех трех странах широкая приватизационная кампания уже перешла из стадии подготовки в фазу реализации и создан инвестиционный климат, благоприятный для капитализации сбережений на рынках ценных бумаг.

Оценивая итоги развития ближневосточных фондовых рынков, нельзя не признать, что большой инвестиционный потенциал этой части мира пока раскрыт далеко не полностью и реализуется преимущественно в анклавной форме. Это характерно и для России.

В большинстве стран региона, где к концу XX века осуществлялась статистически уловимая торговля фондовыми ценностями и были созданы соответствующие финансовые институты, всплеск фондовой активности первой половины 90-х годов не перерос в долговременную тенденцию динамичного роста. Процесс формирования рынков перешел в эволюционную стадию, хотя некоторые страны (Турция, Израиль, Египет, Марокко и Тунис) продвигались в этом направлении опережающими темпами. Переход на следующую, ка-

чественно более высокую ступень развития сдерживается рядом факторов.

Медленные темпы экономических реформ, в том числе реформы хозяйственного механизма. Сохранение жесткого государственного контроля над рынком и высокий удельный вес государственных облигаций в обороте ценных бумаг ограничивают возможности частного сектора по размещению ценных бумаг и снижают привлекательность акций приватизируемых компаний. Для Ближнего Востока в целом характерна невысокая степень рассредоточения собственности на ценные бумаги. Малые масштабы использования акционерного способа финансирования и высокая иммобильность многих выпусков ценных бумаг (преимущественно корпоративных) сильно тормозят развитие национальных фондовых рынков. В институциональной структуре рынка по-прежнему доминирует государство и коммерческие банки, а другие финансовые посредники — инвестиционные фонды, страховые компании, брокерские фирмы — зачастую малочисленны и находятся в зависимом положении. За исключением Израиля и Турции, эти признаки недостаточной зрелости хозяйственного механизма в целом и фондового рынка в частности присутствуют в подавляющем большинстве ближневосточных стран.

Невысокий профиль участия большинства стран региона в международном разделении труда. Помимо торговли энергоресурсами экспортный потенциал региона пока ограничен, совокупный внутренний спрос также по мировым масштабам невелик либо из-за малой численности населения страны, либо вследствие его низкой покупательной способности. В этих условиях привлечь иностранный или репатриировать национальный капитал можно лишь в ограниченное число отраслей.

Сохранение напряженности в региональных международных отношениях и внутриполитической обстановке в отдельных странах. Высокие политические риски пре-

пятствуют интернационализации ближневосточных финансовых рынков. 90-е годы ярко продемонстрировали возможности позитивного воздействия понижения уровня конфликтности на приток иностранного капитала (равно как и разрушительные для рынка последствия отката в ослаблении международной напряженности).

Все это прямо или косвенно *препятствовало интернационализации ближневосточных фондовых рынков.* Сохранение экономических и административных барьеров на пути международного перелива капитала создает практически непреодолимые пределы роста национальных фондовых рынков, увеличивает отставание ближневосточного региона от мировых полюсов экономического роста.

Перечисленные факторы, вероятно, будут действовать и в первом десятилетии XXI века. Возможность ускорения формирования национальных фондовых рынков, их интеграции с мировыми финансовыми центрами или объединения на региональном уровне будет зависеть от динамичности хозяйственной либерализации и потребностей в капитальных ресурсах. Необходимость в расширении сферы накопления в связи с глубокими структурными преобразованиями способна стать главным двигателем развития фондового рынка. С проблемой дефицита капитальных ресурсов могут столкнуться не только большинство стран региона, никогда не являвшихся капиталозбыточными, но и страны — крупные экспортеры энергосистем, например, из-за ухудшения конъюнктуры на их основной экспортный товар.

Страны, обеспечившие себе доступ к многомиллиардным временно свободным капиталам, вращающимся на мировых финансовых рынках, наверняка смогут усовершенствовать свою хозяйственную структуру и ускорить экономическое развитие. Наилучшие шансы для этого имеют Израиль, Турция, нефтяные аравийские монархии и Египет. Даже в случае либерализации фондовых рынков главным факторами, опреде-

ляющими возможности притока на Ближний Восток западных капиталов и размещенных на Западе нефтяных капиталов аравийских монархий (на них приходится основная часть межстрановой миграции фиктивного капитала), останутся уровень хозяйственного развития капиталоимпортирующих государств, степень диверсификации и либерализации их экономики. Пока совокупная доходность фондовых ценностей, их надежность, норма прибыли в избранном для инвестиций виде производства здесь будут ниже, чем на Западе или на зарождающихся рынках, странам региона придется рассчитывать в основном на внутренние накопления и зарубежную финансовую помощь.

Наиболее вероятно усиление перелива капитала на субрегиональном уровне: между странами Персидского залива (здесь уже прорабатываются планы создания субрегиональной фондовой биржи), между Израилем и Турцией, между Турцией и отдельными арабскими странами, среди стран Магриба. Формирование общеарабского фондового рынка, а тем более объединение его с мощным израильским рынком может произойти лишь в самой отдаленной перспективе даже в случае ускоренного продвижения процесса мирного урегулирования на Ближнем Востоке. Барьеры на пути перелива капитала обычно рушатся на поздних стадиях хозяйственного сближения.

После того как экономика России вступит в фазу длительного устойчивого роста, возникнут условия для таких форм вывоза российского капитала за рубеж, которые не

будут наносить ущерба отечественному хозяйству, а послужат эффективным инструментом его интеграции в мировую экономику. Один из путей к внедрению на ближневосточные рынки проходит через фондовый рынок. Наиболее подходящими для российского капитала являются Израиль, Турция и отмеченные выше страны Северной Африки. Здесь наиболее либеральные на Ближнем Востоке условия для инвестирования иностранного капитала, набирает темпы приватизация промышленных, транспортных, финансовых и других компаний. Подъем экономики, а также относительная дешевизна акций (при растущем их предложении) притягивают сюда капиталы из других стран.

Хотя на отдельных ближневосточных рынках сохраняются ограничения на размещение акций иностранных фирм, основная часть сложившихся фондовых рынков способна служить не только сферой приложения, но и каналом мобилизации капиталов для российских инвесторов. В первую очередь это касается капиталозбыточных нефтяных монархий Аравийского полуострова. После событий 11 сентября 2001г. в США эти страны начали переводить свои капиталы с североамериканского континента в Европу и Азию.

Для укрепления партнерства в инвестиционной сфере российский бизнес мог бы использовать накопленный еще в советские времена многолетний опыт делового сотрудничества между отечественными и ближневосточными хозяйственными структурами.

Статья поступила в редакцию 14.11.2006

A. Fedorchenko

STOCK MARKET DEVELOPMENT IN THE MIDDLE EAST

The Russian stock market emerged 15 years ago. It saw both ups and downs but never turned into an effective mechanism able to induce large-scale investments. It is no wonder the Russian businesses which are able to attract investors have their own marketing strategies aimed at entering foreign markets. The success of the strategy depends largely on the knowledge and understanding of the organizational specific features, and its development trends and rules.

УДК 338.12

Е.А. Федорова

к. э. н., доцент Московской финансово-промышленной академии

КАЛЕНДАРНЫЕ АНОМАЛИИ НА РОССИЙСКОМ ФОНДОВОМ РЫНКЕ

Гипотеза о существовании абсолютно эффективных фондовых рынков является идеальной с точки зрения теории и не применима на практике. Данный факт подтверждается наличием ряда эмпирических закономерностей поведения обыкновенных акций, устойчиво проявляющихся из года в год. Другими словами, установлено существование сезонных циклов, или аномалий, в доходности акций, знать о которых важно участникам рынка — как тем, кто решает задачу максимальной капитализации бизнеса, так и тем, кто разрабатывает инвестиционную стратегию повышения конкурентоспособности компании.

Ключевым понятием предпринимательской организации является конкурентоспособность. Данное понятие разностороннее и распространяется на такие составляющие деятельности предприятия, как товар и основные его характеристики: качество, технология производства. Помимо этого, в научной литературе используются понятия конкурентоспособности региональной и национальной экономики. Структура понятия позволяет утверждать, что конкурентоспособность объекта складывается из конкурентоспособности его элементов и их организованности для достижения цели.

Существуют две стороны конкурентоспособности. Это элементы, составляющие ее (высокое качество товара, дополнительный сервис товара, обслуживание в течение всего срока службы и т.д.), и целевое решение задачи продажи товара в конкретной ситуации (конкретный покупатель с его индивидуальными потребностями, его возможность и способность выбирать из множества конкурирующих на рынке организаций по собственной шкале предпочтений, личных качеств самого продавца). Победа в конкурентной борьбе

(увеличение доли компании на рынке), по сути, выражает результаты конкурентоспособности.

Инвестиционные стратегии на фондовом рынке являются одним из элементов стратегии предприятия, оптимальная инвестиционная стратегия повышает конкурентоспособность предприятия. Статья не дает ответы на вопрос о выборе тактически выгодного вложения денег в ценные бумаги, но вооружает потенциального инвестора информацией, которую необходимо учитывать при формировании инвестиционных стратегий.

Уильям Шарп выделяет время инвестиционных вложений как один из элементов инвестиционной стратегии и рассматривает его наряду с такими составляющими инвестиционной стратегии, как сумма вложений, качественный состав инвестиционного портфеля, риск и т.д., поэтому результаты исследования календарных аномалий могут быть полезными потенциальному инвестору.

Гипотеза информационной эффективности фондовых рынков дала импульс многочисленным исследованиям в области

прогнозирования повышенной доходности отдельных видов ценных бумаг, связанной с их недооценкой рынком.

Фондовый рынок можно представить как информационную систему, на вход которой поступают данные финансовой отчетности предприятий, газетные публикации, информация рейтинговых агентств и другие сведения макро- и микроэкономического характера, а также политические новости, сообщения о природных катаклизмах и т. д. Реакция фондового рынка на поступающую информацию проявляется в виде изменения курсов ценных бумаг.

Фондовый рынок считается абсолютно эффективным по отношению к поступающей информации, если, используя данную информацию, невозможно принять решение о покупке или продаже ценных бумаг, позволяющее получить сверхприбыль.

Следует подчеркнуть, что гипотеза о существовании абсолютно эффективных фондовых рынков является идеальной с теоретической точки зрения и не применима на практике. Данный факт подтверждается наличием ряда эмпирических закономерностей поведения обыкновенных акций, устойчиво проявляющихся из года в год. Другими словами, было установлено существование сезонных циклов, или аномалий, в доходности акций. Одной из таких закономерностей является «эффект января» — наблюдающееся в течение не менее 70 лет превышение средней доходности акций в январе над их доходностью в другие месяцы года. Так, на Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE) средний размер этого превышения составляет около 3-процентных пунктов. На этой же бирже обнаружен «эффект дня недели»: доходность акций по понедельникам обычно имеет отрицательную величину. Подтверждением этому служат данные наблюдений за период свыше 25 лет. На Токийской фондовой бирже свыше 35 лет наблюдается «эффект малых фирм», проявляющийся в том, что доходность акций мелких компаний вы-

ше доходности бумаг крупных корпораций на величину порядка 5-процентных пунктов.

По мнению У. Шарпа, такие аномалии «должны быть малозаметны (если вообще существуют), поскольку они никак не учитываются традиционными моделями формирования цен»¹.

Ранние исследования не обнаружили какого-либо сильного доказательства существования эмпирических закономерностей в доходности обыкновенных акций. Но в ходе последующего изучения фондового рынка были выявлены систематические модели, указывающие, что уровни доходности ценных бумаг изменяются по дням недели. Такие исследования были проведены в ряде стран, а именно: Великобритании, США, Канаде, Японии, Финляндии и Австралии. Впервые «эффект дня недели» был выявлен Кеннетом Френчем (*Keneth French*) в 1980 году при изучении дневной доходности акций на Нью-Йоркской фондовой бирже за период с 1953 по 1977 год. Френч обнаружил, что в понедельник индексы цен открытия ниже, чем индексы цен закрытия в пятницу, и, как результат, доходности в понедельник обычно являются отрицательными².

В одном из исследований, посвященных выявлению календарных аномалий, Ану Агравал (*Anup Agrawal*) и Кишоре Тендон (*Kishore Tandon*) провели широкомасштабный анализ на рынках акций 19 стран мира, которые в совокупности представляли 95% всей мировой капитализации акций. Исследование подтвердило наличие «эффекта дня недели» на большинстве развитых рынков, однако проявляется он в разные дни: «эффект выходного дня» (средняя отрицательная доходность с момента закрытия рынков

¹ Шарп У., Александер Г., Бейли Дж. Инвестиции. — М.: ИНФРА-М, 2003. С. 531.

² French K.R. Stock Returns and the Weekend Effect//Journal of Financial Economics. 1980. March.

в пятницу до открытия в понедельник) наблюдается в США, Великобритании, Канаде, Германии, Италии, Бразилии; «эффект вторника» (средняя отрицательная доходность с момента закрытия рынков в понедельник до закрытия во вторник) — в Японии, Франции, Австралии, Гонконге, Бельгии, Сингапуре; «эффект пятницы» (самая высокая из 5 торговых дней доходность, приходящаяся на период с закрытия в четверг до закрытия в пятницу) наблюдается почти на всех рынках³.

Широкомасштабное исследование, проведенное Башером (*A. Basher*) и Садорски (*P. Sadorsky*) в 2003 году, включало анализ фондовых рынков на наличие «эффекта дня» и охватывало 21 недавно появившийся фондовый рынок. Авторы использовали различные модели с учетом условных и безусловных рисков. В результате исследования все модели подтвердили существование «эффекта дня» для Филиппин, Пакистана и Тайвани. В таких странах, как Аргентина, Малайзия, Таиланд и Турция, «эффект дня» был выявлен только некоторыми моделями⁴.

На основании изучения литературы, посвященной выявлению аномалий на фондовых рынках, была составлена сводная таблица (табл. 1).

Объяснению «эффекта выходного дня» было уделено большое внимание в литературе. Миллер (*Miller*) связал отрицательные доходности в конце недели с изменениями в решениях брокеров и инвесторов о купле-продаже акций. Инвесторы в течение недели настолько заняты, что сами исследовать рынок не могут и следуют рекомендациям брокеров покупать акции. Однако в выходные дни инвесторы освобождены от работы и не нуждаются в ус-

лугах брокеров. Поэтому они проводят собственные исследования фондового рынка и склонны к решению о продаже. В результате появляется избыток предложения акций при открытии биржи в понедельник. Гипотеза Миллера подтверждается очевидностью того, что брокеры, как правило, дают рекомендации на покупку акций, и, следовательно, заключаются нестандартные биржевые сделки (менее 100 акций). Согласно данным исследования Миллера, объем нестандартных биржевых сделок высок в конце недели и снижается к понедельнику. Таким образом, отдельные инвесторы имеют тенденцию к продаже акций в понедельник, когда торговля стандартным пакетом акций снижает ликвидность⁵.

Другим объяснением отрицательного «эффекта выходного дня» является то, что цены закрытия «слишком высокие» по пятницам и «слишком низкие» по понедельникам.

Первый вариант связывает необычайно высокие цены закрытия в пятницу с задержкой платежей. Задержка между датой продажи и расчетной датой создает беспроцентный заем, существующий до даты платежа. Пятничные покупатели имеют два дополнительных дня беспроцентного кредита, создавая стимул покупать в пятницу, тем самым поднимая пятничные цены. Снижение цен за выходные ведет к ликвидации этого стимула. Эта гипотеза подтверждается межнедельным соотношением объемов и доходностей. Пятница — это день с самым большим объемом и с самой высокой положительной доходностью акций.

Второй вариант, гипотеза дивидендного исключения утверждает, что цены понедельника «слишком низкие», так как большинство продаваемых по понедельникам

³ Agrawal A., Tandon K. *Anomalies or Illusions? Evidence from Stock Markets in Eighteen Countries*//*Journal of International Money and Finance*. № 13. P. 83-106.

⁴ Basher Syed A., Sadorsky Perry. *Day of the Week Effects in Emerging Stock Markets*. 2003.

⁵ Miller Edward M., Prather Larry J. and Mazumder M. Imtiaz. *Day of the Week Effects among Mutual Funds*//*Quarterly Journal of Business and Economics*. 2003. № 42. P. 113-128.

Таблица 1

ИССЛЕДОВАНИЯ КАЛЕНДАРНЫХ АНОМАЛИЙ

Френч (<i>French</i> , 1980)	Отрицательная доходность в понедельник, индекс <i>Standart and Poor's Composite Index</i>
Гиббонс и Хесс (<i>Gibbons, Hess</i> , 1981)	Отрицательная доходность в понедельник, индекс <i>The Dow Jones Industrial Index</i> ⁶
Кейм и Стамбай (<i>Keim, Stambaugh</i> , 1984)	Отрицательная доходность в понедельник, индекс <i>Standart and Poor's Composite Index</i> , и положительная корреляция между доходностями в пятницу и в понедельник ⁷
Рогальский (<i>Rogalski</i> , 1984)	Доказательство существования «эффекта выходного дня» только между декабрем и февралем ⁸
Джефф и Вестерфилд (<i>Jeff, Westerfield</i> , 1985)	Отрицательная доходность во вторник на рынках Японии и Австралии ⁹
Боард (<i>Board</i> , 1988)	«Обратный эффект выходного дня» на Британском фондовом рынке ¹⁰
Конолли (<i>Conolly</i> , 1989)	Исчезновение «эффекта выходного дня» в США после 1975 года ¹¹
Солник и Бускет (<i>Solnik, Bousquet</i> , 1990)	Отрицательная доходность во вторник на Парижской фондовой бирже, индекс <i>CAC</i> ¹²
Барон (<i>Barone</i> , 1990)	Отрицательная доходность во вторник на Миланской фондовой бирже, индекс <i>MIB</i> ¹³
А. Башер (<i>A. Basher</i>) и П. Садорски (<i>P. Sadorsky</i> , 2003)	«Эффект понедельника» — Малайзия, Тайвань, Таиланд, Турция, Аргентина, Южная Африка. «Эффект вторника» — Пакистан (отрицательная доходность), Филиппины, Израиль, Индонезия. «Эффект среды» — Аргентина, Польша. «Эффект четверга» — Турция. «Эффект пятницы» — Тайвань (положительная доходность), Турция, Филиппины

⁶ Gibbons M.R. and Hess P.J., *Day of the Week Effect and Asset Returns*//*Journal of Business* 54, №4 (1981). 1981. P. 579-596.

⁷ Keim P.B. and Stambaugh R.F., *A Further Investigation of the Weekend Effect in Stock Returns*//*Journal of Finance* 39, №3 (July 1984). 1984. P. 819-840.

⁸ Rogalsky R., *New Findings Regarding Day of the Week Returns over Trading and Non-Trading Periods*//*Journal of Finance*. 1984. December. №39. P. 1609-1614.

⁹ Jeffery J., Westerfield R., *Patterns in Japanese Common Stock Returns: Day of the Week and Turn of Year Effects*//*Journal of Financial and Quantitative Analysis*. 1985. June. №2. P. 263.

¹⁰ Board J.L. G. and Sutcliffe C.M. S., *The Weekend Effect in UK Stock Market Returns*//*Journal of Business and Financial Accounting* 15, 1988. №2 (summer 1988). P. 199-213.

¹¹ Connolly R., *An Examination of the Robustness of the Weekend Effect*//*Journal of Financial and Quantitative Analysis* 24. 1989. №2. P. 133-169.

¹² Solnik B. and Bousquet L., *Pay of the Weekend Effect on Paris Bourse*//*Journal of Banking and Finance* 14. 1990. P. 461-468.

¹³ Barone E., *The Italian Stock Market — Efficiency and Calendar Anomalies*//*Journal of Banking and Finance* 14. 1990. P. 483-509.

акций являются бездивидендными. В действительности, большинство исследований «эффекта дня» игнорируют дивидендные платежи при расчете ежедневных доходностей.

В соответствии с гипотезой информационной реализации информация, реализуемая в течение недели, имеет тенденцию быть положительной, а информация, реализуемая в выходные дни, — тенденцию быть отрицательной. Фирма, получающая эффективную информацию, реализует ее быстро. Следовательно, инвесторы смогут набавить цену акций. А при плохой осведомленности инвесторы получают информацию уже после закрытия биржи в пятницу.

Абрахам (Abraham) и Икенберри (Ikenberry) в 1994 году выдвинули гипотезу последовательной корреляции. Цена понедельника обуславливается ценой пятницы. «Сильные» пятницы ведут к положительной доходности в выходные, а «слабые» — к отрицательной доходности. Одна треть пятниц показывает снижение цен, что обуславливает результаты понедельника, учитывая предположение, что «плохие» пятницы сильно влияют на торги в понедельник¹⁴.

Для российского рынка ценных бумаг исследование календарных аномалий было проведено Муратом Курашиновым в 2004 году. Автор проанализировал данные индексов РТС и ММВБ за период с 1 августа 1998 г. по 31 августа 2004 г., вычисляя среднюю доходность индексов по дням недели. Результатом исследования стало выявление ярко выраженного «эффекта среды». Данную аномалию М. Курашинов объясняет с помощью гипотезы, основанной на трейдерском опыте автора: *в среду более успешные трейдеры начинают фиксировать прибыль, в то время как другие участники рынка, обеспокоенные возможной потерей текущей прибыли, ликвидируют свои позиции*¹⁵.

До настоящего времени для фондового рынка России не проводились исследования на наличие «эффекта месяца» и «эффекта праздничных дней». Мы решили восполнить этот недостаток.

В ходе изучения использовалось два подхода: анализ на основе расчета средней доходности и регрессионный анализ. Было проведено исследование российского рынка акций на наличие таких аномалий, как «эффект дня недели», «эффект праздничных дней» и «эффект месяца». Для этого были использованы два самых широко распространенных индекса — РТС и ММВБ. По индексу РТС анализ проводился с 1 сентября 1995 г. по 3 ноября 2005 г., по индексу ММВБ — с 22 сентября 1997 г. по 2 ноября 2005 г. Доходность за торговый период вычислялась по формуле:

$$R_t = (P_{\text{закр.}t} - P_{\text{закр.}t-1}) / P_{\text{закр.}t-1},$$

где $P_{\text{закр.}t}$ — уровень закрытия индекса в день t ;

$P_{\text{закр.}t-1}$ — уровень закрытия индекса в день, предшествующий дню t .

Для оценки изучаемых эффектов была использована модель линейной регрессии.

Для исследования «эффекта дня» и «эффекта праздничных дней»:

$$Y = c_0 + \sum_{i=1}^5 c_i \cdot d_i + c_6 \cdot h_i + E_i,$$

где Y — значение доходности индексов РТС, ММВБ;

¹⁴ Abraham and Ikenberry David L., *The Individual Investor and the Weekend. Effect*//*Journal of Financial and Quantitative Analysis* 29. 1994. № 1. March. P. 263-277.

¹⁵ Курашинов Мурат. «Эффект среды», или национальная черта российского рынка ценных бумаг//*Рынок ценных бумаг*. 2004. № 20 (275). С. 13-15.

c_i — коэффициенты регрессии;
 d_i — день недели;
 h_i — 2 дня до праздничного дня и 2 дня после праздничного дня;
 E_i — случайные отклонения.

Для исследования «эффекта месяца»:

$$Y = c_0 + \sum_{j=1}^{12} c_j \cdot d_j + E_i,$$

где Y — значение доходности индексов РТС, ММВБ;

c_i — коэффициенты регрессии;
 d_i — месяц;
 E_i — случайные отклонения.

Результаты оценки регрессий представлены в таблицах (Приложения 1, 2).

Полученные результаты подтверждают наличие следующих аномалий на российском фондовом рынке: по индексу РТС выявлены «эффект вторника» и «эффект праздничного дня».

Эти аномалии характерны и для западных фондовых рынков. При анализе уравнения регрессии на наличие «эффекта месяца» был получен «эффект сентября» (результат регрессионного анализа совпал с результатом анализа средней доходности) (рис. 1). В табл. 2 показана доходность индексов по месяцам от закрытия до закрытия в процентах по индексу РТС.

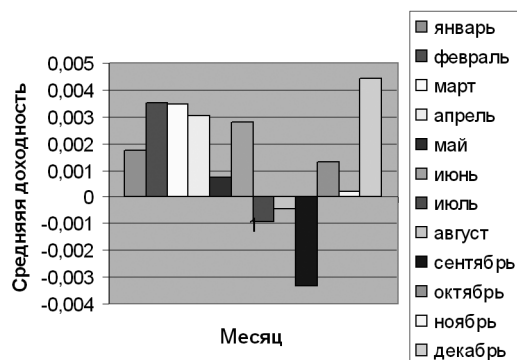


Рис. 1. Средняя доходность РТС по месяцам

Проанализировав среднюю доходность индекса РТС по месяцам, можно заметить, что самая низкая доходность наблюдается в сентябре, причем она значительно ниже нуля. Это позволяет сделать вывод о том, что на российском фондовом рынке проявляется такая аномалия, как «эффект сентября».

В табл. 3 показана доходность индексов ММВБ по дням недели, по индексу ММВБ обнаружен «эффект среды», что совпадает с результатами анализа средней доходности индексов за исследуемый период.

Из рис. 2 видно, что пятница — самый доходный день недели. В этом российский рынок похож на большинство западных рынков. Но на российском рынке ценных бумаг проявляется своеобразная нацио-

Таблица 2

**ДОХОДНОСТЬ ИНДЕКСОВ ПО МЕСЯЦАМ
(ОТ ЗАКРЫТИЯ ДО ЗАКРЫТИЯ), %**

Индекс	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
РТС	0,0017	0,0035	0,0035	0,0031	0,0007	0,0028	-0,0009	-0,0005	-0,0033	0,0013	0,0002	0,0044

Таблица 3

**ДОХОДНОСТЬ ИНДЕКСОВ ПО ДНЯМ НЕДЕЛИ
(ОТ ЗАКРЫТИЯ ДО ЗАКРЫТИЯ), %**

Индекс	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница
ММВБ	0,0036	0,0020	-0,0024	0,0013	0,0024

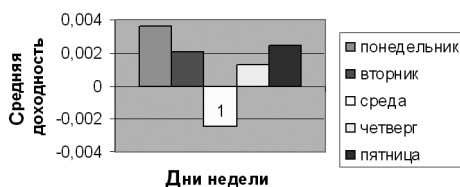


Рис. 2. Средняя доходность ММВБ по дням недели

нальная особенность: средняя доходность среды существенно ниже, чем исторические доходности прочих рабочих дней недели. Более того, она заметно ниже нуля, при том, что доходность во все остальные дни недели положительная. Это дает основание говорить о наличии ярко выраженного «эффекта среды» на российском фондовом рынке.

Логически объяснить данные эффекты очень трудно. По сути, и на западе не существует вразумительного толкования проявления аномалий рынка ценных бумаг. Но можно выдвинуть гипотезу о том,

что календарные отклонения объясняются поведением трейдеров и обусловлены их психологией. Инвесторы стремятся закончить все свои финансовые дела до наступления праздников и выходных дней, что и является причиной их активности в предпраздничные дни и в пятницу. Проявление таких эффектов, как «эффект вторника» и «эффект среды» может быть объяснено тем, что некоторые люди считают какие-либо дни недели неудачными и их не волнует, первый это день торгов или какой-либо другой.

В результате исследования календарных аномалий можно с уверенностью сказать, что использование полученной информации о доходности финансовых вложений в разные дни недели, месяца и выходных и праздничных дней дает возможность определить время наиболее эффективных вложений на российском фондовом рынке.

Статья поступила в редакцию 30.10.2006

E. Fedorova

THE SEASONAL RUSSIAN STOCK MARKET ANOMALIES

The absolutely effective stock markets are an idealistic theory not applicable to practice. The real behavior trends ordinary shares demonstrate on a year-to-year basis prove that the statement is true. In other words, there are regular cycles, or anomalies, of the shares life cycle. It is important for the market players (both those who deal with the market capitalization and those who develop an investment strategy to increase the company competitiveness level) to know about them.

RTS = 0,001613 - 0,000306 * MON - 0,004212 * TU - 0,000796 * WEN + 0,001349 * TH + 0,000557 * FR + 0,003732 * HOL				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	0,001613	0,002071	0,778517	0,4363
C(2)	-0,000306	0,002318	-0,132076	0,8949
C(3)	-0,004212	0,002404	-1,752270	0,0798
C(4)	-0,000796	0,002420	-0,328766	0,7424
C(5)	0,001349	0,002391	0,564108	0,5727
C(6)	0,000557	0,002306	0,241745	0,8090
C(7)	0,003732	0,001986	1,879488	0,0603
R-squared	0,005932	Mean dependent var		0,001314
Adjusted R-squared	0,003581	S.D. dependent var		0,028945
S.E. of regression	0,028893	Akaike info criterion		-4,247689
Sum squared resid	2,117898	Schwarz criterion		-4,231615
Log likelihood	5410,060	Durbin-Watson stat		1,683807

MMVB = 0,003372 + 0,000111 * MON - 0,001482 * TU - 0,006069 * WEN - 0,002517 * TH - 0,001313 * FR + 0,003677 * HOL				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	0,003372	0,002523	1,336622	0,1815
C(2)	0,000111	0,002873	0,038557	0,9692
C(3)	-0,001482	0,002967	-0,499389	0,6176
C(4)	-0,006069	0,002977	-2,038810	0,0416
C(5)	-0,002517	0,002942	-0,855385	0,3924
C(6)	-0,001313	0,002852	-0,460384	0,6453
C(7)	0,003677	0,002491	1,476435	0,1400
R-squared	0,005454	Mean dependent var		0,001605
Adjusted R-squared	0,002503	S.D. dependent var		0,032529
S.E. of regression	0,032489	Akaike info criterion		-4,012415
Sum squared resid	2,134231	Schwarz criterion		-3,993042
Log likelihood	4077,595	Durbin-Watson stat		1,716467

Приложение 2

RTS = 0,005547-0,004388*JU - 0,001317*FEB - 0,003194*MAR - 0,001292*AP - 0,006612*MAY - 0,001853*JUNE - 0,006468*JULY - 0,006255*AUG - 0,008756*SEM - 0,003746*OCT - 0,006385*NOV				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	0,005547	0,001984	2,796091	0,0052
C(2)	-0,004388	0,002902	-1,511917	0,1307
C(3)	-0,001317	0,002855	-0,461456	0,6445
C(4)	-0,003194	0,002812	-1,135531	0,2563
C(5)	-0,001292	0,002790	-0,463256	0,6432
C(6)	-0,006612	0,002882	-2,294441	0,0218
C(7)	-0,001853	0,002837	-0,653056	0,5138
C(8)	-0,006468	0,002774	-2,331505	0,0198
C(9)	-0,006255	0,002780	-2,249939	0,0245
C(10)	-0,008756	0,002734	-3,203358	0,0014
C(11)	-0,003746	0,002712	-1,381239	0,1673
C(12)	-0,006385	0,002830	-2,256428	0,0241
R-squared	0,008291	Mean dependent var		0,001314
Adjusted R-squared	0,003983	S.D. dependent var		0,028945
S.E. of regression	0,028887	Akaike info criterion		-4,246134
Sum squared resid	2,112872	Schwarz criterion		-4,218580
Log likelihood	5413,082	Durbin-Watson stat		1,692382

MMVB = 0,005109-0,003177 * JU - 0,003569 * AP - 0,006272 * MAY - 0,004983 * JUNE - 0,006119 * JULY - 0,005696 * AUG - 0,003713 * SEM - 0,002861 * OCT - 0,003481 * NOV - 0,002154 * DEC				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	0,005109	0,001800	2,838613	0,0046
C(2)	-0,003177	0,003217	-0,987363	0,3236
C(5)	-0,003569	0,003060	-1,166328	0,2436
C(6)	-0,006272	0,003210	-1,953999	0,0508
C(7)	-0,004983	0,003114	-1,600102	0,1097
C(8)	-0,006119	0,003037	-2,014714	0,0441
C(9)	-0,005696	0,003037	-1,875496	0,0609
C(10)	-0,003713	0,003032	-1,224704	0,2208
C(11)	-0,002861	0,002926	-0,977598	0,3284
C(12)	-0,003481	0,003114	-1,117838	0,2638
C(13)	-0,002154	0,003072	-0,701333	0,4832
R-squared	0,003729	Mean dependent var		0,001605
Adjusted R-squared	-0,001208	S.D. dependent var		0,032529
S.E. of regression	0,032549	Akaike info criterion		-4,006740
Sum squared resid	2,137931	Schwarz criterion		-3,976297
Log likelihood	4075,838	Durbin-Watson stat		1,723980

УДК 339.137.21

А.Р. Алавердов, д. э. н., профессор,
Московская финансово-промышленная академия

КОНКУРЕНЦИЯ НА ВНУТРИФИРМЕННОМ РЫНКЕ ТРУДА: ВОЗМОЖНОСТИ И ОПАСНОСТИ ДЛЯ РАБОТОДАТЕЛЯ

Российские работодатели сегодня стоят перед непростым выбором. С одной стороны, активная конкуренция между работниками на внутрифирменном рынке труда создает для них дополнительные «стратегические возможности» по кадровому направлению деятельности. С другой — искусственное стимулирование такой конкуренции создает «стратегические опасности», важнейшими из которых выступают возможное ухудшение психологического климата в трудовом коллективе и локальные проявления прямой нелояльности со стороны отдельных его представителей.

Механизм действия закона конкуренции на рынке труда служил объектом исследования для многих зарубежных и отечественных ученых¹. Они аргументировано доказали, что и на данном, очень специфичном по характеру рынке, конкуренция играет в целом положительную роль. Она, в частности, создает условия для постоянного повышения качества как основного товара — «рабочая сила», так и сопутствующих сервисных услуг (образовательных, посреднических, консалтинговых и т.п.). В настоящей статье делается попытка выявить формы, побудительные мотивы и механизм конкурентных отношений на одном из сегментов рынка труда, сам факт существования которого долгое время ставился под сомнение. Имеется в виду внутрифирменный рынок труда, охватывающий совокупность отношений, связанных с потреблением то-

вара «рабочая сила» внутри конкретной организации.

На первый взгляд, мы не найдем принципиальных отличий в действии закона рыночной конкуренции как стихийного регулятора внешнего для работодателя и внутрифирменного рынка труда. В обоих случаях он влияет на хозяйственное поведение наемных работников — продавцов товара «рабочая сила», вынужденных вступать в соперничество между собой.

На внешнем рынке труда поводом для такого соперничества является стремление любого работника, как минимум, не пополнить собою рынок резервной рабочей силы, т.е. найти работу по специальности. Для наиболее квалифицированной части работников более актуальной является задача по трудоустройству в организацию, имеющую высокий рейтинг как работодателя на конкретном отраслевом или региональном сегменте рынка труда. Здесь уровень конкуренции между кандидатами на трудоустройство по очевидным причинам будет существенно выше.

¹ Дж. Кейнс, Ф.Тейлор, А.Маслоу, М.Армстронг, А.Павленков, А.Шулус, В.Булавин, Н.Волгин и др.

На внутрифирменном рынке труда конкуренция между работниками проявляется в форме соперничества за возможность, во-первых, сохранить уже имеющееся рабочее место (например, в случае вынужденного сокращения персонала организации) и, во-вторых, улучшить условия своего труда. Решение последней задачи в современных условиях обеспечивается не только механическим продвижением вверх по «карьерной лестнице», но и «горизонтальными должностными перемещениями». Например, несколько сотрудников одного структурного подразделения могут соперничать между собой за право занять рабочее место с более комфортными условиями труда, более творческими служебными функциями, лучшими перспективами для повышения профессиональной квалификации.

Таким образом, как в первом, так и во втором случае соперничество между продавцами товара «рабочая сила» явно «на руку» работодателю. Благодаря действию закона рыночной конкуренции на внешнем рынке труда он имеет возможность привлечь лучших из имеющихся кандидатов на трудоустройство, отбирая их на конкурсной основе. На внутрифирменном рынке труда рассматриваемый закон обеспечивает работодателю эффективный инструмент мотивации собственного персонала, способствующий росту его трудовой активности, ответственности и лояльности.

Одной из приоритетных задач персонального менеджмента должна быть постоянная мотивация усиления конкуренции между работниками на всех уровнях управления и во всех структурных подразделениях. Насколько оправдано подобное целепологание с позиции стратегических интересов современной организации по кадровому направлению ее деятельности? Сопоставим «стратегические опасности» и «стратегические возможности», обеспечиваемые работодателю активной конкуренцией на внутрифирменном рынке труда. Прикладной же задачей настоящей статьи является выявление

методов, которыми следует регулировать интенсивность конкуренции между работниками организации, не опасаясь нанести ущерб ее долгосрочным рыночным интересам. В качестве общего методического ограничения, соблюдаемого в рамках данного исследования, определяется необходимость учета особенностей рынка труда в условиях транзитивной экономики и, главное, специфической трудовой ментальности россиян.

Уточним «стратегические возможности», обеспечиваемые работодателю действием закона конкуренции на внутрифирменном рынке труда. В условиях стран с исторически сложившейся рыночной экономикой он в первую очередь мотивирует работника к максимально ответственному исполнению обязательств перед работодателем. Именно страх потери работы является для большинства трудоспособного населения указанных выше стран главным побудительным мотивом к добросовестному труду. Важнейшим социальным достижением государств, правительства которых в последние десятилетия проводят активную политику по регулированию рынка труда, стала практическая реализация принципа «хорошо работаешь — хорошо живешь». Даже труд не самой высокой квалификации сегодня позволяет работнику обеспечить достойный уровень жизни. Поэтому, устроившись на работу, он любой ценой стремится избежать угрозы вновь вступить в конкурентные отношения на внешнем рынке труда в качестве представителя сегмента «рынка резервной рабочей силы». Подобная «целевая установка», обеспечивает работодателям многие дополнительные возможности. В частности, существенно упрощается система экономической мотивации персонала. Сегодня в ней практически отсутствуют регулярные вознаграждения в форме, например, квартальных премий, надбавок за трудовой стаж или дополнительные профессиональные навыки. Кроме того, отсутствует надобность в сложном и строго формализованном механизме управления дисципли-

нарными отношениями, особенно трудовой дисциплиной. Столь же эффективно закон конкуренции на внутрифирменном рынке труда влияет и на стремление наемных работников к быстрой и успешной карьере.

Поэтому в странах с исторически сложившейся рыночной экономикой работодатели стремятся любыми путями поощрять конкуренцию между своими сотрудниками, вплоть до использования методов, которые трудно признать этическими. Так, во многих корпорациях в странах ЕС и, особенно, в США активно поощряются «доверительные обращения к администрации о нарушениях, допущенных коллегами по работе» (фактически — прямые доносы). При этом поступившие от сотрудников «обращения» позиционируются во внутренних регламентах корпорации в качестве доказательства «высокой лояльности интересам работодателя», т.е. одного из условий для успешной карьеры.

В качестве примера можно привести три методики. Во многих фирмах на одну вакантную должность нанимают от двух до трех практикантов (стажеров) с испытательным сроком от одного до шести месяцев, извещая их о том, что по его завершении рабочее место получит только один. Широко распространена и методика публичной балльной оценки сотрудников фирмы по итогам месяца, квартала и года. Разница между фактически выставленным и максимально возможным оценочным баллом у сотрудников одного подразделения наглядно демонстрирует им «успехи в конкурентной борьбе друг с другом», следовательно, шансы не только на повышение в должности или окладе, но и на увольнение. Наконец, американская школа персонального менеджмента прямо рекомендует руководителям младшего и среднего звена искать будущего приемника из числа подчиненных путем публичного выдвижения на эту роль нескольких кандидатов. Таким образом, конкуренты — соискатели вышестоящей должности — определяются в ди-

рективном порядке, а соперничество между ними приобретает совершенно открытый и официально одобренный характер.

Методы искусственного поощрения конкуренции на внутрифирменном рынке труда стран с исторически сложившейся рыночной экономикой обычно не вызывают резкой негативной реакции у наемных работников. Их ментальность, в том числе трудовая, воспринимает конкуренцию как естественное состояние, «образ жизни» не только хозяйствующих субъектов, но и физических лиц. Поэтому реализация работодателем соответствующих управленческих процедур не воспринимается как «ущемление социальных интересов» работника и не ухудшает состояние психологического климата в трудовых коллективах. Более того, даже отношения между прямыми конкурентами обычно не приобретают конфликтного характера. Оба претендента психологически воспринимают сложившуюся ситуацию как неизбежный этап профессиональной карьеры и четко разделяют свои отношения на личные и служебные.

В России конкуренция на рынке труда появилась отнюдь не с момента начала глобальных политических и экономических реформ. Она, пусть и в скрытом виде, существовала и в эпоху официального отсутствия рыночных отношений, в том числе в трудовой сфере. Именно закон рыночной конкуренции определял высокие конкурсы в вузы, обеспечивающие возможность последующего трудоустройства на престижные предприятия. Он влиял на кадровую политику организаций, не пользующихся авторитетом в качестве работодателей, вынуждая их руководителей «закрывать глаза» на откровенные нарушения работниками трудовой и производственной дисциплины. На внутрифирменном рынке труда (или, как это определялось в тот период, в «сфере внутрихозяйственных трудовых отношений») сложились как формальные, так и неформальные методы конкурентной борьбы за возможность опе-

редить соперников в движении по «карьерной лестнице». Так, неформальные конкурентные преимущества получали члены партии и активисты любых других общественных организаций.

Показательно, что в дореформенный период конкурентные отношения проявляли себя и в хозяйственном поведении работодателей. Переманивание высококвалифицированных рабочих и специалистов неоднократно становилась предметом разбирательства в соответствующих отраслевых министерствах и территориальных партийных инстанциях. Аналогичные тенденции наблюдались и на внутрихозяйственном уровне, особенно в крупных организациях, имеющих разветвленную филиальную сеть или однотипные по характеру производства подразделения (строительные участки, цеха, транспортные колонны и т.п.). Однако до конца 80-х годов прошлого века отношения конкуренции в сфере трудовых отношений в нашей стране не пропагандировались и не поощрялись.

Ситуация принципиально изменилась после появления на отечественном рынке труда частных работодателей. Многие из них, особенно функционирующие в динамично развивающихся отраслях (например, банковский и страховой бизнес, торговля и пр.), изначально ориентировались на использование зарубежных моделей менеджмента, включая и персональный. Они ожидали, что высокий уровень оплаты труда, в сравнение со старыми государственными предприятиями, перспективы быстрого карьерного роста, другие аналогичные стимулы автоматически активизируют конкурентные отношения между работниками как на внешнем, так и на внутрифирменном рынке труда. В отношении внешнего рынка труда их ожидания в целом оправдались. Например, одной из престижнейших сфер трудовой деятельности в 90-х годах стал банковский сектор, поэтому устроиться в кредитную организацию даже на должность рядового клерка считалось очень большой удачей.

Нельзя не отметить, что в условиях транзитивной экономики с характерными для нее диспропорциями в развитии отраслей, закон рыночной конкуренции не в меньшей степени влиял на хозяйственное поведение работодателей. В частности, стремительное развитие банковской системы России в первой половине 90-х годов обусловил острый дефицит квалифицированных банковских служащих и, соответственно, жесточайшую конкуренцию между работодателями. Переманивание кадров у конкурентов стало едва ли не основным методом комплектации штата большинства вновь создаваемых банков. Первыми «жертвами» такой конкуренции стали государственные кредитные организации, потерявшие за первые два-три года после начала реформ до трех четвертей своих кадровых работников. Далее их судьбу разделили частные банки, на своем опыте осознавшие, что сотрудника значительно проще переманить у конкурента, чем потом удержать. Именно конкуренция между частными работодателями способствовала быстрому развитию в крупных городах России сети рекрутинговых, а точнее «хэндхантерских» агентств, оказывающих услуги, в том числе и по переманиванию к клиенту нужных ему специалистов конкурирующих организаций.

При формировании системы персонального менеджмента некоторые работодатели «приняли на вооружение» и те элементы соответствующего зарубежного опыта, которые были направлены на искусственное поощрение отношений конкуренции между работниками на внутрифирменном рынке труда. К сожалению, они далеко не всегда оправдывали возложенные на них надежды в части повышения эффективности и качества труда персонала и даже состояния трудовой дисциплины. Вместе с тем попытки работодателя искусственно спровоцировать развитие отношений конкуренции между сотрудниками почти всегда приводили к ухудшению психологического климата в трудовом коллективе, а иногда и к более серьезным последствиям.

В этом отношении показателен пример из практики кадровой работы одного из крупных российских банков, топ-менеджмент которого публично декларировал свою приверженность отношениям «здоровой конкуренции» между сотрудниками. Начальник отдела, готовившийся к уходу на пенсию, на общем собрании своего коллектива в лучших традициях американской школы персонального менеджмента публично назвал двух своих возможных приемников. В оставшиеся до ухода шефа полтора года они должны были показать, кто является более достойной кандидатурой. Результат оказался совершенно неожиданным для администрации банка. Уже через два месяца после начала «здорового соревнования» между соискателями должности руководителя коллектив отдела фактически раскололся на две открыто враждебных друг другу команды, каждая из которых поддерживала своего кандидата. Отношения между членами этих «групп поддержки» внешне не выходили за допустимые рамки, но работа подразделения была серьезно нарушена. В его повседневную практику прочно вошли служебные записки с взаимными обвинениями в некомпетентности, требования документального оформления любых внутрислужебных коммуникаций, анонимные доносы в службу безопасности банка. «Последней каплей» стал факт потери банком корпоративного *VIP*-клиента, чьи финансовые документы по необъяснимым причинам исчезли из данного подразделения. Непосредственный виновник обнаружен не был, но сам за себя говорит тот факт, что этого клиента «привел» в банк и лично курировал один из двух соперничающих кандидатов. В результате топ-менеджмент вынужден был пойти на радикальные меры. Отдел был фактически полностью реорганизован и 27 из 31 его сотрудника (включая начальника и обоих его возможных приемников) были либо уволены, либо переведены из центрального офиса в филиалы.

С чем связана подобная реакция персонала на попытки администрации искус-

ственно стимулировать конкуренцию на внутрифирменном рынке труда? Специалисты-практики из числа менеджеров и экспертов кадровых служб основной причиной является специфическая ментальность отечественного персонала. Вопрос о национальных особенностях трудовой ментальности россиян и влиянии их на механизм управления персоналом является предметом самостоятельного исследования². С учетом тематики настоящей статьи рассмотрим только два ее проявления, прямо связанных с проблемой конкуренции на внутрифирменном рынке труда.

Во-первых, для большинства россиян, в отличие от граждан государств с исторически сложившейся рыночной экономикой, возможная потеря работы не является угрозой жизненно важного характера. По причинам исторического характера, трудовая деятельность до настоящего времени так и не вошла в число их главных жизненных приоритетов, определяющих все аспекты хозяйственного поведения. Поэтому для наших соотечественников не является однозначным выбор между угрозой потери работы и необходимостью жесткой конкуренции с коллегами, в том числе с использованием не всегда этических методов. В результате традиционные сегодня предупреждения некоторых руководителей, что на место данного подчиненного найдутся «десяток желающих», чаще производит обратный эффект, провоцируя его к инициативному увольнению.

Во-вторых, отношение россиян к коллегам по работе характеризуется большей открытостью, постоянной готовностью к бескорыстной помощи, лучшей способностью работать в составе «единой команды». Вместе с тем для наших сограждан свойственно психологическое неприятие отноше-

² Алавердов А.Р. Еще раз к вопросу о трудовой ментальности россиян/Ученые записки МФПА: Развитие человеческих ресурсов и профессиональные компетенции. Вып. 1. — М.: Маркет ДС, 2006.

ний открытой конкуренции за улучшение условий найма. Многие молодые специалисты, не скрывающие от своих старших коллег амбициозных планов быстрого карьерного роста, уже столкнулись с психологическим отчуждением, а иногда — прямым отторжением в трудовых коллективах. В первую очередь это коснулось выпускников вузов, переработавших содержание соответствующих учебных дисциплин в соответствии с «западными» образовательными стандартами. Рассматриваемую здесь особенность трудовой ментальности россиян определили исторически сформировавшиеся традиции в организации их трудовой деятельности. В нашей стране труд коллективный всегда имел большее распространение, нежели индивидуальный. В большинстве стран Запада, вплоть до начала промышленной революции в середине XVIII века, в роли основных товаропроизводителей выступали индивидуальные крестьянские хозяйства, ремесленники и иные мелкие предприниматели. В дальнейшем при организации труда промышленных рабочих основная ставка всегда делалась на управление конкретными рабочими местами, а не трудовыми коллективами (сдельная форма оплаты труда, отсутствие форм коллективной мотивации персонала, поощрение конкуренции между работниками).

В России ситуация была принципиально иной. Вплоть до 1909 года около 70 % населения нашей страны жило и работало в условиях сельской общины, где даже после отмены крепостного права значительная часть работ выполнялось крестьянами совместно (эта традиция приобрела дальнейшее развитие в колхозных хозяйствах и совхозах). При организации труда промышленных рабочих до 1861 года широко практиковалась «бригадно-поурочная» система организации и оплаты труда. Плановый объем выработки на день или неделю (т.е. «урок») устанавливался всему коллективу, а не отдельно взятому рабочему. Аналогично начислялся и заработок. Пока-

зательно, что одним из последних крупномасштабных экономических экспериментов «эпохи развитого социализма» было внедрение коллективных форм организации и оплаты труда в большинстве отраслей народного хозяйства СССР. Со времен Древней Руси значительную часть строительных работ в нашей стране выполняют артели, т.е. добровольно организованные объединения работников, самостоятельно распределяющие между собой объемы работ и коллективный заработок. Привычка россиян к коллективному труду и уравнительному принципу распределения его результатов определила своеобразное отношение к тем, кто в процессе трудовой деятельности пытается так или иначе подчеркнуть собственную индивидуальность. В результате в повседневном общении сохранились уничижительные выражения «карьерист» и «рвач» (в отношении коллег, открыто стремящихся к быстрому продвижению по службе и высокому заработку).

Таким образом, российские работодатели сегодня стоят перед непростым выбором. С одной стороны, активная конкуренция между работниками на внутрифирменном рынке труда создает для них дополнительные «стратегические возможности» по кадровому направлению деятельности, сформулированные нами в первой части статьи. С другой стороны, искусственное стимулирование такой конкуренции создает «стратегические опасности», важнейшими из которых выступает возможное ухудшение психологического климата в трудовом коллективе и локальные проявления прямой нелояльности со стороны отдельных его представителей. Существует ли «золотая середина» между этими опасностями и возможностями? Ниже формулируются лишь несколько *общих выводов и рекомендаций*, отражающих его личный опыт, равно как и опыт ряда его коллег, в том числе профессиональных психологов.

Во-первых. Прежде чем принимать стратегическое решение об использовании ме-

ханизмов искусственного поощрения конкуренции между своими работниками, администрация должна объективно оценить позиции организации на внешнем рынке труда в качестве работодателя. Только при наличии у нее очень высокого рейтинга подобное решение будет относительно безопасным для ее долгосрочных рыночных интересов. Иначе существует реальная угроза инициативного увольнения наиболее опытных и ценных сотрудников, психологически не готовых адаптироваться к новым отношениям.

Во-вторых. Искусственное поощрение администрацией конкуренции между работниками на внутрифирменном рынке труда целесообразно лишь в некоторых типах организаций-работодателей. К ним можно отнести организации:

- с ограниченным штатом, состоящим из преимущественно молодых сотрудников с выраженными карьерными амбициями;
- где основная часть производственного персонала не связана общими технологическими цепочками (например, коммивояжеры, страховые агенты, водители транспортных средств и т.п.);
- использующие труд малоквалифицированных работников в условиях их избыточно-го предложения на внешнем рынке труда.

В-третьих. Администрации следует избегать открытых деклараций о приверженности отношениям даже «здоровой» конкуренции между работниками, используя для ее мотивации только скрытые методы. Например, сотрудник должен получить официальное уведомление о включении в состав резерва на

выдвижение как признание его заслуг перед работодателем. Однако информация об общем составе такого резерва в системе кадрового документооборота позиционируется как «строго конфиденциальная».

В-четвертых. Для поощрения конкуренции на внутрифирменном рынке труда рекомендуется отдавать предпочтение методам не индивидуального, а коллективного воздействия, более отвечающим особенностям трудовой ментальности россиян. В результате соперничать между собой будут не сотрудники одного структурного подразделения, а целые трудовые коллективы, т.е. команды, объединенные общей производственной целью и стимулами к «общей победе». При этом соперничающие команды не должны быть связаны единой технологической цепочкой.

В-пятых. При определении конкретных инструментов мотивации соперничества на внутрифирменном рынке труда, стимулы экономического характера должны дополняться стимулами нематериальными, например социального и психологического характера (практика показывает, что россияне более восприимчивы к инструментам моральной мотивации, нежели представители «прагматично мыслящих» наций).

В заключение автор хотел бы подчеркнуть дискуссионный характер своей научной позиции и заранее высказать благодарность коллегам за возможные критические замечания в ее адрес.

Статья поступила в редакцию 10.10.2006

A. Alaverdov

“INSIDERS” LABOR MARKET COMPETITION: OPPORTUNITIES AND CONCERNS OF THE EMPLOYER

The Russian employers now have a difficult choice to make. On the one hand, fierce competition within the company labor market creates additional strategic HR opportunities for them to take advantage of; on the other hand, using impetuses deliberately to pedal the competition creates strategic concerns. One of the major concerns is the possible degrading of the psychological climate in the company and local manifestations of disloyalty to the employer at the personnel level.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов Портер Е. Майкл. — М.: Изд. «Альпина Бизнес Букс», 2006.

В книге представлен анализ конкурентной структуры отрасли, в основе которой лежат пять базовых рыночных сил: внутриотраслевая конкуренция, угроза со стороны потенциальных конкурентов, наличие продуктов-заменителей, рыночная сила поставщиков и потребителей. Автор подробно описывает структурные факторы, обуславливающие интенсивность конкуренции, а также особенности развития отрасли и конкурентной стратегии на различных этапах отраслевой эволюции. На базе приведенного анализа автор предлагает модели конкурентных действий компаний и их руководителей с целью сохранения наилучших позиций их бизнеса.

Ценность книги состоит в том, что она содержит не только теоретические положения, получившие распространение и признание во всем мире, но также и многочисленные практические советы относительно поведения фирмы и ее менеджеров в зависимости от конкретных рыночных условий.

Книга предназначена для руководителей компаний, ученых-исследователей, менеджеров-практиков, преподавателей и студентов управленческих вузов и специальностей, а также для широкого круга людей, интересующихся вопросами управления.

Основы бизнеса

Рубин Ю. Б. — М.: Изд. «Маркет ДС», 2006. — (Университетская серия).

В учебнике бизнес рассматривается как процесс осуществления деловой деятельности и совокупности деловых отношений. Излагаются позитивная, критическая и прагматическая концепции бизнеса. Подробно рассматриваются виды бизнеса, а также история развития предпринимательства, начиная с Древней Руси и до наших дней. Читатели имеют возможность ознакомиться с такими категориями, как деловые интересы, владение бизнесом, деловое администрирование, интрепренерство и антрепренерство, конфликт интересов, конкуренция, криминальный бизнес, предпринимательская миссия, топ-менеджмент, лоббизм, система интеграции предпринимательского бизнеса, коридор независимости, *monkey business*, электронный бизнес.

Издание является вводным курсом, предшествующим изучению основной дисциплины «Теория и практика бизнеса».

Для студентов колледжей и высших учебных заведений, предпринимателей, а также всех, занимающихся самообразованием.

Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе

Рубин Ю. Б. — М.: Изд. «Маркет ДС», 2006. — (Университетская серия).

В книге предпринимательская конкуренция рассматривается как система поведения субъектов бизнеса на разных стадиях зрелости компаний от фазы дебюта до фазы зрелости. Особое внимание уделено раскрытию особенностей стратегий, тактик и тактических моделей конкурентного позиционирования компаний.

Для исследования концептуальной категории «стратегия конкурентного поведения» описаны разнообразные инструменты конкуренции, содержащиеся в самих конкурентных действиях, а также основы рационального подхода, применяемого предпринимателями в процессе конкурентного позиционирования.

Книга рассчитана на топ-менеджеров, руководителей департаментов маркетинга и стратегического анализа компаний и банков, а также на научных работников и лиц, обучающихся по программам магистерской и после вузовской подготовки.

Конкурентоспособный менеджмент
Качалина Л. Н. — М.: Изд. «Эксмо», 2006.

Управление бизнесом, способное дать компании конкурентные преимущества в условиях открытых рынков, таков предмет этой книги, всесторонне рассмотренный автором. Конкуренция представлена как объект теории и практики менеджмента. Показаны направления оптимизации и компьютеризации процессов управления как эффективных средств повышения конкурентоспособности продукции. Проанализированы современные конкурентные стратегии и агрессивный маркетинг. Отдельная глава посвящена менеджменту качества. Предложен инновационный подход к управлению персоналом. Освещен вопрос о путях повышения инновационной модели управления компанией. Особо выделены финансовые и другие ресурсы и пути повышения конкурентоспособности. Книга рассчитана на руководителей и специалистов предприятий, менеджеров разного звена, а также студентов и аспирантов по специальностям «Менеджмент» и «Маркетинг».

Убойный маркетинг.**401 способ увеличить продажи, максимизировать прибыль и победить конкурентов**
Филтенштейн Т. — М.: Изд. «Гребенникова ИД», 2006.

Книга написана одним из признанных «ветеранов» маркетинга, учеником основателя империи *McDonald's* Рея Крока, и призвана стать настоящим руководством к действию для вас, маркетологи-практики. «Если вы на несколько минут забудете все, что вы знали, и погрузитесь в чтение этой книги, то сможете перехитрить «крутых парней» и продавать больше, чем они», — утверждает автор. Поверим ему и попробуем воспользоваться его опытом и неординарными идеями в области продвижения товаров и услуг. Книга предназначена для менеджеров компаний, работающих в сфере услуг, розничной торговли, а также для сотрудников отделов маркетинга и продаж компаний, работающих в различных областях бизнеса. Книга будет небезынтересна также сотрудникам PR- и рекламных агентств.

Сервис, ориентированный на бренд. Новое конкурентное преимущество
Барлоу Джанелл, Стюарт Пол. — М.: Изд. «Олимп-Бизнес», 2006.

Предлагаемая книга, по сути, является практическим руководством, позволяющим поднять сервис на новый уровень, а также демонстрировать и усиливать бренд компании при каждом взаимодействии с клиентом. Авторы можно назвать первопроходцами в попытках ориентировать на бренд процесс предоставления услуг. Эта задача, требует, помимо кропотливой подготовительной работы по выявлению связи «бренд–сервис», огромных усилий от воспитания рядовых сотрудников, менеджеров и высшего руководства до глубоких изменений корпоративной культуры. Авторы книги показывают, как «пропитать» всю организацию ценностями бренда и создать узнаваемый стиль работы, соответствующий его обещаниям и имиджу.

Книга предназначена руководителям организаций, менеджерам, преподавателям и студентам, а также всем, кто интересуется проблемами брендинга.

Целевая конкуренция**Гордон Ян. — М.: Изд. «Библиотечка “Вершина”», 2006.**

Как выиграть сражение за покупателя, как определить, кто представляет угрозу для вашего бизнеса, как не потерпеть поражение в конкурентной борьбе? Ответы на эти вопросы вы найдете в предлагаемом издании. Книга Яна Гордона посвящена вопросам, связанным со стратегическим изучением конкурентов в контексте наращивания сил для завоевания рынков и клиентов. Рассматривая в качестве стратегической цели захват рынка, автор рассматривает разные пути и методы, ведущие к ее достижению: поглощения и слияния, совместные предприятия, анализ слабостей конкурентов и даже способы ослабления «противника».

ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ

С. Глазьев

Государственная экономическая политика России в условиях глобальной конкуренции

В. Леднев

Конкуренция в спорте: скандалы и стратегии

А. Суханов

Лидерство и претензии на лидерство в предпринимательстве

И. Дун

Источники финансирования предприятия: синдицированный кредит

ПОДПИСКА 2007

Журнал «Современная конкуренция» выходит 6 раз в год:
Январь Март Май Июль Сентябрь Ноябрь

1 номер	870,00	4 номера	3480,00
2 номера	1740,00	5 номеров	4350,00
3 номера (полугодие)	2610,00	6 номеров (годовая)	5220,00

Вы можете выбрать любой удобный для Вас вид подписки.

Подписка на журнал может быть осуществлена:
через каталог «Роспечать», подписной индекс 36207;
через редакцию журнала, тел./факс (495)369-6826, e-mail: book@marketds.ru

Учредитель и издатель ООО «Маркет ДС Корпорейшн»
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-25191

Редакция:

Руководитель департамента периодики Н.В. Разевиг
Ответственный секретарь журнала А.А. Михалев
Литературный редактор Л.Д. Рубан
Коммерческий директор А.В. Бабошин
Дизайн макета и верстка Б.В. Зипунов
Дизайн обложки С.Г. Кутилина

Адрес редакции:

105318 Россия, Москва, Измайловский вал, д. 2, стр. 1, оф. 714

Наши реквизиты:

ООО «Маркет ДС Корпорейшн»
ИНН 7702267103
КПП 770801001
Р/с 40702810100100223100
в ОАО АКБ «НЗ Банк», г. Долгопрудный
К/с 30101810100000000259
БИК 044552259

При перепечатке и цитировании материалов ссылка на журнал «Современная конкуренция» обязательна.
Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.
Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции.

© ООО «Маркет ДС Корпорейшн»
Тираж 1000 экз.