

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

СОВРЕМЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Июль–август 2008 года

№ 4 (10)

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

Сушкевич Алексей Геннадьевич

начальник Аналитического управления ФАС РФ

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.	4
Календарь мероприятий	10
Обзор литературы	11
Рецензия	15

Конкурентоспособность

Жигун Л. А., Третьяк Н. А.

Методологические основы оценки динамических состояний конкуренции	18
---	----

Сложившаяся к настоящему времени методика оценки состояний конкуренции во многом отстает от современных требований и науки о конкуренции и запросов практики к уровню достоверности ее состояния. Прежде всего, это касается динамических характеристик состояния конкуренции. В этом аспекте аналитики и практики вынуждены руководствоваться преимущественно интуитивными оценками. Они дают фрагментарное и приближенное представление о состоянии конкуренции.

Семченко А. А.

Конкурентный потенциал и конкурентные преимущества предприятия	30
--	----

В условиях развития рыночной экономики особую важность для успешного функционирования предприятия приобретают вопросы формирования конкурентного потенциала, определения, развития и создания предпосылок для устойчивости конкурентных преимуществ. Само понятие конкурентного преимущества в настоящее время приобрело особую актуальность, поскольку рост компаний во всем мире замедлился, а поведение конкурентов становится все более агрессивным. Главным стало не просто добиться и выявить конкурентное преимущество, а сделать его устойчивым. Конкурентное преимущество — это те характеристики, свойства товара, которые создают для предприятия определенное превосходство над своими конкурентами, а для потребителя — оптимальное сочетание потребительских характеристик товара. Превосходство оценивается в сравнении, поэтому является относительной характеристикой и обуславливается различными факторами. Для успешной деятельности предприятию необходимо выработать стратегию развития, основанную на его конкурентных преимуществах.

Стратегия и тактика

Мартусевич Р. А.

Социально неприемлемый критерий выбора победителя конкурса за инфраструктурные концессии.	38
---	----

В конце мая 2008 г. Госдума РФ приняла во втором чтении Закон «О концессионных соглашениях». Данный закон позволит бизнесу инвестировать средства в федеральное имущество, которое нельзя приватизировать. В бизнес-среде давно ждали принятия этого законопроекта. Если документ пройдет в Совете Федерации, бизнес получит доступ к автодорогам, трубопроводам, аэродромам (в том числе взлетно-посадочным полосам), электростанциям и электросетям, железнодорожному и городскому транспорту, портам (включая причальные стенки), а также объектам коммунального хозяйства, культуры и здравоохранения. В этой ситуации особое значение приобретает критерий выбора победителей будущих конкурсов за инфраструктурные концессии. Автор статьи рассуждает о сложностях этого процесса, о «подводных камнях», которые ожидают будущих концессионеров, о причинах, по которым критерий максимума концессионной платы выбирается чиновниками в качестве критерия конкурса за концессию.

Самосудов М.В.

Механизмы управления системной устойчивостью компании.	50
--	----

Под устойчивостью компании, как правило, понимается ее способность в течение определенного времени сохранять показатели деятельности в допустимых пределах даже в случае, если внешние условия не позволяют текущей деятельности быть экономически эффективной. При этом под устойчивостью понимается не стабильность как отсутствие глубоких изменений, а эффективность и надежность работы компании как системное явление. Отсюда и интерес современной российской и зарубежной науки к исследованию механизмов управления системной устойчивостью компании.

Ингман Н. И., Конищев Е. В.

Налогообложение малого бизнеса как инструмент повышения его конкурентоспособности	63
---	----

Наиболее действенным способом поддержки малого бизнеса, безусловно, является установление такого порядка налогообложения, который позволил бы улучшить экономическое состояние существующих малых предприятий и дал толчок к развитию малого бизнеса в отраслях производственной сферы. Опыт многих зарубежных стран показывает, что учет специфики малого бизнеса при разработке налоговых режимов позволяет в короткие сроки добиться желаемых результатов.

Отраслевая конкуренция

Лукьянов С. А., Тиссен Е. В., Кисляк Н. В.

О квазиконкуренции на российском рынке авиационных пассажирских перевозок и о возможности входа в отрасль новых авиакомпаний. 70

На основе результатов сплошного обследования авиакомпаний Российской Федерации, проведенного зимой 2006–2007 гг., в статье анализируются основные барьеры входа в данную отрасль. Авторы делают вывод о существовании значительных структурно-технологических и поведенческих отраслевых барьеров входа в данной отрасли, что ставит под вопрос представление о ней как отрасли с квазиконкуренцией в условиях современной российской экономики. В ряде регионов имеет место единая структура собственности либо аффилированность «аэропорт-авиакомпания», что создает предпосылки к высокой концентрации и наличию искусственных монополий. Анализ показал, что между вертикально интегрированными структурами подобного рода и общественным благосостоянием существует противоречивая взаимосвязь.

Профессиональные компетенции

Бобиенко О. М.

Ключевые компетенции профессионала как конкурентное преимущество на рынке труда 96

В статье анализируются требования работодателей к качественным параметрам подготовки выпускников учреждений профессионального образования, определяющим их конкурентоспособность на рынке труда. Показано, что требования к ключевым (общим для всех профессий и специальностей) компетенциям профессионала в последние годы существенно актуализировались, что обуславливает необходимость учета «заказа» работодателей в параметрах подготовки в вузах, колледжах и лицеях. В основе анализа, проведенного автором, — результаты опросов представителей предприятий (организаций) всех форм собственности Ханты-Мансийского автономного округа - Югры и Республики Татарстан.

Озерникова Т. Г., Марков Д. В.

Прогнозирование потребности региона в кадрах с профессиональным образованием 105

В статье описана методика и результаты прогнозирования потребности экономики Иркутской области в кадрах с начальным, средним и высшим профессиональным образованием до 2020 г. Разработаны прогноз объема общей потребности и потребности в выпускниках учреждений профессионального образования, прогноз потребности в выпускниках учреждений профессионального образования по уровням подготовки (начальное, среднее и высшее профессиональное) и прогноз потребности в выпускниках учреждений профессионального образования по укрупненным группам специальностей.

Вопросы теории

Мальцев А. А.

Особенности проявления «голландской болезни деиндустриализации» в современной российской и зарубежной практике 116

В статье изучается генезис теории «голландской болезни». Исследуются причины возникновения и систематизируются основные симптомы «голландской болезни». Особое внимание уделено диагностированию наличия «голландской болезни» в России. Доказывается, что «голландская болезнь деиндустриализации» не всегда связана с добычей и экспортом природных ископаемых.

Аналитический доклад Центра региональных экономических исследований экономического факультета УрГУ

Алейникова И. С., Воробьев П. В., Исакидис В. А., Кадочников С. М.,

Кожин Д. Е., Коробейникова А. В., Лопатина Т. А., Михно М. В.

Модели организации региональных промышленных кластеров: обзор международного опыта 130

Консультации специалиста

ФАС: проблемы антимонопольного регулирования 139

Анонс

Читайте в следующем номере 142

НОВОСТИ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА

Июль

Госдума приняла во втором чтении законопроект о применении специальных налоговых режимов для малого и среднего предпринимательства. Законопроект уточняет порядок налогообложения доходов, полученных в виде дивидендов, порядок признания расходов на приобретение земельных участков, включая расходы на заключение договора аренды земельных участков, расходы, связанные с участием в торгах, затраты на обязательное страхование не только имущества, но и ответственности. Отменяются ограничения, не позволяющие перейти на уплату единого сельскохозяйственного налога организациям, имеющим филиалы или представительства. Устанавливается возможность переноса убытков на будущие налоговые периоды — целиком или частично на любой год из последующих 10 лет.

Предпринимателю, применяющему упрощенную систему налогообложения на основе патента, предоставляется право привлекать наемных работников. Их средняя численность не должна превышать за налоговый период 5 человек. Расширяется перечень видов деятельности, в отношении которых может применяться данная система налогообложения. Минимальный срок действия патента сокращен с квартала до 1 месяца.

* * *

С 1 июля 2008 г. в соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 марта 2008 г. № 406-р расширена сеть территориальных органов Федеральной антимонопольной службы. Увеличено количество территориальных управлений до 82 и утверждена схема размещения территориальных органов ФАС России. Начали свою работу Ненецкое, Тывинское, Чукотское, Еврейское, Калмыцкое, Чечено-Ингушское управления, управления по Московской и Ленинградской областям.

Появление самостоятельных антимонопольных управлений в этих регионах позволит предпринимателям значительно быстрее получать поддержку в защите своих интересов. В частности, оперативность рассмотрения жалоб имеет большое значение в сфере размещения государственных и муниципальных заказов — появление управлений ФАС России во всех субъектах РФ будет способствовать обеспечению надлежащего контроля над закупками всех органов власти.

* * *

Международные резервы РФ за первое полугодие 2008 г. выросли с 477,89 млрд долл. на 1 января 2008 г. до 568 млрд 268 млн долл. на 1 июля текущего года, сообщил Банк России. Резервные активы в иностранной валюте на конец июня составили 459,618 млрд долл., резервная позиция в Международном валютном фонде (МВФ) — 387 млн долл., специальные права заимствования (СДР) — 1 млн долл.

Объем золота, учтенного по текущим котировкам Банка России, на 1 июля 2008 г. оценивался в 13,785 млрд долл. Объем других резервных активов составил 94,496 млрд долл.

* * *

Банк международных расчетов (*BIS*), иногда называемый центробанком для центробанков, призвал монетарные власти стран мира пожертвовать экономическим ростом ради борьбы с инфляцией. В ежегодном докладе *BIS* отмечает, что до финала мирового финансового кризиса еще да-

леко, а единого рецепта подавления негативных последствий в каждом отдельном регионе нет. Тем не менее угроза быстрого повышения цен на все и вся является повсеместной, и именно на нее, по мнению экспертов *BIS*, центробанки должны сегодня обратить приоритетное внимание.

Эксперты *BIS* утверждают, что на кризисные явления центробанки отреагировали каждый по-своему и единой модели для индивидуальной экономической ситуации не существовало. Но международный банк все же предостерег «младших» коллег от опасного урезания базовых процентных ставок, так как, по его мнению, в этом подходе слишком многие видят единственный способ дать отпор финансовому кризису. В будущем такая монетарная политика может привести к негативному эффекту, когда ослабление кредитных условий подстегнет инфляцию, чем только ускорит падение мировой экономики, которое началось в США и продолжает распространяться на другие регионы.

Сторонние эксперты согласны с утверждением *BIS* о том, что нет единого решения для всех экономик мира, однако выделять сегодня борьбу с инфляцией в качестве приоритета они бы не стали, поскольку любые обобщения попросту неработоспособны. Борьба с инфляцией актуальна в Азии, но она не подходит для США и, например, Великобритании. Большинству европейских экономик, по мнению экспертов, больше подходит баланс между эффективным противодействием инфляционному давлению и сохранением доступной системы кредитования.

* * *

В течение первого полугодия в мире было проведено 333 публичных размещения акций (*IPO*). Это более чем в два раза меньше, чем за тот же период годом ранее, когда на биржу вышли 702 компании, передает агентство *Bloomberg*. Активность на рынке *IPO* оказалась минимальной за последние пять лет.

С помощью *IPO* компании заработали 73,2 млрд долл. Это на 41% меньше, чем днем ранее. 166 предприятий вынуждены были отказаться или отложить проведение первичного размещения из-за неудачной, по их мнению, ситуации на рынке. Они опасаются, что в условиях финансового кризиса инвесторам не хватит денег для того, чтобы приобретать акции компаний, только выходящих на рынок.

Снижение количества *IPO* приносит дополнительные убытки инвестбанкам, и так пострадавшим от кредитного кризиса. По подсчетам *Bloomberg*, доходы финансовых организаций США от андеррайтинга (помощи при размещении ценных бумаг на бирже) упали почти на 50% до 2,42 млрд долл.

Напомним, что российские компании провели самые крупные *IPO* в 2006 и 2007 гг., когда на биржи вышли «Роснефть» и банк ВТБ. На 2008 г. отечественными предприятиями крупных публичных размещений не планируется. В течение ближайших лет на рынок обещали выйти Газпромбанк и «Российские железные дороги».

Июнь

Президент России все активнее разворачивает борьбу за свободу малого и среднего бизнеса. и плотно увязывает этот процесс с искоренением коррупции в целом. По мнению Д.А. Медведева, бесчисленное количество проверок предприятий малого и среднего бизнеса в значительной части ничем не мотивировано или, наоборот, мотивировано только одним соображением — «вытащить в большом и небольшом количестве деньги с предпринимателей». Поэтому решения по ряду случаев проверок необходимо принимать на более высоком уровне — на уровне субъекта Федерации, чтобы пресечь желания манипулировать этими проверками.

За снятие препятствий к развитию малого и среднего бизнеса глава государства взялся практически с первых дней своего президентства. Взятая основательно, сразу же оформив отдельные идеи в президентские указы.

* * *

Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) продолжает анализ ситуации с ценами на авиакеросин и расследует дела, возбужденные по признакам нарушения ст. 10 ФЗ «О защите конкуренции». По данным ФАС России, с января 2006 г. по ноябрь 2007 г. цены на авиагорюче-смазочные материалы практически не менялись, а с ноября 2007 г. по июнь 2008 г. цены на авиакеросин выросли на 70%.

Выяснилось, что примерно в 20 аэропортах страны установленные операторами топливо-заправочных комплексов (ТЗК) цены превышают средний по стране уровень и уровень цен в зарубежных аэропортах. По этим фактам либо возбуждены дела о нарушениях антимонопольного законодательства, либо проводятся антимонопольные расследования.

В центральном аппарате ФАС России 18 июня 2008 г. возбуждено дело по признакам нарушения ст. 10 ФЗ «О защите конкуренции» в отношении ЗАО «Топливо-обеспечивающая компания». Компания подозревается в установлении монопольно высокой цены на авиатопливо в аэропорту г. Южно-Сахалинска и необоснованном отказе от заключения с ОАО «Владивосток-Авиа» договора по хранению авиатоплива в аэропорту Южно-Сахалинска.

Красноярское УФАС России на основании заявления ОАО «Авиакомпания «Красноярские авиалинии» возбудило дело в отношении ЗАО «Сибирь Авиа Сервис». Речь идет о навязывании невыгодных условий договора (купли-продажи), оказания услуг по заправке воздушных судов ГСМ и необоснованном сокращении поставок авиационного топлива.

Новосибирское УФАС России возбудило дело в отношении ОАО «Аэропорт Толмачево» также по признакам нарушения ч. 1 ст. 10 ФЗ «О защите конкуренции». Антимонопольное управление подозревает компанию в создании препятствий доступа на рынок по заправке авиатопливом воздушных судов ООО «Аэроджет-Толмачево».

Продолжаются расследования в отношении аэропортов г. Улан-Удэ, Чита, Махачкала и др., в которых также отмечены наиболее высокие цены на авиаГСМ, в том числе на ТЗК.

Антимонопольная служба не исключает возможности возбуждения дел и в отношении нефтяных компаний — основных производителей и оптовых поставщиков ГСМ. Как отметил заместитель руководителя ФАС России, «одной из причин того, что цены на авиаГСМ в России выше, чем в зарубежных аэропортах, является то, что разрыв в отпускных ценах с НПЗ и в ценах «заправки в крыло» в России существенно выше, чем за рубежом». ФАС России выясняет, за счет чего может появляться монопольная составляющая: за счет надбавок перепродаж, устанавливаемых ТЗК либо нефтяными компаниями. По имеющимся предварительным данным, оптовые цены на авиаГСМ, отпускаемые с ряда НПЗ за рубеж, ниже, чем оптовые цены на аналогичное топливо, поставляемое на внутренний рынок.

* * *

По данным ежегодного исследования *World Competitiveness Yearbook 2008*, проведенного Швейцарской бизнес-школой *IMD*, уже в 2009 г. США рискуют уступить мировое конкурентное лидерство Сингапуру. Данное исследование проводится ежегодно и дает наиболее полную оценку стран с позиции их конкурентоспособности на мировой арене. Оцениваются: развитие экономики, инфраструктура и эффективность государства и бизнеса, в сумме по 331 показателю. При этом методика совершенствуется: в 2006 г. в расчете участвовали «всего» 312, а в 2007 — 323 показателя. Экономическое положение страны на мировой арене оценивалось прежде всего в соответствии с внутренним состоянием экономики (ВВП, уровень сбережений и инвестиций, экономический рост и т. д.). Также анализировалась привлекательность страны для иностранных инвесторов, показатели мировой торговли, занятости и уровень цен.

Лидером рейтинга стали Соединенные Штаты Америки — основной источник нерадостных новостей для всего мира с середины прошлого года. США держат планку лидерства уже 15 лет, хотя занимающий вторую строчку Сингапур уже максимально плотно приблизился к лидеру и отстает всего лишь на 0,67 балла. Из-за ипотечного кризиса, последствия которого до сих пор держат в напряжении мировую экономику, США реально рискуют в следующем году уступить первую строчку рейтинга.

В истории исследования уже имеются подобные примеры. В начале 1990-х гг. Япония обладала самой конкурентоспособной экономикой, сегодня же она — на 22 строчке. Причиной стал обвал фондового рынка, затормозивший развитие страны. Но у США есть их неоспоримое лидерство на мировой арене в области вооружений и торгово-экономических связей.

Более всего в рейтинге продвинулись к вершине Польша и Словения (8 позиций вверх), принятые в 2004 г. в ЕС. Из стран БРИК, только Бразилия улучшила за год свою экономику, поднявшись на 6 строчек в рейтинге, а вот Россия, Индия и Китай сдали свои позиции. Китай, несмотря на 11% темп роста экономики, просел на две строчки. Причиной этому стал мировой рост цен на сырье, потребительские товары и продовольствие, затронувший также и Индию (-2 позиции). Россия же опустилась с 43-го на 47-е место.

По мнению авторов исследования, рост доходов и ВВП России, обеспеченный в основном ростом цен на энергоносители, — это значительный показатель, но России нужна более диверсифицированная экономика и прозрачное законодательство. А для того чтобы в дальнейшем не терять позиции в рейтинге, России рекомендуют уделять особое внимание разведке нефти и газа, так как сегодня добыча достигла пика, в то время как разведанные месторождения сильно выработаны.

* * *

Согласно отчету Европейской ассоциации Интернет-рекламы (*Interactive Advertising Bureau Europe*) и компании *PricewaterhouseCoopers* интернет-пользователи Норвегии и Великобритании оказались самыми ценными для рекламодателей среди жителей Европы. Опрос показал, что в Норвегии затраты на онлайн-рекламу в пересчете на одного пользователя Сети составили €133 (\$207) — это самый высокий показатель в Европе. Далее в списке идут Британия (€121) и Дания (€110).

В среднем, в Европейском Союзе затраты на онлайн-рекламу по отношению к каждому пользователю составляют €81, а в США — €92, сообщает *The Financial Times*.

По словам Роба Носса (*Rob Noss*), исполнительного директора европейского отделения *MindShare Interaction*, эти данные говорят о том, что маркетинговые бюджеты различных компаний будут постепенно переходить к онлайн-рекламе по мере «взросления» данного рынка.

Крупнейшим европейским рынком онлайн-рекламы остается Британия — ее доля составляет 34,2% от общих расходов на рекламу в ЕС. Далее идут Германия — 22,3% и Франция — 8,9%.

По данным Европейской ассоциации Интернет-рекламы, расходы на онлайн-рекламу в ЕС в 2007 г. на 40% увеличились по сравнению с 2006 г. и составили €11,2 млрд. Таким образом, рынок Европы растет быстрее, чем США, где рекламные расходы увеличились на 26% в прошлом году.

* * *

Эксперты Всемирного банка (ВБ) опубликовали доклад о состоянии экономики России, сделав в нем вывод о «перегретости» экономики страны. Согласно докладу, темпы роста российской экономики в последние годы значительно превышают запланированные 7% и работает она на пределе своих производственных возможностей. Кроме того, страна все больше зависит от внешней конъюнктуры и замедление темпов экономического роста в мире неизбежно отразится и на России.

Понятие «перегрев» ВБ трактует как неспособность производственных мощностей удовлетворять растущий совокупный спрос. Это характерно для экономики, растущей темпами, превышающими ее долгосрочный потенциал. Реальный рост ВВП России в 2006 и 2007 г. составил 7,4 и 8,1%, тем самым значительно превысив долгосрочный тренд в 7%. Тренд, скорее всего, сохранится и в 2008 г. Ускорение экономического роста и инфляции, повышение коэффициента использования трудовых ресурсов, высокая степень использования производственных мощностей и стремительный рост номинальной заработной платы, превышающий темпы инфляции и роста производительности, — все это ВБ считает явными признаками «перегрева» российской экономики.

Российские эксперты не склонны разделять категоричность оценок ВБ, поскольку, по их мнению, мировая экономика знает гораздо более быстрые темпы роста на более длительном интервале времени, которые не сопровождаются явными признаками перегрева.

* * *

Чистый приток частного капитала в РФ в мае 2008 г. может быть близок к нулю или составить несколько миллиардов долларов США. Как сообщил первый заместитель председателя ЦБ РФ Алексей Улюкаев, приток капитала будет небольшим.

По предварительным оценкам центробанка, за 4 месяца 2007 г. чистый отток капитала из России составил 5 млрд долларов. При этом в январе чистый отток был зафиксирован в размере 11 млрд долл., в феврале — 9 млрд, в марте — 2,5 млрд, в апреле уже был зафиксирован чистый приток в размере около 20 млрд долл. ЦБ РФ прогнозирует чистый приток капитала в 2008 г. на уровне 35 млрд долл.

По прогнозам Всемирного банка, чистый приток капитала в РФ в 2008 г. может составить 40–50 млрд долл.

Ранее Минфин России оценивал чистый приток частного капитала в РФ в мае на уровне не менее 15 млрд долларов, передает Интерфакс.

Май

В Федеральной антимонопольной службе (ФАС России) прошло совместное заседание экспертных советов по агропромышленному комплексу и развитию конкуренции в сфере торговли. В качестве основного был рассмотрен вопрос «О причинах роста цен на социально значимые продовольственные товары» и мерах по стабилизации цен на эти товары. Участники заседания пришли к выводу, что в целом рост цен на продовольственные товары вызван объективными причинами экономического характера. При этом в отдельных случаях имеют место злоупотребление хозяйствующими субъектами сложившейся ситуацией, однако такие действия в большинстве случаев нельзя квалифицировать как нарушение антимонопольного законодательства. Кроме того, участники совещания выразили озабоченность ростом тарифов естественных монополий, являющихся одним из основных факторов удорожания продуктов питания.

По итогам совещания участниками было выражено общее мнение о необходимости дальнейшего развития конкуренции во всех сферах рынка агропродовольственных товаров от производства сырья до конечной реализации в розничной торговле.

Также было признано необходимым заблаговременно и оперативно прогнозировать тенденции на агропродовольственных рынках и принимать все меры к наращиванию производства продовольственных товаров, в первую очередь социально значимых. Одновременно необходима корректировка таможенно-тарифной политики государства на рынках зерна, мяса и других сегментах с целью своевременного и эффективного реагирования на ценовые колебания на мировом продовольственном рынке.

* * *

Иностранные инвесторы получили то, чего так долго добивались, — прозрачные правила вхождения в важнейшие отрасли российской экономики. При этом ограничения для них, диктуемые национальными интересами России, будут весьма существенными.

Президентом России подписан Федеральный закон «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства». Закон признает стратегическими 42 вида деятельности в атомной, космической и авиационной отраслях, в сферах производства и оборота вооружения, военной и специальной техники, в области геологического изучения недр, разведки и добычи полезных ископаемых на участках недр федерального значения. Помимо этого стратегический статус получило телевидение и радиовещание на территории, где проживает население, составляющее половину или более половины численности субъекта Федерации, а также выпуск периодического печатного издания, продукция которого выпускается тиражом отдельного номера не менее 1 миллиона экземпляров.

Самые жесткие требования закон устанавливает к сделкам, которые совершаются иностранными государствами, международными организациями или находящимися под их контролем организациями. Отныне, если они намерены приобрести блокирующий пакет акций (более 25%) стратегического предприятия, это будет возможно только на основании решения правительственной комиссии по контролю за осуществлением иностранных инвестиций в России, возглавляемой председателем правительства РФ.

* * *

Анализ автомобильного рынка России в последние три-четыре года четко демонстрирует тенденцию к вытеснению отечественных брендов, в первую очередь в сегменте легковых машин. Если еще в 2004 г. доля российских автомобилей составляла около 60%, то по итогам 2007 г. она снизилась до 28%. Аналитики прогнозируют, что к концу текущего года иномарки захватят 78–80% рынка. И это только в физическом выражении. Если брать в расчет объем рынка в денежном выражении, то в совокупности на все отечественные бренды сейчас приходится около 10%. Прогнозы различных аналитических компаний на ближайшие годы немного разнятся, однако очевидно, что тенденция сохранится. В 2010 г. доля отечественных авто может сократиться до 18%, в 2012 — до 16%.

Одним из основных факторов этого процесса является развитие автосборочных производств иностранных концернов в России. Аналитики полагают, что в скором времени произойдет закономерное — иностранцам станет тесно на российском рынке. Запас роста, конечно, еще есть — на 1000 россиян приходится в среднем около 200 автомобилей, тогда как в Европе этот показатель составляет 400–500 машин, а в США — 800. Но при этом нужно учитывать и более низкие доходы большинства населения нашей страны, а также тот факт, что автокредитование доступно все-таки ограниченному числу людей (что особенно актуально сейчас — в период кризиса ликвидности на мировых финансовых рынках, и уже привело к снижению объема выдаваемых кредитов). Эти факторы приводят к тому, что уже в ближайшие два-три года иностранные автоконцерны начнут жесткую конкурентную борьбу за российского потребителя. И бороться они будут не с отечественными производителями, а между собой.

С другой стороны, столкновение интересов иностранцев отрадно для российского автопрома. Вынужденные снижать розничные цены, автопроизводители будут стремиться компенсировать сокращение маржи за счет локализации производства. Возможно, это наконец-то подвигнет иностранные автоконцерны размещать заказы на комплектующие на российских предприятиях, создавать с ними совместные предприятия и — самое главное — способствовать формированию компетент-центров автопрома в нашей стране. В этом случае Россия получит реальную пользу от привлечения мировых автогигантов на свою территорию. Пока же реальная локализация крайне низка и не несет практически никакого позитивного влияния на развитие отечественной автокомпонентной отрасли.

КАЛЕНДАРЬ МЕРОПРИЯТИЙ

Дата	Наименование, тема	Организатор	Место проведения	Телефон, факс
Семинары и конференции				
21–22 августа	9-й Всероссийский банковский форум	Ассоциация российских банков	Нижний Новгород	Тел.: (831) 277-54-14 (831) 277-56-90 E-mail: alla@yarmarka.ru irina@yarmarka.ru
27 августа	IV ежегодная конференция «Место России в мировой автомобильной индустрии: настоящее и будущее»	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956-2536 E-mail: conference@vedomosti.ru
28 августа	Конференция «Индустрия туризма: как удержать клиента в условиях нестабильности рынка»	Издательский дом «Коммерсантъ»	Москва	Тел.: (495) 960-31-18 (495) 797-31-71 (доб. 2047) E-mail: conference@kommersant.ru
29 августа	III ежегодная конференция «Транспорт и логистика 2008»	Газета «Ведомости»	Санкт-Петербург	Тел.: (812) 325-60-80 E-mail: conference@sptimes.ru
4–7 сентября	VI Международный банковский форум «Банки России – XXI век»	Ассоциация региональных банков России	Сочи	Тел.: (495) 785-29-93 (495) 785-29-88 (495) 785-29-90 E-mail: cpk@asros.ru, mts@asros.ru
15 сентября	Международная конференция «Стратегии продвижения фармацевтических товаров и брендов»	infor-media Russia	Москва	Тел.: (495) 666-2244 Факс: (495) 666-2245 E-mail: iliuhina@infor-media.org
24 сентября	Семинар «Антимонопольное регулирование, особенные сделки и аффилированные лица в акционерных обществах»	Учебный центр МФЦ	Москва	Тел.: (495) 101-2273 (495) 963-0402 (495) 964-0480 (495) 964-3190 E-mail: ecc@educenter.ru
25–26 сентября	Форум «КАПИТАЛ: Стратегия развития финансового сектора»	Global Events Group	Москва	Тел.: (495) 723-67-10 (495) 645-34-88 E-mail: info@ge-group.ru
26 сентября	IV ежегодная конференция «Нестандартные виды маркетинга и продвижения товаров и услуг»	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956-2536 E-mail: n.bondareva@vedomosti.ru
28–30 сентября	Международная научно-практическая конференция «Экономика и промышленная политика региона (ЭКОПРОМ)»	Санкт-Петербургский государственный политехнический университет	Санкт-Петербург	Тел.: (812) 297-18-21 E-mail: economy@spbstu.ru
1 октября	IV ежегодная конференция «Рынки капитала. Тенденции и актуальные инструменты»	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956-2536 E-mail: n.bondareva@vedomosti.ru
2 октября	Конференция «Лизинговая политика корпораций»	Издательский дом «Коммерсантъ»	Москва	Тел.: (495) 960-3118 E-mail: conference@sf-online.ru
9 октября	II-я ежегодная конференция «Страховой рынок»	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956-2536 E-mail: n.bondareva@vedomosti.ru

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Философова Т. Г., Быков В. А.

Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность. – М.: Юнити-Дана, 2008

Рассматриваются проблемы трансформации конкуренции на современных мировых рынках и использования новых моделей управления конкурентоспособностью. В основе пособия — четкое, системное, методически выверенное изложение теоретических основ конкуренции. Отражены научно-методологические и практические вопросы, связанные с проблемами управления конкурентоспособностью на мировых товарных рынках, теорией и практикой продвижения товаров, оценкой конкурентоспособности в стратегических решениях, менеджментом конкурентоспособности нового товара и др.

Для студентов, обучающихся по направлениям «Менеджмент», «Экономика», а также для преподавателей, аспирантов, научных сотрудников, слушателей системы переподготовки и повышения квалификации, специалистов и руководящих работников, бизнесменов и предпринимателей.

Доминик Арментано

Antitrust and Monopoly

Антитраст против конкуренции. – М.: ИРИСЭН, 2008

Автор данной книги профессор Д.Т. Арментано — принципиальный противник антимонопольного регулирования. Автор убедительно показывает несостоятельность основных постулатов неоклассической теории монополии и конкуренции и на основании этого анализа делает вывод об ошибочности базовых предпосылок антитрестовского законодательства в целом. Как свидетельствует американский опыт, этот вид регулирования не только наказывает эффективных производителей, работающих лучше, чем конкуренты, но и ограничивает применение тех методов ведения бизнеса, которые наиболее выгодны для потребителей.

Основная мысль, которую отстаивает автор книги, революционна по своей сути: антимонопольное регулирование — это проявление интервенционистской власти государства, используемой частными компаниями в собственных интересах и во вред обществу, а монополистические злоупотребления неразрывно связаны с государственным вмешательством в производство и товарный обмен. Именно в этом и заключается глубокий и тонкий смысл хитроумно проводимой антимонопольной политики.

Книга будет высоко оценена предпринимателями, экономистами, специалистами в области правоприменения и законотворчества, преподавателями и студентами юридических и экономических вузов, а также всеми, кому небезразличны вопросы политического и экономического развития страны.

Harvard Business Review: On Innovation

Управление инновациями. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008

Сегодня в условиях непрерывных экономических изменений введение инноваций стало одним из главных пунктов стратегических планов компаний, работающих в самых различных отраслях экономики: *3M, Barnes & Noble, Canon, Cisco Systems, General Electric, IBM, Marriott International, Sony, Starbucks* и др. В сборнике обсуждается широкий круг проблем, связанных с разработкой и использованием инноваций, в том числе создание новых рынков, выявление точек успешной дифференциации бизнеса и взаимодействие с социальным сектором.

Фомина А. В., Смирнова Н. К.

Реализация стратегий компаний. От простого к сложному.

– М.: Бератор-Публишинг, 2008

Нет ничего стабильнее изменений... Среда и мы вместе с ней постоянно изменяется независимо от того, хотим мы этого или нет. Изменения в компании обусловлены отчасти случайными, а отчасти закономерными процессами как внутри организации, так и в окружающей среде, и не один руководитель не может остановить их. Альтернатива состоит только в том, управлять изменениями или пустить их на самотек в надежде, что дела рано или поздно «сами собой утрясутся»... Когда за текущими делами не остается времени на стратегическое управление, процесс организационных изменений остается неуправляемым вообще. В современном мире ни у одного менеджера достаточно высокого ранга нет времени ни на что, кроме стратегического управления — это становится основной каждодневной заботой. И те, у кого за текущими делами не остается времени на стратегическое управление, организацией не управляют вообще, они лишь управляют текущими вопросами...

Дороти Бергер, Ланс Бергер

The Compensation Handbook

Энциклопедия систем мотивации и оплаты труда. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008

Эта книга — фундаментальный справочник по системам мотивации и оплаты труда, описывающий методику создания единой концепции вознаграждения сотрудников. Из нее вы сможете узнать о том, как оценить сложность работы, как спланировать систему оплаты труда в зависимости от должности, как разделить базовую и переменную часть оплаты труда, как учитывать премии, поощрительные выплаты, льготы и другие аспекты в общей системе вознаграждения сотрудников. Описываются способы начисления и учета надбавок, схемы участия в прибыли, принципы оплаты труда членов команд. Отдельно обсуждаются схемы вознаграждения высших менеджеров, показатели эффективности работы, связь между системой оплаты и результатами, роль корпоративной культуры и влияние системы оплаты на мотивацию. Приводятся примеры подходов ведущих компаний мира.

Книга предназначена для специалистов и директоров по персоналу, руководителей всех уровней, а также студентов и аспирантов, изучающих системы мотивации и оплаты труда.

Кони́на Н. Ю.

Менеджмент в международных компаниях. Как побеждать в конкурентной борьбе.

– М.: Проспект, 2008

В монографии, написанной на основе большого фактического материала, раскрываются сущность, механизм и специфика менеджмента крупных международных компаний в последние годы. Работа представляет собой системное исследование различных аспектов корпоративного управления международных фирм в условиях глобализации. Рассмотрены различные аспекты организации бизнеса крупнейшими транснациональными корпорациями на современном этапе. Большое внимание уделено особенностям и механизму реализации стратегий международных фирм.

Книга предназначена для менеджеров, предпринимателей, слушателей школ бизнеса, студентов и преподавателей экономических вузов и факультетов.

ВТО. Механизм взаимодействия национальных экономик.

Угрозы и возможности в условиях выхода на международный рынок. – М.: Эксмо, 2008

В этой книге впервые в отечественной экономической литературе дается анализ функционирования Всемирной торговой организации, главным образом с точки зрения взаимодействия входя-

щих в нее стран. При этом основной акцент сделан на описании механизма построения взаимоотношений государств — членов ВТО, тех форм и методов, при помощи которых они отстаивают свои, зачастую противоречащие друг другу, интересы. Отдельно рассматривается процесс присоединения России к ВТО и те последствия, которые может повлечь за собой вступление нашей страны в эту организацию.

Книга будет полезна представителям отечественного бизнес-сообщества, заинтересованным в оценке перспективы развития своих компаний как в свете угроз, которые может принести членство России в ВТО, так и с точки зрения новых возможностей, открываемых присоединением. Кроме того, она рекомендуется в качестве учебного пособия для студентов и аспирантов вузов, обучающихся по специальности «Мировая экономика».

Управление инновационным развитием региона. – НИМБ, 2008

Рассмотрены вопросы управления инновационным развитием региона с учетом экономической оценки результатов инновационной деятельности: концепция, диагностика, управление. Изложены проблемы управления инновациями и инвестициями на предприятиях, повышения их конкурентоспособности и устойчивого экономического развития региона. Освещены методологические вопросы экономики инновационного развития региона: интегральные показатели, факторы инновации, методы оценки эффективности инноваций и инвестиций.

Монография предназначена для руководителей инновационных организаций, специалистов, занимающихся проблемами инноваций, а также аспирантов и преподавателей вузов и колледжей.

Садыков А., Садыкова Е.

Уроки жесткой конкуренции. – М.: Юнион Консалтинг Групп, 2007

«Уроки жесткой конкуренции» — это золотой фонд восточной мудрости, собравший описание приемов, стратегий и тайных механизмов влияния. Ваши поражения — это чья-то игра. Поведение акционеров — что это, как не борьба наложниц за влияние на императора?!

Две тысячи лет назад в Китае конкурентная борьба достигла невиданных масштабов, а наиболее жесткой средой была сверхзакрытая система Императорского Гарема. Предельные ставки в игре без правил, где на кону стояла собственная жизнь и власть в самой богатой и могущественной империи. В книге впервые на русском языке публикуются архетипы стратегических сценариев — тайные хроники китайского императорского двора с комментариями Андрея Садыкова.

Клейнер Г. Б.

Стратегия предприятия. – М.: Дело, 2008

Книга посвящена одному из центральных вопросов управления предприятием — разработке и реализации комплексной социально-экономической стратегии предприятия. Предлагается новый подход к формированию стратегии, базирующийся на концептуальном исследовании многообразия функций и системообразующей роли предприятия в современной многоуровневой экономике. На основе развития фундаментальной теории фирмы применительно к отечественной экономике раскрываются глубина и богатство внутреннего мира предприятия, стратегическая роль корпоративных знаний, внутрифирменных институтов, культурных ресурсов и других нематериальных факторов деятельности предприятия.

Книга адресована руководителям и высшему менеджменту предприятий и организаций, экономистам-исследователям, преподавателям и студентам экономических специальностей.

Фатхутдинов Р. А.

Управление конкурентоспособностью организации. – М.: Маркет ДС, 2008

Повышение конкурентоспособности организации — один из самых актуальных вопросов для современной России. Решить комплексные проблемы в условиях жесткой конкуренции поможет знание и применение инструментов конкурентоспособной экономики — сущности и механизма действия экономических законов, законов организации, научных подходов, принципов, современных методов и моделей управления.

В учебнике излагаются теоретические, методические и практические вопросы разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации в соответствии с требованиями к специализации 061161 «Управление конкурентоспособностью организации», открытой 4 ноября 2004 г. УМО вузов России Министерства образования и науки РФ по направлению «Менеджмент».

Отличительными особенностями издания являются: интеграция технических, экономических и управленческих аспектов; единство обеспечения качества товаров и сервиса потребителей, ресурсосбережения по стадиям жизненного цикла товаров; ориентация на повышение качества процессов управления как основы решения всех проблем.

Учебник адресован студентам, аспирантам, преподавателям, руководителям, менеджерам.

Симчера В. М.

Развитие экономики России за 100 лет. 1900-2000. – М.: Экономика, 2007

Предлагаемая читателю монография представляет опыт эмпирического исследования экономического развития России за 100 лет (1900–2000 гг.). На базе насколько возможно полного и посильно систематизированного обобщения имеющихся статистических данных в целом за столетие, а также по десятилетиям и периодам господствовавших в стране в указанные годы различных форм правлений предпринята попытка выявления на рубеже веков некоторых общих закономерностей развития страны, общих точек ее опоры, важных и, несомненно, необходимых для будущего.

В монографии не цифры и факты подбираются под те или иные исторические установки, идеи или доктрины, а напротив, — сами эти установки, идеи и доктрины выстраиваются на базе существующих цифр и фактов, подтверждая или опровергая их достоверность, историческое существование, пригодность для будущего.

Для специалистов экономических учреждений, исследователей академических институтов, преподавателей высших учебных заведений и библиотечных работников.

Думная Н. Н., Юданов А. Ю., Корольков В. Е.

Опыт конкуренции в России. Причины успехов и неудач. – М.: КноРус, 2008

Книга построена на эмпирическом материале и анализирует реальный опыт конкуренции в ряде отраслей российской экономики. Акцент сделан на изучении типовых ошибок и, напротив, удачных бизнес-решений, повторяющихся в деятельности многих отечественных фирм. Наиболее важным выводом является выявление значительной группы компаний, отличающихся сверхбыстрым (экспоненциальным) ростом. Именно эти фирмы, сконцентрировавшие свои усилия в перспективных рыночных нишах, в наибольшей степени меняют лицо современной российской экономики. Выделены характерные черты, обеспечившие «быстрым» фирмам их феноменальный успех.

Книга написана коллективом авторов Финансовой академии при Правительстве РФ на основе собственных исследований и многочисленных консультаций с предпринимателями.

Для бизнесменов-практиков, студентов экономических вузов, аспирантов, преподавателей и научных работников, широкого круга читателей, интересующихся проблемами отечественной экономики.

РЕЦЕНЗИЯ

Клейнер Г. Б. Стратегия предприятия. – М.: Дело, 2008. 568 с.

Новая книга известного российского ученого Г. Б. Клейнера посвящена вопросам стратегии современного предприятия. В определенной мере данная публикация является обобщением работ на заявленную тему, вышедших ранее¹ и составляющих один из основных векторов научного творчества автора.

Обсуждение вопроса о классификации стратегий предприятий весьма характерно для англоязычных публикаций, специализирующихся на изложении проблем прикладной экономики, стратегического управления и организации межфирменного предпринимательства. Однако, несмотря на очевидную актуальность темы стратегий, в сфере ее теоретического осмысления многое перепутано: стратегии часто смешиваются с тактикой, методами, технологиями и приемами профессиональной деятельности или поведения, а собственно стратегии предприятия зачастую отождествляются с его стратегическим поведением на рынке, в котором проявляются импульсы к сотрудничеству и соперничеству. Приходится соглашаться с Джорджем Дзем в том, что «стратегия — это очень эластичный термин, у которого в обычном употреблении настолько много толкований, что первоначальное его значение почти потерялось»².

В последние 10–15 лет тема стратегий сделалась весьма популярной и в современной русскоязычной литературе по менеджменту. Вместе с тем явление стратегического менеджмента продолжает оставаться малоразработанным теоретически, а категория «стратегия предприятия» все еще не встала в категориальный ряд современной теории управления и теории предпринимательства. Выделение в публикациях стратегического уровня деятельности современных предприятий и перемещение его в центр исследования мотивов, типов целеполагания и практических действий рыночных субъектов нередко объясняется путанными представлениями авторов о сути стратегий в сочетании с очевидным стремлением предстать перед читателями в качестве стратегически мыслящих людей. Такое положение характерно, прежде всего, для многих учебников по стратегическому управлению и стратегическому планированию, подготовленных авторами, которые, как правило, не имеют профессионального опыта в сфере практического менеджмента предприятий и набираются теоретических премудростей и литературного мастерства в тиши библиотек и на специализированных сайтах всемирной паутины.

Выход в свет книги «Стратегия предприятия» свидетельствует о том, что категориальному беспределу в отечественной науке, похоже, все-таки приходит конец. Новая монография создана Г. Б. Клейнером на стыке нового институционализма, обогащенного на основе серьезного экономико-математического знания и осмысленного методологического плюрализма, избавляющего автора от предвзятых подходов, критического восприятия разнообразных абстрактных теорий фирмы и свежего взгляда на современную теорию производственного менеджмента.

Пожалуй, впервые в центре исследования, обладающего всеми содержательными и формальными признаками фундаментальности, оказывается современное предприятие, деятельность

¹ Клейнер Г. Механизмы принятия стратегических решений и стратегическое планирование на предприятиях // Вопросы экономики. 1998. №8; Клейнер Г. Б. Управление корпоративными предприятиями в переходной экономике // Вопросы экономики. 1999. №8; Клейнер Г. Б. Институциональная структура предприятия и стратегическое планирование на макроуровне // Вестник Государственного университета управления. Серия «Институциональная экономика». 2001. №2; Клейнер Г. Б. Системная парадигма и теория предприятия // Вопросы экономики. 2002. №10; Клейнер Г. Б. От теории предприятия к теории стратегического управления // Российский журнал менеджмента. 2003. Т. 1, №1; Клейнер Г. Б. Теория фирмы и практика российских предприятий. М.: ЦЭМИ РАН. 2006; и др.

² Дэй Дж. Стратегический маркетинг / Пер. с англ. М.: Эксмо, 2003. С. 56.

и предпосылки деятельности которого анализируются с помощью сформулированной автором интенционально-эвентуализированной системно-интеграционной теории предприятия. Сформулированная научная конструкция применяется автором не только в концептуально-методологическом значении, как предпосылка изучения современного российского предприятия, но и в качестве инструмента научного обоснования методики создания и комплексной стратегии конкретных, «живых» предприятий.

Примечательна структура книги. Она отражает не только разнообразие научных интересов и теоретических предпочтений автора, но и формирует каркас логически последовательного повествования, в котором в лучших традициях методологии «от абстрактного к конкретному, а от него — к практике» — перед читателями раскрывается смысл стратегического подхода в теории предприятия и в практике управления предприятиями. Автор планомерно раскрывает содержание суверенитета предприятия, его функционал, место в межфирменной среде, наноэкономической среде, макросистеме и системе взаимных ожиданий. Глава вторая книги «Системная концепция предприятия», на мой взгляд, одна из лучших в работе, также последовательно раскрывает перед читателями созданную автором системную концепцию предприятия, вполне конкурентоспособную в среде современных теорий фирмы. Весьма интересны, к примеру, параграфы, посвященные когнитивным аспектам корпоративного управления и институциональным системам предприятия, в изложении которых весьма удачен синтез институционального, поведенческого, информационного и компетентностного подходов, каждым из которых Г.Б. Клейнер владеет филигранно.

Заключительные главы монографии посвящены трансформации системных представлений о современном предприятии в элементы системы стратегического менеджмента предприятий. Внимание читателей предлагается теоретическая модель функционирующего предприятия, функционирующего не только в экономической теории или теории предприятия, но и на практике, которая делает стратегическое управление прикладной задачей по приобретению и удержанию конкурентных преимуществ.

Автором подробно рассматриваются различные направления стратегии предприятия — товарная, ресурсная, технологическая, кадровая, реинжиниринговая, эвентуальная, когнитивная, институциональная. Креативно мыслящего читателя обязательно заинтересует параграф о синопсисе системно-интеграционной эвентуализированной теории предприятия, в котором оригинальные теоретические конструкции, изложенные в нетривиальном понятийном формате, доведены до уровня практических рекомендаций в отношении энергетических компаний. Интересны систематизация норм, лежащих в основе институциональной стратегии предприятия (с. 452–453), а также структурирование когнитивной стратегии предприятия (с. 464–465), о необходимости создания и применения которой не должен забывать ни один субъект рынка, нацеленный на эффективное конкурентное позиционирование.

Стоит обратить внимание читателей также на комплексное исследование стратегических действий предприятий в сфере реструктуризации бизнеса: автор последовательно анализирует различные стороны этого динамичного явления — от организационно-технологической и организационно-управленческой реструктуризации до реструктуризации коллектива (с. 501–502). В реальной жизни управление изменениями на предприятии, действительно, часто приобретает характер комплексного реформирования, в рамках которого реструктуризации подвергается вся структура предприятия, что не исключает возможности внесения изменений без модификации структуры, например в формах регенерации персонала, реинжиниринга отдельных процессов, ребрендинга и др.

К сожалению, анализ направлений стратегического менеджмента, выгодно отличающий данную работу от многочисленных поверхностных публикаций в «стратегическом ключе», не включает исследование стратегий конкурентного поведения и стратегий партнерского поведения. Это тем

более досадно, что Г. Б. Клейнеру принадлежит получившая признание идея «коокуренции» субъектов рынка, которая как раз могла бы стать дополнительным аргументом в пользу отстаиваемой им идеологии комплексного стратегического управления предприятиями. Следует обратить внимание также на то, что на страницах книги мы не найдем обращения к предпринимательскому менеджменту (хотя на них широко представлены различные предприниматели и стейкхолдеры), без упоминания которого сложно выдержать до конца системологию стратегического управления. Полезно было бы наметить, хотя бы схематично, взаимную связь и взаимное влияние поведенческих уровней — стратегического, тактического и ситуационного — эвентуальный подход, примененный автором, казалось бы, обуславливал неизбежность такого продолжения, которое, надеюсь, последует в новых публикациях автора.

Тем не менее, несомненно, что рецензируемая монография, выполненная в системно-интеграционном теоретическом ключе (а только в таком ключе и стоит сегодня приступать к освоению любых теоретических объектов), является незаурядным событием в научной жизни страны. Ее появление свидетельствует об имеющейся в России ресурсной базе серьезных теоретических исследований в сфере современного менеджмента, проведение которых было бы полезным для обоснования подходов к повышению конкурентоспособности российского бизнеса, его субъектов, к управлению конкурентоспособностью российских предприятий на мировом рынке товаров и услуг.

*Рубин Ю. Б.
доктор экономических наук, профессор,
Почетный работник высшего профессионального образования РФ,
ректор Московской финансово-промышленной академии*

УДК 339.13.2

Жигун Л. А., д. э. н., профессор, Тихоокеанский государственный экономический университет, г. Владивосток

Третьяк Н. А., старший преподаватель Уссурийского филиала Тихоокеанского государственного экономического университета, г. Уссурийск

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ДИНАМИЧЕСКИХ СОСТОЯНИЙ КОНКУРЕНЦИИ

Сложившаяся к настоящему времени методика оценки состояний конкуренции во многом отстает от современных требований и науки о конкуренции и запросов практики к уровню достоверности ее состояния. Прежде всего, это касается динамических характеристик состояния конкуренции. В этом аспекте аналитики и практики вынуждены руководствоваться преимущественно интуитивными оценками. Они дают фрагментарное и приближенное представление о состоянии конкуренции. Авторы на примере рынка ликероводочной продукции Приморского края (ЛВП ПК) разработали методику, которая расширяет представления о состояниях и характере конкуренции в любой фазе ее развития.

Исследование процессов конкуренции позволяет дать научную оценку протекания этого, достаточно нового для нашей экономики явления. Проблемы, возникающие при осуществлении рыночной деятельности, свидетельствуют о неподготовленности, а подчас и беспомощности институциональных структур в оказании благотворного влияния на развитие конкуренции.

Недостаток теоретически проверенных подходов к обоснованию способов оценки состояний конкуренции, вытекает из размытого понимания сущности процессов конкуренции и приводит к промахам в подборе методов анализа и приемов регулирования этого явления.

Конкуренция, являясь движущей силой развития товаропроизводящего общества и главным инструментом эффективного распределения ресурсов по секторам экономики, составляет основную форму пове-

дения конкурентов на рынке. В сравнении с промышленно развитыми странами уровень развития конкуренции в России все еще недостаточен для ее благотворного влияния на развитие экономики.

Сущность явления конкуренции можно интерпретировать различным образом в зависимости от подхода: поведенческого, структурного и функционального. От предпочтения, отданного тому или иному подходу, применяются те или иные методы оценки состояний конкуренции.

Первый подход определяет конкуренцию только как состязательность на рынке. Он основан на обыденном понимании конкуренции, как соперничества за лучшие результаты в какой-либо сфере. Идеи поведенческого подхода конкуренции были развиты представителями неоклассической школы: А. Маршаллом, Г. Муром, У. Джевонсом, П. Хайне. Они рассматривали конкуренцию как борьбу за ограниченное количе-

ство экономических ресурсов и, особенно за деньги потребителя, на которые их можно приобрести. Поведенческая интерпретация конкуренции прослеживается и в работах М. Портера, который рассматривает поведение конкурирующей фирмы в двух аспектах выгодного распределения ресурсов: сокращения издержек и дифференциации свойств продукта. При этом неизбежность влияния внешней среды оценивается им как фактор, определяющий состояние конкуренции.

Второй подход основывается на современной теории морфологии рынка. Он позволяет выработать критерии и подходы к оценке состояний конкуренции, обеспечивающие государственное вмешательство в ход развития конкуренции на рынках. Структурный подход к пониманию сущности и к оценке состояний конкуренции в сознании участников рыночных процессов преобладает над поведенческим. При этом конкуренция рассматривается в нем как состояние рынка, при котором число фирм, продающих однородный продукт, должно быть настолько велико, а доля конкретной фирмы на рынке настолько мала, что никакая фирма одна не может повлиять на цену товара путем изменения объема своих продаж. В этом подходе считается, что состояние конкуренции характеризует степень зависимости общих рыночных условий от поведения отдельных участников. В основу классификации рынков структурным подходом положены различные критерии. К наиболее распространенным относят число участников рынка, численность продавцов, характер продукта, доля фирмы на рынке и т. д.

Структурный подход к объяснению конкуренции прослеживается в работах А. Курно, К. Менара, В. Ойкена, Дж. Робинсон, Э. Чемберлина, Ф. Эдجوорта, А. Юданова и других крупнейших ученых. Именно они заложили и развили основы представлений о современной западной теории четырех основных типов рынков: совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии. Такая последовательность типов рынков в их по-

нимании связана со степенью убывания конкурентности, т. е. с характером изменения состояний конкуренции. В ней совершенная конкуренция и монополия являются взаимоисключающими противоположностями, и вместе с тем обладающими диалектическим единством. При данном подходе основное внимание уделяется анализу структуры рынка по составу участников и их долям. В данном подходе полагается, что тщательное изучение каждого вида структуры рынка необходимо, для того чтобы выявить интенсивность и состояние конкуренции на нем.

Третий подход рассматривает конкуренцию, как обязательный элемент рыночного механизма, который направлен на устранении отклонений от нормального развития экономики. Сущность конкуренции проявляется через реализуемые ею функции. В рамках классической экономической теории конкуренция рассматривается как сила, функционально обеспечивающая взаимодействие спроса и предложения, уравнивающая рыночную цену; как механизм регулирования пропорций общественного производства, который способствует переливу капиталов из отрасли в отрасль.

Потребности современного общества привели к изменению характера производственных отношений, к применению наемного труда, подчиняемого инвестиционному движению капитала. Поэтому, функция современной формы конкуренции — инвестиционное регулирование получения прибыли участниками системы в процессе производства и обмена товарных стоимостей. Движущей силой такой формы конкуренции, по К. Марксу, служит закон образования цены производства с единой нормой прибыли. По мнению Л. Жигуна, состояние конкуренции отражается установлением соотношений между наемным трудом и инвестированным капиталом. Это свидетельствует о том, что функциональная сущность конкуренции заключается в устранении отклонений от нормального развития экономики.

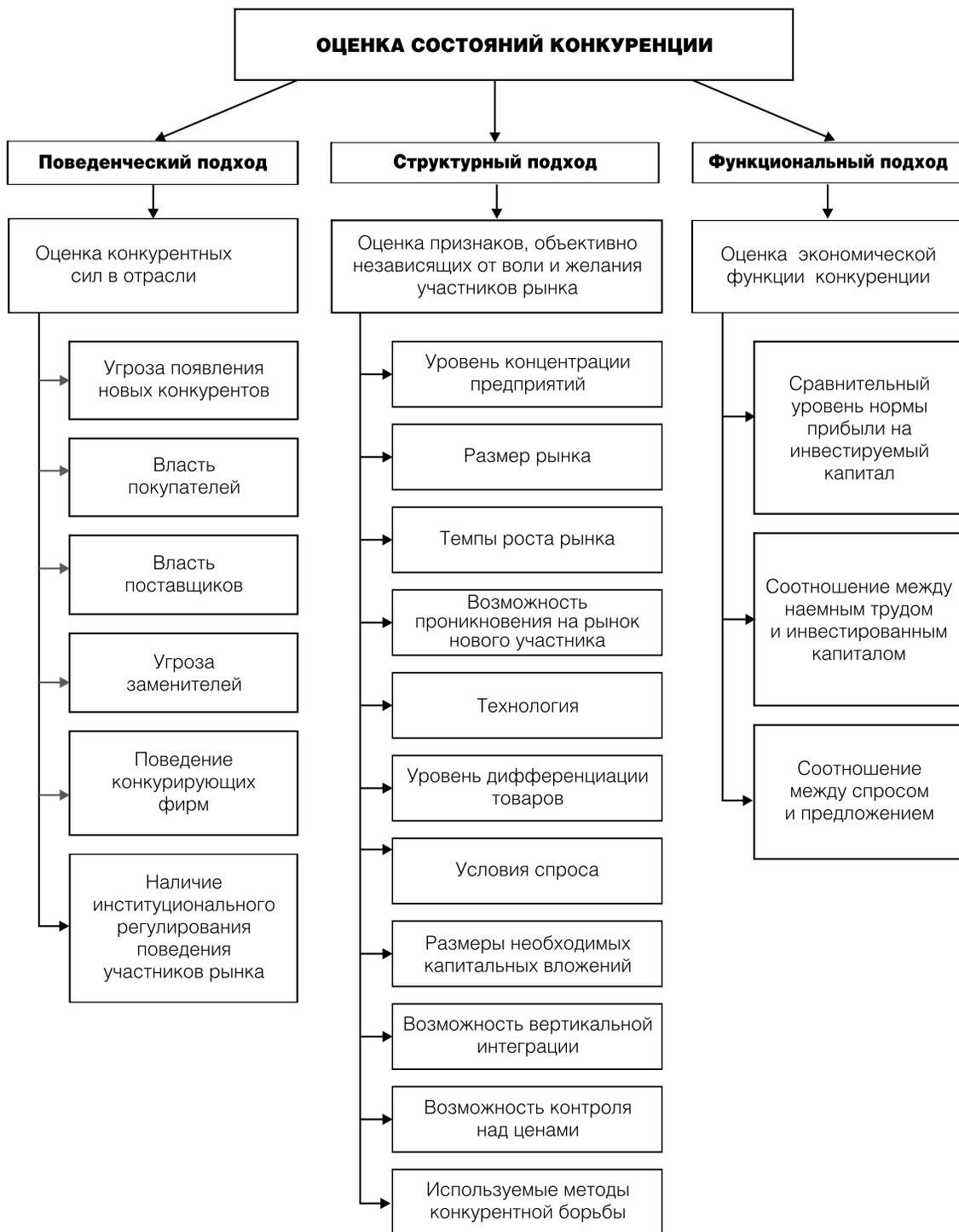


Рис. 1. Схема сложившихся подходов к оценке состояний конкуренции

Характер изменения состояний конкуренции, в современных условиях, проявляется в чувствительности конкуренции к любым изменениям в окружающей обстановке. При этом стремительная скорость реакции сил конкуренции на изменения несравнима со скоростью инерции ответных действий предприятий на те же изменения. В настоящее время скорость существенных и быстрых перемен настолько велика, что фирмы оказываются неспособны воспринимать эти перемены и реагировать на них достаточно быстро, прежде чем опасность успеет существенно сказаться на деятельности предприятия или какая-либо благоприятная возможность окажется ими упущенной. Важно, что стимулы для адаптации также создает конкуренция, указывая направление успешной деятельности. В связи с этим требуется развитие методов оценки состояний конкуренции по ее динамическим характеристикам.

Конкретным инструментом оценки состояний конкуренции на российском рынке служит Приказ ФАС РФ от 25.04.2006 № 108 «Об утверждении порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке». Согласно ему состояния конкуренции определяются следующими показателями: временным интервалом исследования; продуктовыми границами товарного рынка; географическими границами рынка; субъектным составом рынка; объемом товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов (ХС) на рынке; уровнем концентрации товарного рынка; барьерами входа на рынок; оценкой состояния конкурентной среды на товарном рынке; потенциалом ХС. Однако данный перечень показателей, на наш взгляд, не является исчерпывающим. В целом в Приказе нашли свое отражение первый и второй подходы.

Таким образом, краткий обзор теоретических подходов к оценке состояний конкуренции, позволил выделить определенную группу факторов, которые дают воз-

можность оценить характер изменения состояний конкуренции. По принадлежности к различным подходам их можно расположить в такой последовательности: поведение конкурирующих фирм, наличие институционального регулирования поведения участников рынка, факторы, объективно независимые от воли и желания участников рынка (типы рынка, концентрация предприятий, технологии, динамические характеристики их изменения и т. д.), экономическая функция конкуренции.

Совокупность рассматриваемых элементов позволяет схематически отразить сложившиеся методологические основы оценки состояний конкуренции на рис. 1.

Первая подсистема, опирается на поведенческий подход и выражена пятью конкурентными силами, выделенными М. Портером. В совокупности эти силы представляют предельный потенциал прибыли в отрасли и являются «инструментом, позволяющим анализировать степень интенсивности конкуренции на конкретных рынках».

Вторая подсистема использует показатели, позволяющие оценить состояние конкуренции по структуре рынка.

Третья подсистема, основанная функциональным подходом, направлена на оценку состояния конкуренции по эффективности реализации ею экономической функции.

На основе приведенных выше теоретических подходов разработаны специфические индексы и критерии, удовлетворяющие им различные методики расчетов. В диагностике состояний конкуренции на рынках важнейшую роль играет анализ состояния рыночной структуры. О состоянии конкуренции судят по коэффициентам и индексам. Среди них индексы концентрации, максимальной доли, обратных величин долей, Херфиндаля-Хиршмана, ранговый индекс концентрации (индекс Холла-Тайдмана, индекс Розенблюта); коэффициенты Джини, энтропии, вариации рыночных долей и т. д. Они встречаются

чаще всего в научной, практической и нормативной литературе, посвященной анализу структуры рынков. В них внимание фокусируется на том, какая доля рынка приходится на каждого либо группу конкурентов, а не на том, какую долю потребности потребителей они удовлетворяют. При этом разные индексы и коэффициенты показывают разные уровни концентрации на рынке и указывают на наличие разных структур рынка. Кроме того, в динамике каждый из применяемых индексов и коэффициентов показывает разное направление изменения состояний диагностируемого рынка.

В целом, сложившиеся к настоящему времени методики оценки состояний конкуренции во многом отстают от современных требований и науки о конкуренции, и запросов практики к уровню достоверности ее состояния. Прежде всего, это касается оценки динамических характеристик состояния конкуренции. В этом аспекте аналитики и практики вынуждены руководствоваться преимущественно интуитивными оценками. Однако они дают только фрагментарное и приближенное представление о состоянии конкуренциях и не позволяют прогнозировать направления их изменений.

Не утомляя детальным разбором применяемых индексов и коэффициентов, заинтересованных читателей адресуем к работам Г. Азоева, И. Березина, Л. Жигуна, Е. Платоновой, С. Светунькова с А. Литвиновым и др.

В предлагаемой статье авторы, на примере рынка ликероводочной продукции Приморского края (ЛВП ПК) демонстрируют подход к совершенствованию методики оценки состояний конкуренции по ее динамическим характеристикам. Эта методика расширяет представления об оценках этих состояний и характере конкуренции в любой фазе ее развития. Она дает возможность получить такие результаты, которые приводят к новым суждениям о конкуренции в целом.

Исследование осуществлено по правилу «ММММ» (мировоззрение — методология — метод — методика) развития теоретических знаний: теория свободной конкуренции — кумулятивный подход к рассмотрению конкуренции — операторный метод преобразований Лапласа — методика оценки динамических состояний конкуренции. Применение этого правила приводит к поднятию на новый мировоззренческий уровень в исходном пункте: состояния конкуренции определяются отношением конкурентов к потребностям потребителей, а не их общим числом на рынке.

В ходе проведения исследования мы исходили из гипотезы изложенного выше структурного подхода, согласно которой конкуренция проявляет себя как результат увеличения участников рынка. Примечательно: при этом полагается, что процесс изменения состояний конкуренции по мере увеличения числа конкурентов эволюционирует от чистой монополии к чистой (свободной) конкуренции. Тогда формализовано, этот процесс следует описывать кумулятой, т. е. интегральной функцией накопления рыночных долей участников рынка в зависимости от их числа, начиная с монополии к олигополии и от нее к чистой конкуренции при полном насыщении рынка множеством участников. Эмпирические данные такой кумуляты на примере динамики насыщения рынка ЛВП ПК представлены в табл. 1.

Представление о кумулятивном характере изменения динамики состояния конкуренции на рынке дает рис. 2.

Из рис. 2 следует, что на графике можно выделить две группы конкурентов: группу олигополистов (1-7) и свободно конкурирующих участников (8-10).

Появление восьмого, девятого, десятого и т. д. конкурентов практически не оказывает влияния на состояние конкуренции на рынке. Наступает статический режим, когда параметры системы не изменяются под воздействием конкурентов. Такое те-

Таблица 1

Динамика насыщения рынка ЛВП ПК конкурентами в 2005 г.

Поставщик	Объем поставок, тыс. дкл.	Доля конкурента на рынке ПК, %	Кумулята: накопленные конкурентами доли, %
Контрафактная продукция	1665,00	35,37	35,37
Кабардино-Балкарская республика	890,10	18,91	54,28
Московская область	675,10	14,34	68,62
ОАО «Уссурийский бальзам»	657,70	13,97	82,59
ООО «Арго-1»	549,40	11,67	94,26
Республика Северная Осетия-Алания	159,80	3,39	97,66
Ленинградская область	67,74	1,44	99,09
Хабаровский край	37,15	0,79	99,88
Импорт алкогольной продукции	2,80	0,06	99,94
АО «Викон-93»	2,67	0,06	100
Итого:	4707,46	100,00	

Источник: Производство важнейших видов промышленной продукции // Приморский край в цифрах. Владивосток: Прикрайстат, 2007.

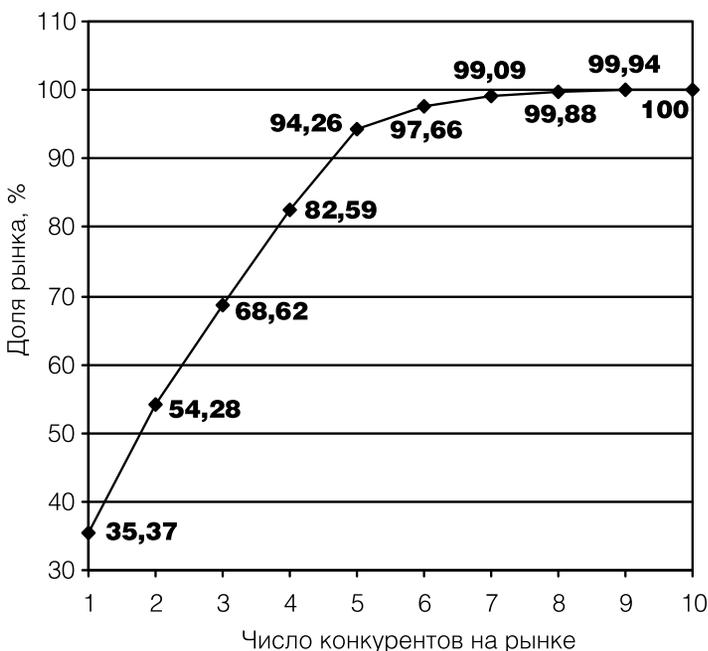


Рис. 2. Зависимость изменения накопленных долей рынка участниками конкуренции от их общего числа

чение процесса неоспоримо согласуется с представлением о чистой (свободной) конкуренции. С появлением участников второй группы на рынке наступает состояние стабильного хода процесса конкуренции. Ему предшествовала фаза турбулентного развития или, так называемого, переходного процесса, когда наблюдается первичный раздел рынка между конкурирующими олигополистами.

Построение эмпирической кумулятивной зависимости на большинстве из реально существующих рынков (например, рынках книгоиздания, пива, соков, мороженого, продаж мобильных телефонов и т. д.) приводит к одному и тому же ре-

зультату его межгрупповой дифференциации, только с разной скоростью и с той или иной численностью конкурентов в различных его фазах. В этом и различаются динамические оценки состояния конкуренции на конкретных рынках.

Полученную нами эмпирическую зависимость исследуем с целью выявления механизма, вызывающего различия в скорости достижения на рынке состояния чистой (свободной) конкуренции.

На этом пути первым этапом изучения является построение модели, характеризующей динамические свойства, присущие исследуемой системе рынка. Осуществлять его предлагается, используя операторный метод преобразований Лапласа, широко применяемый в операционном исчислении динамических задач современной теории автоматического управления.

Построение и идентификация динамической модели системы в разработанной авторами методике предназначено для определения ее структуры и параметров по динамике фактически наблюдаемых данных: входному воздействию (числу конкурентов) и выходным величинам (значениям накопленной доли рынка). Полученные параметры операторной модели раскрывают особенности механизма конкуренции и ее специфические характеристики на рынке в процессе его формирования.

Целями рассмотрения модели динамической системы конкуренции в операторной форме являются:

- решение задач анализа системы, при этом значения параметров системы даны, а ее свойства требуется определить;
- выявление инструментов, позволяющих оценивать и прогнозировать состояние конку-

ренции в различных фазах формирования рынка;

- установление условий развития конкуренции на рынке производителей ликероводочной продукции Приморского края.

Применив прикладную математическую программу *arx* из ППП *MatLab* раздела идентификации, получаем, что в тета-формате (*th*) данным эмпирической кумуляты ЛВП ПК наиболее адекватна следующая структурная модель рассматриваемой динамической системы: $th = arx(z, [3 \ 3 \ 1])$, где *arx* — модель авторегрессии дифференциальных уравнения которой на выходе и на входе имеют третью степень, а также единственный интервал появления конкурентов.

В дифференциальной записи с учетом исходных данных ЛВП ПК модель авторегрессии принимает форму: $A(q)y(t) = B(q)u(t) + e(t)$, где

$$A(q) = 1 - 0,9485 (\pm 0,3668) q^{-1} + 0,5916 (\pm 0,5318) q^{-2} - 0,2849 (\pm 0,384) q^{-3}$$

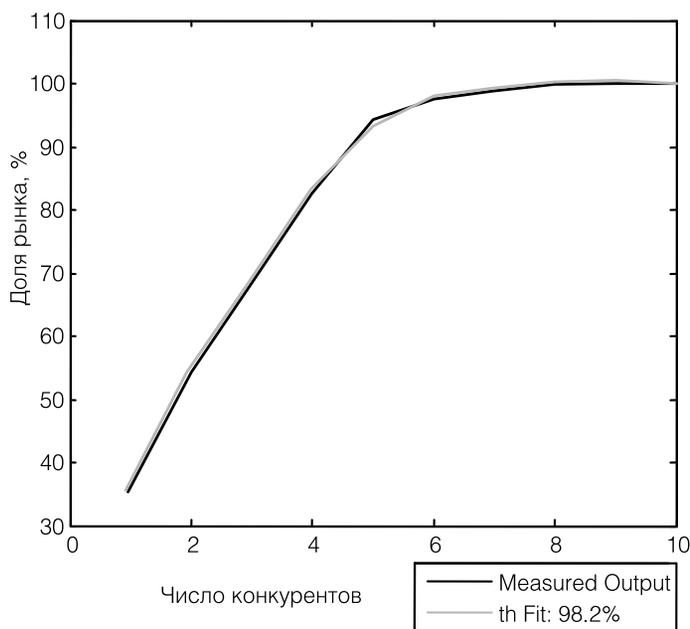


Рис. 3. Оценка точности операторной модели, исследуемой динамической системы

$$B(q) = 20,63 (\pm 6,455) q^{-1} - 0,253 (\pm 0,5423) q^{-2} - 21,14 (\pm 7,041) q^{-3},$$

а в операторном виде:

$$Z = \frac{20,63 z^2 - 0,253 z - 21,14}{z^3 - 0,9485 z^2 + 0,5916 z - 0,2849},$$

где $Z = [B(q)u(t) + e(t)]/A(q)y(t)$, A, B — параметры состояний входа и выхода; $y(t), u(t)$ — сигналы входа и выхода; $e(t)$ — дискретный белый шум; q — дифференцируемая функция.

Следующим шагом методики является оценка адекватности полученной операторной модели. Она осуществляется посредством функций *compare* и *Fit*, реализуемых ППП *MatLab*: $[yh, Fit] = compare(z, th); Fit = 98,1953$.

Результаты их применения представлены графиком на рис. 3.

Очевидно, что графическое изображение полученной модели, характеризующей состояние конкуренции, с высокой степенью точности (98,2%) отображает характер динамики изменения конкуренции, сложившийся на рынке ЛВП Приморского края. Благодаря этому она адекватно объясняет динамику поведения участников как олигополистической (1-7), так и свободно конкурирующей (8-10) групп системы конкуренции.

Убедившись в адекватности построенной модели можно приступить к исследованию механизма формирования конкуренции на рынке ЛВП ПК. Первым этапом в этой части методики является установление конкурентных сил — звеньев управления процессом конкуренции формирующих этот механизм посредством построения переходной модели через отношение значений на выходе к значениям на входе. К конкурентным силам можно отнести: 1) противодействия уже имеющихся конкурентов друг другу; 2) влияние на рыночные процессы институциональных органов; 3) отношение покупателей к поставляемой на рынок продукции; 4) вне-

дрение товаров или услуг — заменителей; 5) влияние поставщиков комплектующих изделий и т. п.; 6) внедрение новых конкурентов, 7) звенность процессов товародвижения.

Вышеприведенная операторная модель в полиномиальной форме записи хотя и содержит 98,2% информации о процессах конкуренции, протекающей на рынке ЛВП ПК, однако не удовлетворяет требованиям ее интерпретации. В частности, такой вид не позволяет представить какое число, и какие типы структурных звеньев образуют цепь управления поведением конкурентов на рынке, каков вид и длина этой цепи, а также характер взаимодействия звеньев. Решению такой задачи идентификации структуры рынка и параметров конкуренции на нем удовлетворяет полюсно-нулевое представление полиномиальной модели. Для этого вычисляются действительные и мнимые корни полинома: нули и полюсы. (Нуль представляет значение комплексной переменной, при котором функция передачи обращается в нуль, а полюс — значение комплексной переменной, при котором функция передачи обращается в бесконечность.) Они позволяют представить полиномы числителя и знаменателя модели в виде произведения множителей, состоящих из коэффициента усиления в числителе и двучленов (звеньев первого порядка) в обеих частях модели. При наличии в рыночной системе колебательного процесса один из членов сомножителя имеет вторую степень.

В соответствии со сказанным, применив *zpk* функцию ППП *MatLab*, преобразуем полиномиальную форму модели в блочно-звеную, представив ее через отношение значений на выходе к значениям на входе:

$$W(z) = \frac{20,6305 (z-1,018) (z+1,006)}{(z-0,6896) (z^2 - 0,2589z + 0,4131)} = \frac{\text{звенья выхода}}{\text{звенья входа}},$$

где $W(z)$ — коэффициент реакции конкурента на потребности потребителей рынка; z — оператор Лапласа.

Полученная блочно-звеньевая форма модели эквивалентна полиномиальной. Вме-

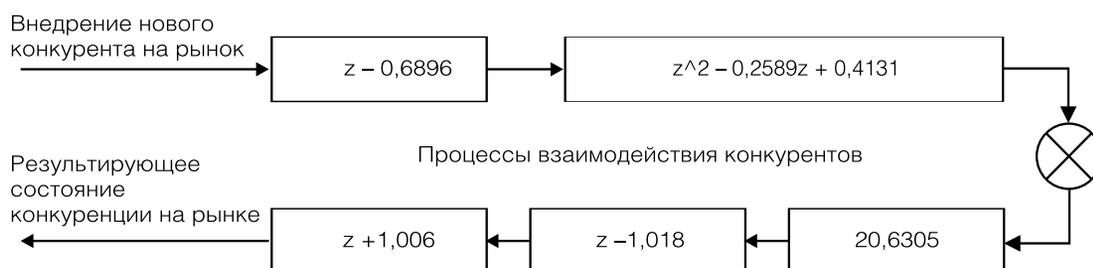


Рис. 4. Блочно-звеньевая структура управления конкуренцией на рынке ЛВП ПК

сте с тем в отличие от нее она раскрывает наличие и структуру распределения звеньев (рис. 4), управляющих поведением конкурентов, которые фактически сложились в олигополистической и конкурентной группах рынка ЛВП ПК. Кроме того, представление ее через коэффициент $W(z)$ позволяет проанализировать реакцию каждого последовательно входящего на рынок конкурента. Из ее анализа следует, что в полученном отношении 2-й сомножитель знаменателя представляет колебательное звено. Оно раскрывает механизм барьерного противодействия входу новых конкурентов на рынок ЛВП ПК. Его наличие приводит к вынужденным периодически повторяющимся изменениям в направлении реакции конкурента на уровень удовлетворения потребности потребителей.

В числителе преобразованной модели 2-й и 3-й сомножители (звенья выхода) удлиняют цепочку управляющих воздействий по продвижению продукции к потребителям рынка ЛВП ПК. Это удлинение звенности приводит к дополнительному росту стоимости продукции. На рынках свободной конкуренции подобные звенья отсутствуют (показано ниже). Первый сомножитель — характеризует пороговый уровень возникновения рынка ЛВП ПК.

После оценки качества построенной математической модели конкуренции осуществляется переход к построению прогноза изменения реакции конкурентов на потребности потребителей рынка ЛВП ПК. Для этого используем динамическую модель реакции конкурентов на потребности потребителей рынка. Расчет

прогнозных значений состояния конкуренции производится посредством функции *idsim* ППП *MatLab*. При этом «горизонт» прогноза превышает исходное количество конкурентов. В нашем случае он достигает сорока конкурентов. Это количество полностью раскрывает особенности состояний конкуренции на исследуемом рынке. Кроме того, для обеспечения содержательности полученного графика прогноза развития конкуренции на ЛВП ПК он дополнен графиком «эталонного» изменения состояний конкуренции с передаточной функцией $W(z)_{cb}$, соответствующего характеру поведения свободно конкурирующих участников рынка (рис. 5):

$$W(z)_{cb} = \frac{100}{(z+100)} = \frac{\text{усиление на выходе}}{\text{звено входа}}$$

На графике свободной конкуренции уровень реакции участника на удовлетворение потребностей потребителей в «эталонном» ряду изменяется последовательно от 63,21 86,47 95,02 98,17 99,33 99,75 99,91 99,97 99,99 100,00 ... до 100,00% при появлении каждого нового конкурента с 1-го до бесконечности.

Полученный прогноз позволяет перейти к качественным и количественным оценкам состояний конкуренции. Так, из рис. 5 видно, что график изменения состояния конкуренции на рынке ЛВП ПК существенно отличается от графика свободной конкуренции. При интерпретации прогноза следует учитывать, что отклонение

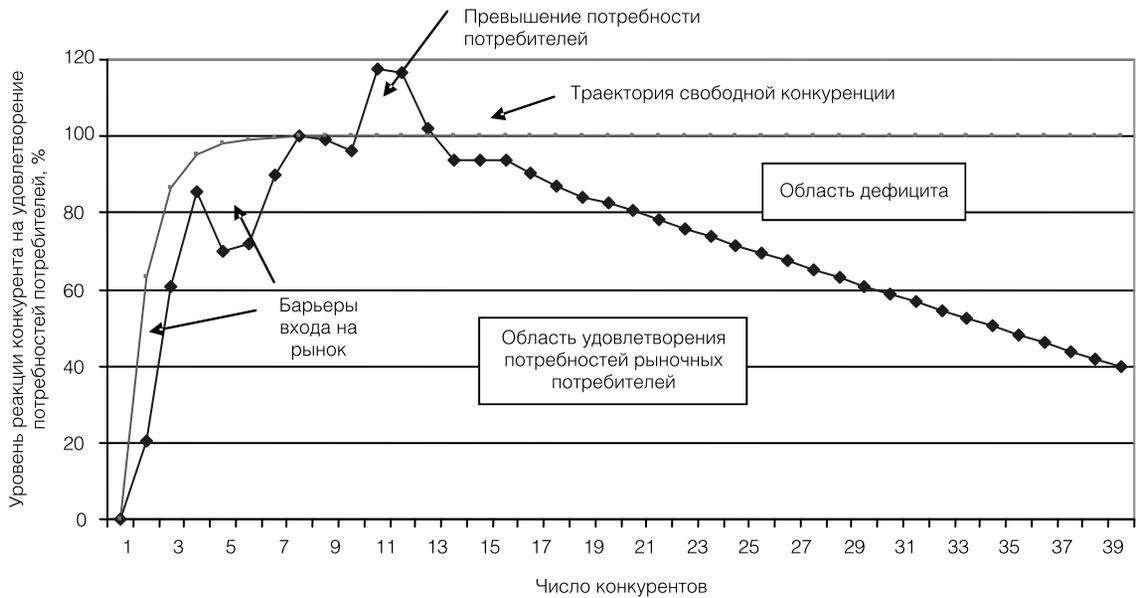


Рис. 5. Прогноз изменения состояний конкуренции на рынке ЛВП ПК под влиянием изменения числа конкурентов

вправо прогнозируемых данных от состояний свободной конкуренции демонстрирует в общем случае ухудшение адаптивных свойств ценовой и товарной политик фирм, а оно, следовательно, приводит к возникновению диспропорций, кризисных явлений и деградации рынка.

Мы полагаем, что наблюдаемые отклонения от «эталона» обусловлены олигополистическим поведением конкурентов исследуемого рынка ЛВП ПК. Во-первых, на графике видно, что уже в начальной фазе развития рынка ЛВП ПК (от появления 1-го до появления 7-го конкурента) график отстает от «эталонного» графика свободной конкуренции. Это указывает на обладание конкурентами рынка ЛВП ПК большей инерционностью, чем у конкурентов эталонного рынка. Расчеты показали, что коэффициент инерционности (k_i) конкурентов рынка ЛВП ПК равен: $k_i = 1/|\alpha_1| = 1/0,1294 = 7,7$, где α_1 — действительная часть i -го корня характеристического уравнения модели. В целом коэффициент инерционности ЛВП ПК в 7,7 раза выше, чем у конкурентов «эталонного» рынка

свободной конкуренции. Из этого следует, что конкурирующие олигополисты апатичны к удовлетворению потребностей потребителей на рынке ЛВП ПК.

Во-вторых, обладание олигополистическим рынком ЛВП ПК звеном второго порядка придает ему свойство колебательности, наблюдаемое на его графике в фазе его становления (интервал от 1-го до 14-го конкурента). Данное свойство количественно оценивается коэффициентом колебательности $\mu = |\beta_i/\alpha_i|$, где β_i — мнимая часть i -го корня характеристического уравнения операторной модели. Необходимо отметить, что олигополистическому рынку генетически присуща неравномерность развития в фазе его формирования. В частности, на рынке ЛВП ПК $\mu = 0,6296i/0,1294 = 4,8655$. Наибольший угол колебаний γ составил $78^\circ 38'$ ($\gamma = \arctg \mu$). На рис. 5 этот угол представлен вектором в интервале от 20,63 до 60,57% (между 2-м и 3-м конкурентами), когда наблюдается реакция наивысшей ориентации конкурентов на удовлетворение потребности потребителей.

В-третьих, олигополистический рынок ЛВП ПК в фазе завершения своего формирования (интервал от 10-го до 14-го конкурента) подвержен перерегулировке. Она заключается в переполнении некоторыми конкурентами рынка продукцией и оценивается превышением потребности потребителей на 17,34% и 16,66% при появлении 10-го и 11-го конкурентов. Тем самым олигополистический рынок по своей исходной природе подвержен превышению потребностей потребителей, ведущему к перерасходу экономических ресурсов.

В-четвертых, олигополистический рынок ЛВП ПК обладает свойством свертывания. Данное свойство становится очевидным только после завершения его первичного формирования (появление 14 конкурента). Оно заключается в том, что по мере дальнейшего появления новых конкурентов на рынке происходит их общее стремление к сокращению поставок продукции на рынок, т. е. снижение усилий по удовлетворению потребностей потребителей. Оценка этого свойства осуществляется посредством расчета коэффициента свертывания. Согласно построенной модели он равен 2,1189%. Наличие в структуре рынка ЛВП ПК звена свертывания означает, что после завершения формирования олигополистического рынка каждый новый появляющийся конкурент на 2,1189% менее ориентирован на удовлетворение потребностей потребителей, чем предыдущий конкурент. Это приводит к тому, что если 16-й конкурент еще был ориентирован на удовлетворение 93,62% потребностей потребителей, то 40-й конкурент — уже только на 39,72%. По сути, конкуренты олигополистического рынка генетически запрограммированы генерируют дефицит товарной продукции. Весомой причиной этого, согласно теории лидерства фирм на рынке Л. Жигуна, может служить преобладание на олигополистическом рынке «О-фирм» [4, с. 172-182].

Раскрытые выше специфические состояния динамики конкуренции, возника-

ющие в процессе развития олигополистического рынка, обозначены надписями на рис. 5. Из них следует, что на олигополистическом рынке область удовлетворения потребностей рыночных потребителей существенно уже, чем на рынке свободной конкуренции. Превышение потребности потребителей является лишь моментом в его развитии, главная тенденция которого приводит к дефициту продукции на рынке. В фазе становления рынка конкуренты сталкиваются с барьерами входа на рынок, служащими важнейшей характеристикой его структуры. Построенная операционная модель позволяет более четко охарактеризовать и количественно оценить влияние на состояние конкуренции барьеров входа на рынок.

В целом применение разработанной авторами методики оценки динамических состояний конкуренции на рынке ЛВП ПК показало, что он является олигополистическим с типичными для всех олигополистических рынков характеристиками. Основная тенденция их развития — сокращение поставок продукции на рынок. Этим они сильно отличаются от свойств, характеризующих классические состояния «эталонного» рынка свободной конкуренции, определяющим свойством которого является следующее: «появление нового конкурента не вызывает изменений на рынке».

Из сформулированных выше пяти положений вытекают два следствия.

Следствие 1. Состояния конкуренции определяются не числом конкурентов на рынке, а их отношением к удовлетворению потребностей потребителей посредством предлагаемой на рынок товарной продукции. Тем самым предположение о том, что число конкурентов на рынке может служить характеристикой состояния конкуренции является заблуждением. Даже единственный на рынке продавец ведет себя в соответствии с законом свободной конкуренции, если он полностью ориен-

тирован на удовлетворение потребностей потребителей. Напротив, сотни продавцов рынка, не ориентированные на удовлетворение потребностей потребителей, не способны обеспечить условий свободной конкуренции.

Следствие 2. Такие традиционные методы оценки состояний конкуренции, как индексы концентрации и их производные, в основу которых положено предположение о числе конкурентов как признаке конкурентности, не могут служить для прямой оценки состояний конкуренции. Во всяком случае, если их применение и возможно, то только косвенно и с целым рядом оговорок, при вычислении отклонений (дифференциала) от «эталонного» состояния рынка свободной конкуренции, да и то в начальной фазе его формирования.

Таким образом, фундаментальным положением в определении состояний конкуренции служит отношение конкурентов к потребностям потребителей, а не их общее число на рынке.

Литература

1. *Азов Г. Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
2. *Березин И.* Состояние конкуренции. Интернет-ресурс: <http://www.4p.ru/main/theory/2638/>, 2008.

3. *Дьяконов В., Круглов В.* MATLAB. Анализ, идентификация и моделирование систем. Специальный справочник. СПб.: Питер, 2002.
4. *Жигун Л. А.* Конкуренция: проблемы теории и практики регулирования. Владивосток: Изд-во ДВГЭУ, 2001.
5. Закон от 21.07.2005 № 102-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и о признании утратившими силу отдельных положений Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции»».
6. Математические основы теории автоматического управления. Лекция 21. Составитель к. т. н., доц. *Лебедев С. К.* Иваново: Ивановский гос. энерг. унив-т, 2006.
7. Об утверждении порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке. Приказ ФАС РФ от 25.04.2006 № 108 (Зарегистрировано в Минюсте РФ 27.07.2006 № 8121).
8. *Платонова Е. Д.* Об общенаучных подходах к исследованию конкуренции и конкурентных отношений // Современная конкуренция, 2007. № 4.
9. *Портер М.* Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/; Пер. с англ. 2-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
10. *Светульников С. Г., Литвинов А. А.* Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск: Изд-во «Корпорация технологий продвижения», 2000.
11. *Сергеев В. В.* Основы теории цепей. Конспект лекций. Ч. 2. СПб.: Санкт-Петербургский Гос. унив-т Телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича, 2006.

Статья поступила в редакцию 14.06.2008

*L. Zhigun, Doctor of Education, professor
Pacific State of Economics, Vladivostok*

N. Tretyak, Senior lecturer

Ussuriysk branch of Pacific State University of Economics, Ussuriysk

METHODOLOGY OF ASSESSING THE DYNAMIC STATUS OF COMPETITION

A competition stage determining methodology available now does not meet many of the modern accuracy-related requirements set by the competition theorists and practitioners. First of all, the characteristics of the competition stage changes are not covered by it. Here the analysts and practitioners have to rely upon their intuitive understanding that can give them only a vague and fragmented picture of the competition stage.

The article authors study a case of the Russian Far East Primopsky Region liquor market. They have developed a methodology that can be used to better examine the competition stages and its characteristics.

УДК 339.137

Семченко А. А., к. э. н., старший преподаватель кафедры экономики и управления качеством и конкурентоспособностью СПбГУЭФ, г. Санкт-Петербург

КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях развития рыночной экономики особую важность для успешного функционирования предприятия приобретают вопросы формирования конкурентного потенциала, определения, развития и создания предпосылок для устойчивости конкурентных преимуществ. Само понятие конкурентного преимущества в настоящее время приобрело особую актуальность, поскольку рост компаний во всем мире замедлился, а поведение конкурентов становится все более агрессивным. Главным стало не просто добиться и выявить конкурентное преимущество, а сделать его устойчивым. Конкурентное преимущество — это те характеристики, свойства товара, которые создают для предприятия определенное превосходство над своими конкурентами, а для потребителя — оптимальное сочетание потребительских характеристик товара. Превосходство оценивается в сравнении, поэтому является относительной характеристикой и обуславливается различными факторами. Для успешной деятельности предприятию необходимо выработать стратегию развития, основанную на его конкурентных преимуществах.

В условиях развития конкуренции особую значимость для предприятий приобретает оперативная диагностика его конкурентной позиции на рынке. В этой связи особое значение имеют исследование и оценка конкурентного потенциала предприятия. Представляется возможным определить конкурентный потенциал предприятия как совокупность конкурентных преимуществ и степень их реализации в текущей и перспективной деятельности предприятия. Иными словами, конкурентный потенциал представляет собой совокупность конкурентных преимуществ предприятия, которые определяют возможности его развития в долгосрочном периоде по сравнению с конкурентами. Важное влияние на степень реализации конкурентных преимуществ оказывают факторы рыноч-

ной среды, а также прочие условия, имеющие отношение к его развитию.

В экономической литературе встречаются различные точки зрения на совокупность условий и факторов, определяющих конкурентный потенциал, что, в свою очередь, сказывается на различиях в методических подходах к его оценке. По нашему мнению, при определении данной категории необходимо учитывать следующее:

1. Конкурентный потенциал предприятия нельзя отождествлять с конкурентным потенциалом производимой продукции, так как последний лишь составляющая часть первого. На это указывают следующие особенности:

- конкурентоспособность товара применяется к конкретному виду производи-

мой продукции, а потенциал предприятия охватывает всю производимую им номенклатуру изделий;

- правомерность оценки конкурентного потенциала предприятия по итогам периода производится самим рынком, а решение о выпуске или прекращении производства конкретного вида продукции принимается единолично производителем в конкретный момент времени;

- временное различие жизненного цикла предприятия и его конкретных видов продукции. В одном жизненном цикле предприятие может неоднократно менять свой ассортимент полностью или частично.

2. Конкурентный потенциал не является постоянной величиной, поскольку зависит сразу от множества переменных факторов и условий рынка.

3. Понятие конкурентного потенциала должно отражать способность предприятия оперативно адаптировать свое внутреннее состояние в ответ на динамично меняющуюся внешнюю среду¹.

4. Конкурентный потенциал возможно рассматривать только по сравнению с другими предприятиями или отраслями, таким образом, необходима база для сравнения объективности результатов.

5. Конкурентный потенциал рассматривается с точки зрения бескризисного функционирования, так как при финансовых трудностях или проблемах иного характера вопрос наличия потенциала низводится до возможности оперативного реагирования и решения текущих задач.

Таким образом, формирование, реализация и поддержание конкурентного потенциала предприятия является основой для обеспечения его конкурентоспособности.

Следует отметить, что в настоящее время нет единой общепринятой методики оценки конкурентного потенциала организации. Каждая компания оценивает свой конкурентный потенциал, руководствуясь собственными представлениями. Так, например, достаточно распространенным является метод оценки по сравнительным преимуществам, в основе которого оценка издержек по реализации продукции предприятия. Другие методы оценки конкурентоспособного потенциала организаций основаны на применении различных показателей анализа производственной деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций и т. д. В рамках этого подхода существует методика, предполагающая выбор системы показателей эффективности производственной деятельности предприятия, финансового положения, эффективности организации сбыта и продвижения товара, конкурентоспособности товара и эффективности инновационного проекта. Интегральный показатель получается методом теории желательности, а общий показатель рассчитывается в виде средней геометрической взвешенной, который при равенстве коэффициентов весомости преобразуется к виду простой средней геометрической частных показателей эффективности деятельности предприятия. В данной методике учитывается большое число факторов, влияющих на конкурентный статус предприятия. Однако методика имеет свои недостатки. Так, если предприятие имеет абсолютно неприемлемый критерий по какому-либо показателю, то ему присваивается нулевое значение функции желательности. В этом случае из-за равенства нулю частной функции желательности конкурентный потенциал также равняется нулю². Достоверность оценки в данном слу-

¹ Горбашко Е. А. Управление качеством и конкурентоспособностью. СПб.: Учебное пособие, 2005. С. 15.

² Фасхиев Х., Попова Е. Как измерить конкурентоспособность предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. 2003.- № 4. С. 2.

чае зависит от квалификации экспертов и является во многом субъективной, так как интегральный показатель рассчитывается с использованием весов, определяемых экспертами. Оценка формирования конкурентного потенциала должна базироваться на всестороннем анализе составляющих потенциал конкурентных преимуществ, наличие или отсутствие которых является главной причиной лидирующего положения на рынке одних и неудачи других компаний³. Именно поэтому залогом успешной деятельности предприятия является выявление и развитие конкурентных преимуществ.

Исторически концепция международной конкурентоспособности основана на теории использования в международном разделении труда сравнительных преимуществ национальных экономик. Среди них прежде всего богатые природные ресурсы, благоприятные географические, климатические, инфраструктурные факторы, дешевая рабочая сила. Обладая определенными сравнительными преимуществами, страна имеет возможность экспорта своей продукции в те страны, которые обладают определенными преимуществами по сравнению с национальной экономикой страны-импортера. Сравнительные преимущества являются объективными, т.е. статичными, однако по мере экономического развития формируются конкурентные преимущества, основанные на научно-технических достижениях. Наиболее устойчивыми являются конкурентные преимущества, базирующиеся на инновациях. Интеграция сравнительных и конкурентных преимуществ в стране усиливает ее конкурентоспособность в глобальном масштабе. Национальная конкурентоспособность определяется способностью страны ис-

пользовать свои конкурентные преимущества и создавать условия для долгосрочного роста экономики и эффективного использования ресурсов с целью обеспечения качества жизни населения⁴.

Внутри страны достижение экономических успехов организациями также связано с постоянным поддержанием высокого уровня конкурентоспособности. При этом каждый отдельный сегмент рынка имеет ряд существенных отличительных характеристик, которые необходимо учитывать предприятию отрасли для правильного позиционирования своих конкурентных преимуществ и ориентации своей деятельности на повышение конкурентного потенциала.

Конкурентное преимущество — это те характеристики, свойства товара, которые создают для предприятия определенное превосходство над своими конкурентами, а для потребителя — оптимальное сочетание потребительских характеристик товара. Превосходство оценивается в сравнении, поэтому является относительной характеристикой и обуславливается различными факторами. Сегодня понятие конкурентного преимущества важно как никогда, поскольку рост компаний во всем мире замедлился, а поведение конкурентов становится все более агрессивным. Главным стало не просто добиться и выявить конкурентное преимущество, а сделать его устойчивым. Для этого компании необходимо выработать общую стратегию. В различных источниках экономической литературы приводятся три основные стратегии получения конкурентных преимуществ: лидерство в издержках, дифференциация в ценах и само понятие

³ Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. С. 24.

⁴ См. Горбашко Е. А. Международные стандарты ИСО серии 9000 в контексте обеспечения конкурентоспособности экономики страны // Актуальные проблемы и перспективы развития Северо-Запада: материалы научно-практического симпозиума молодых ученых и специалистов. СПб.: ИМЦ НВШ-СПб., 2006. С. 49–51.

классификации конкурентных преимуществ⁵.

Конкурентное преимущество — не отдельное целое, скорее это результат осуществления множества отдельных видов деятельности, входящих в состав процесса разработки, производства, маркетинга, доставки и обслуживания каждого продукта компании. Конкурентные преимущества можно условно разделить на два типа: более низкие издержки и специализация. В первом случае это не просто меньшая сумма затрат на производство, чем у конкурентов, а способность разрабатывать, производить и сбывать товар более эффективно, т.е. осуществлять более короткий и низкозатратный цикл всех операций с товаром от его дизайнерской идеи до продажи конечному покупателю. Любое звено данного цикла исключительно важно, так как от него зависит успех целого.

Специализация предусматривает удовлетворение особых потребностей покупателя и получение за это премиальной цены, т.е. в среднем более высокой, чем у конкурентов. Необходимо выделить конкурентов и продать покупателю нечто, существенно отличающееся от их предложений набором нестандартных свойств. В каждый конкретный момент предприятие может выбрать только одну стратегию из двух: лидерство в издержках или дифференциацию в ценах. Следуя рассмотренному толкованию типов конкурентных преимуществ, выбирается наиболее приемлемая стратегия обеспечения и поддержания конкурентного потенциала.

1. Стремление иметь самые низкие в отрасли издержки производства (стратегия руководящей роли в области издержек производства) предусматривает предложение продукции высшего мирового уровня

качества по крайне широкой номенклатуре. Например, компании *Siemens*, *Dae-woo* выпускают продукцию самого разнопланового диапазона: от бытовой техники до космического приборостроения.

2. Поиск путей дифференциации производимой продукции от продукции конкурентов (стратегия дифференциации). Дифференциация — это способность обеспечить компанию уникальной и большей стоимостью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания. В данном случае конкурентное преимущество является следствием уникальной (по сравнению с конкурентами) способности фирмы удовлетворять потребности потребителей, отдающих предпочтение тому или иному признаку выпускаемой продукции. В этой стратегии необходимо длительно самым тщательным способом изучать спрос с целью выяснить мнение клиентов относительно ценности и значимости тех или иных признаков. Успешная реализация данной стратегии позволяет устанавливать премиальную наценку на продукцию, продавать большой объем продукции (за счет дополнительного числа покупателей), популяризировать торговую марку (некоторые потребители привязываются к признакам дифференциации).

3. Фокусирование на узкой части, а не на всем рынке (стратегия ниши) часто используется предприятиями с ограниченными ресурсами для концентрации усилий не на небольшой доле крупного рынка, а на значительной доле одного или нескольких рыночных сегментов. Данное решение позволяет добиться узкой специализации, а, как следствие, более эффективно удовлетворять потребности пусть малой доли рынка, но зато значительно изученной, заработать хорошую репутацию. Сегменты рынка, благоприятные для использования стратегии концентрирования, должны обладать одной или несколькими из перечисленных ниже характеристик:

⁵ Портер М. Конкуренция: Уч. пособ./Пер. с англ. М.: Вильямс, 2000. С. 47.

- сегмент достаточно велик для извлечения прибыли;
- сегмент обладает высоким потенциалом для развития;
- сегмент не дает полного успеха большинству конкурентов;
- предприятие, концентрирующееся на сегменте, обладает квалификацией и ресурсами, необходимыми для эффективного обслуживания сегмента;
- предприятие может защитить себя от конкурентов за счет установившихся хороших отношений с клиентами и лучших возможностей обслуживания покупателей в данном сегменте.

Однако если целевой сегмент значительно обработан другими компаниями, данная стратегия не принесет желаемых результатов. Например, компании *Coke* и *Pepsi* заняли практически весь сегмент индустрии безалкогольных напитков, представив на суд покупателей довольно обширный ассортимент. Таким образом, внедрение на данный рынок более мелких производителей вряд ли обосновано.

Стратегии могут меняться и комбинироваться по мере развития компании. Успешно внедрив несколько видов продукции можно приступить к реализации другой стратегии, например, увеличивать выпуск и ассортимент. Можно пойти по другому пути, направив все доходы на улучшение качества товаров, что приведет к выборочной специализации. В конечном итоге это обеспечит высокий уровень рентабельности. Выбор стратегии конкуренции зависит от возможностей предприятия. Например, фирма с хорошими конструкторскими разработками, значительным капиталовложением, уникальным оборудованием может ориентироваться на высочайший уровень качества и оригинальность идей, что оправдает перед покупателями высокую цену ее продукции.

Все виды конкурентных преимуществ можно поделить на преимущества низко-

го и высокого порядка. Преимущества низкого порядка связаны с возможностью использования дешевой рабочей силы, сырья, энергии. Низкий порядок конкурентных преимуществ связан с тем, что они не устойчивы и могут быть легко потеряны (рост зарплаты, цен, использование конкурентами аналогичных дешевых ресурсов). К преимуществам высокого порядка принято относить: уникальную продукцию, технологию, специалистов, хорошую репутацию компании. Данные преимущества более конкурентоустойчивы за счет их дороговизны и барьеров для конкурентов (патент, дорогостоящее оборудование). Однако самым важным преимуществом этой группы можно считать репутацию компании.

Делая вывод, следует отметить, что для начала функционирования компании необходима ориентация на снижение издержек, однако по мере наращивания капитала следует делать упор на более надежную и устойчивую стратегию, основанную на уникальности предложения, качестве, выборочной специализации.

На основе анализа различных подходов к определению конкурентных преимуществ предприятия⁶ можно предложить их классификацию. Специальными исследованиями установлено, что для предприятий основными конкурентными преимуществами на любом товарном рынке являются цена, срок исполнения заказа, известность и имидж фирмы, уровень обслуживания потребителей и соответствие качества продукции мировым стандартам. Между тем на формирование данных конкурентных преимуществ оказывает влияние ряд факторов и условий, систематизация которых приведена на рис. 1.

⁶ См.: *Азоев Г. Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. С. 168; *Ансофф И.* Новая корпоративная стратегия. СПб: Питер, 1999. С. 121; *Гудков И. Б.* Инновационное развитие и конкурентоспособность. Очерки развития российских предприятий. М.: ТЕИС, 2003. С. 17 и др.

Конкурентные преимущества предприятия (КПП)

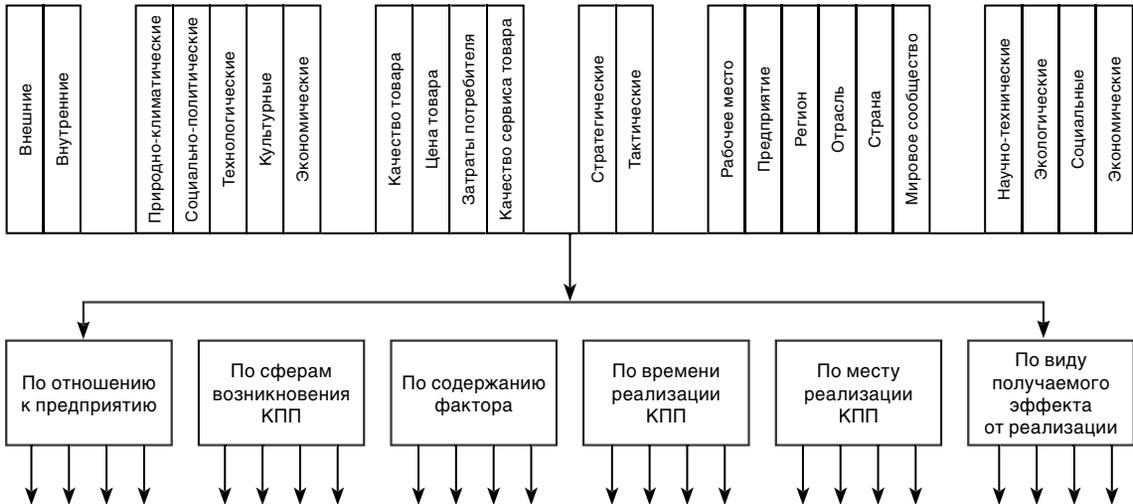


Рис. 1. Классификация конкурентных преимуществ предприятия

Любая организация обладает конкурентными преимуществами, если она лучше своих соперников преодолевает силы внешнего конкурентного давления и выполняет работу по привлечению заказчиков. Важно не только выявить и использовать конкурентное преимущество, нужно еще поддерживать, укреплять и стабилизировать его работу. Примером такой деятельности является высокая репутация компании.

Таким образом, эффективность управления процессом обеспечения и развития конкурентного потенциала необходимо рассматривать, по нашему мнению, с позиций, когда конкурентные преимущества организации проявляются следующим образом.

В общем плане:

- в более продолжительном периоде обеспечения и развития организацией конкурентных преимуществ;
- в получении и реализации заказов;
- в обеспечении надежности своей жизнедеятельности и социально-экономического развития.

В предметном плане:

- в объеме, сроках, гарантиях договорных обязательств и качестве удовлетворения нужд и интересов потребителей;
- в снижении рисков утраты заказов, недогрузки производственных мощностей;
- в производстве более конкурентоспособной услуги;
- в обеспечении преимущества ритмичности получения заказов, позволяющих обеспечить оптимальный уровень загрузки имеющихся производственных мощностей, осуществлять наращивание новых мощностей.

В целом следует отметить, что формирование и поддержание конкурентного потенциала затрагивает весь механизм деятельности предприятия, связанный с технологической цепочкой и взаимодействием с партнерами. Вместе с тем в условиях активизации конкурентной борьбы на товарных рынках, на наш взгляд, наиболее устойчивым является обеспечение инновационных конкурентных преимуществ, т.е. конкурентных преимуществ, основанных на использовании инноваций. Инно-

вазии формируют конкурентные преимущества со значительной степенью устойчивости. Представляется очевидным, что ключевое влияние на конкурентный потенциал предприятия оказывают конкурентные преимущества, имеющие инновационную природу, поскольку именно инновационное обеспечение конкурентного потенциала имеет временную протяженность в будущем времени.

Вообще инновационное развитие является основой формирования и поддержания конкурентного потенциала современного предприятия. Термин «инновации» был введен австрийским экономистом Й. Шумпетером. Термин учитывал пять основных типов изменений (инноваций), в которых в явном виде не присутствовала научно-техническая деятельность:

- использование новой техники, новых технологических процессов, нового рыночного обеспечения производства;
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменение в организации производства;
- появление новых рынков сбыта.

Во второй половине XX в. инновации рассматривались преимущественно с точки зрения развития науки и технологий⁷.

Инновационная ориентация означает развитие на основе инноваций. Шумпетер дал оригинальную трактовку понятия «развитие». Это качественные изменения, которые происходят вследствие осуществления предпринимателями «новых комбинаций», под которыми подразумевается:

- изготовление нового блага или создание нового качества того или иного блага (товара);

- внедрение нового способа производства или коммерческого использования того или иного товара;

- освоение нового рынка сбыта;
- получение нового источника сырья и полуфабрикатов;
- проведение реорганизации, обеспечивающей монопольное положение предпринимателя на рынке или подрыв монополии конкурентов⁸.

Согласно взглядам Шумпетера, функциональная роль инноватора-предпринимателя в экономике сводится к нарушению равновесия, созданию неравновесного состояния на рынках вследствие инноваций, что и приносит ему, помимо предпринимательской прибыли, сверхдоходы, получившие в современной науке название «инновационной ренты». Таким образом, сверхдоходы получают только фирмы-инноваторы, первыми реализующие базовые инновации и фирмы-последователи, реализуя улучшающие инновации, увеличивают свою рыночную долю, производительность, получают временную монопольную власть, повышают ценность фирмы и конкурентный потенциал предприятия⁹.

Таким образом, формирование и поддержание конкурентного потенциала затрагивает весь механизм деятельности предприятия, связанный с технологической цепочкой и взаимодействием с партнерами. Вместе с тем в условиях активизации конкурентной борьбы на товарных рынках, на наш взгляд, наиболее устойчивым является обеспечение инновационных конкурентных преимуществ, т.е. конкурентных преимуществ, основанных на использовании инноваций. Инновации формируют конкурентные преимущества со значительной

⁸ Игнатьев В. Оценка конкурентоспособности товаров // Инновации. 2001. №6. С. 12.

⁹ Васюхин О. В. Анализ внешних факторов развития инновационной деятельности предприятия. СПб.: Нестор, 2002. С. 52.

⁷ Завлин П. Н., Васильев А. В. Оценка эффективности инноваций. СПб.: Бизнес-пресса, 1998. С. 46.

степенью устойчивости. Подытоживая вышесказанное, отметим, что под инновационным обеспечением конкурентного потенциала предприятия можно понимать создание и реализацию инновационных конкурентных преимуществ в области характеристик качества предлагаемых рынку услуг, стоимостных параметров, методов формирования ассортимента услуг, организации производства и управления на предприятии, формирование и поддержание деловой репутации предприятия, как одного из важнейших конкурентных преимуществ.

Литература

1. Горбашко Е. А. Управление качеством и конкурентоспособностью. СПб.: Учебное пособие, 2005.
2. Фасхиев Х., Попова Е. Как измерить конкурентоспособность предприятия//Маркетинг в России и за рубежом. 2003. № 4.
3. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
4. Горбашко Е. А. Международные стандарты ИСО серии 9000 в контексте обеспечения конкурентоспособности экономики страны//Актуальные проблемы и перспективы развития Северо-запада: материалы научно-практического симпозиума молодых ученых и специалистов. СПб.: ИМЦ НВШ-СПб., 2006.
5. Портер М. Конкуренция: пер. с англ.: Уч. пособ. М.: Вильямс, 2000.
6. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
7. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб: Питер, 1999.
8. Гудков И. Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность. Очерки развития российских предприятий. М.: ТЕИС, 2003.
9. Завлин П. Н., Васильев А. В. Оценка эффективности инноваций. СПб.: Бизнес-пресса, 1998.
10. Игнатьев В. Оценка конкурентоспособности товаров//Инновации. 2001. № 6.
11. Васюхин О. В. Анализ внешних факторов развития инновационной деятельности предприятия. СПб.: Нестор, 2002.

Статья поступила в редакцию 16.04.2008

A. Semchenko, PhD (Econ.),

*Senior Instructor, Chair of Economics and Competitiveness and Quality Management,
Saint-Petersburg State University of Economics and Finance*

A BUSINESS ENTITY'S COMPETITIVE POTENTIAL AND COMPETITIVE ADVANTAGES

In order to operate well, it is extremely important for a business to develop the competitive potential, and to identify and keep the competitive advantages in a market economy. To define the term competitive advantage is a topical issue now as the businesses' growth on the international scale has become slower, and the market competitors become increasingly aggressive. It is now the main business task to identify and gain a competitive advantage and to turn it into a sustainable competitive advantage. A competitive advantage is the goods characteristics and specifications that create a competitive advantage for the goods producer and form an optimal goods characteristics pattern that is good for a consumer. An advantage is seen best when different things are compared, therefore it is not an absolute property and its creation is influenced by many factors. In order to operate well, it is necessary for a business to develop a business development strategy that is based on the competitive advantages use.

УДК 316.6

Мартусевич Р. А., м. н. с., Институт анализа предприятий и рынков ГУ-ВШЭ, г. Москва

СОЦИАЛЬНО НЕПРИЕМЛЕМЫЙ КРИТЕРИЙ ВЫБОРА ПОБЕДИТЕЛЯ КОНКУРСА ЗА ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ КОНЦЕССИИ

В конце мая 2008 г. Госдума РФ приняла во втором чтении Закон «О концессионных соглашениях», который позволит бизнесу инвестировать средства в федеральное имущество, которое нельзя приватизировать. В бизнес среде давно ждали принятия этого законопроекта. Если документ пройдет в Совете Федерации, бизнес получит доступ к автодорогам, трубопроводам, аэродромам (в том числе взлетно-посадочным полосам), электростанциям и электросетям, железнодорожному и городскому транспорту, портам (включая причальные стенки), а также объектам коммунального хозяйства, культуры и здравоохранения. В этой ситуации особое значение приобретает критерий выбора победителей будущих конкурсов за инфраструктурные концессии. Автор статьи рассуждает о сложностях этого процесса, о «подводных камнях», которые ожидают будущих концессионеров, о причинах, по которым критерий максимума концессионной платы выбирается чиновниками в качестве критерия конкурса за концессию.

Введение

Лестер Телсер был, по-видимому, первым, кто обратил внимание на проблему использования платы за право быть естественным монополистом в качестве критерия конкурса. Показывая, что неправильно отождествлять эффективность и конкурентную норму доходности, он заметил, что «[если] государство продает франшизу тому, кто предложит за нее наибольшую цену, [...] конкуренция среди фирм за привилегию получить франшизу поднимет ее цену до уровня, при котором победитель торгов сможет получить лишь

конкурентную норму доходности»¹. То есть подобные торги могут предотвратить монопольное превышение нормы доходности, но при этом не обеспечить эффективности (цена и выпуск будут установлены на монопольном уровне).

Анализируя последствия использования критерия максимума платы за франшизу, Ричард Познер предложил различать два способа определения платы за франшизу (концессионной платы), широко использующиеся на практике²:

¹ *Telser L.G. On the Regulation of Industry: A Note // Journal of Political Economy, Vol.77 No.6 (Nov. Dec., 1969), p. 937–952.*

² *Posner R.A. The Appropriate Scope of Regulation in the Cable Television Industry // Bell Journal of Economics*

• **первый**, наиболее простой, **подход** — присуждать франшизу тому, кто предложит за нее наибольший *единовременный платеж*;

• **альтернативный подход** предусматривает присуждение франшизы фирме, которая предложит выплатить властям, выдавшим франшизу, наибольшую *плату в расчете на одного пользователя или наибольший процент от валовой выручки*³.

На примере кабельного телевидения (ТВ), Познер приводит интересный экономический анализ последствий использования двух указанных им альтернатив:

«[В первом случае] участник конкурса сначала оценит потоки монопольных прибылей (если таковые будут), которые принесла бы франшиза, если бы никакой платы не вводилось. Затем он оценит капитализированную приведенную к настоящему моменту стоимость (*present value*) ожидаемых прибылей. Эта сумма есть максимальная величина, которую он заплатит за предлагаемую франшизу. Участник конкурса, который ожидает от франшизы наибольшие монопольные прибыли, подаст наибольшее предложение и получит франшизу.

Такая система изымает монопольные прибыли в пользу общества (в форме единовременного платежа, выплачиваемого властям, выдавшим франшизу), легко и дешево администрируется, но ничего не дает для [*решения — Р. М.*] проблемы монополии, а наоборот лишь усугубляет ее. Тарифы для потребителей будут не меньше, чем если бы не было никаких попыток регулировать монополию кабельного ТВ [*вы-*

делено мной — Р. М.]. Менее очевидно, но существует опасность, что власти будут испытывать соблазн предоставить победителю не только право проложить кабельное ТВ в дома в их юрисдикции, но и эксклюзивное право [*выделено мной — Р. М.*] делать это. Добавив легальную монополию к естественной монополии франчайзи [*лица, получившего франшизу. — Р. М.*], власти могут получить еще большую сумму от франчайзи, но со значительными социальными издержками: присуждение долгосрочной эксклюзивной франшизы компаниям кабельного ТВ может затормозить процесс [технологического развития], который путем изменения технологий подрывает естественную монополию.

Альтернативный подход [...] сомнителен, так как он может привести к даже более высоким тарифам (расценкам) и меньшему выпуску, чем аукцион с единовременным платежом. Если плата основана на количестве пользователей, франчайзи будет расценивать ее как дополнительные удельные издержки (в расчете на одного пользователя). Стратегия максимизации прибыли в этом случае приведет к повышению тарифа для пользователей. Если платеж властям определяется в проценте от валовой (общей) выручки, оператор кабельного ТВ будет рассматривать его как снижение спроса на его продукцию; и снова каждый может легко убедиться, что пока оператор кабельного ТВ будет стараться максимизировать свою прибыль, он будет поднимать тарифы для пользователей. Таким образом, *результатом будут тарифы даже более высокие, чем тарифы нерегулируемого монополиста или рассмотренного выше монополиста, получившего франшизу против единовременного платежа [выделено мной — Р. М.]*⁴.

Легко видеть, что анализ Познера следует логике стандартного сравнительного анализа обложения монополии двумя ти-

and Management Science, Vol.3 No.1 (Spring 1972), p. 98–129.

³ Российский Федеральный закон от 21.07.2005 №115-ФЗ «О концессионных соглашениях» не уточняет, каким именно из двух представленных выше способов должна определяться концессионная плата, при ее использовании в качестве критерия конкурса, таким образом, допуская использование обоих способов.

⁴ Posner. Op. cit., p. 113–114.

пами налогов: *паушальным налогом* (аналогичен уплате концессионной платы в виде фиксированного платежа, вносимого единовременно или в виде нескольких траншей) и *потоварным налогом* (который по влиянию на объем производства и цену монополиста аналогичен определению концессионной платы в виде процента от выручки или от объема продаж).

Известный результат этого анализа, заключается в том, что при эластичном спросе и в отсутствии регулирования цен на продукцию монополиста верно следующее: (а) в отличие от потоварного налога, выплачиваемая монополистом сумма паушального налога не зависит от объема выпуска, а потому является для него элементом постоянных, а не переменных и предельных издержек; (б) выпуск и цена продукции монополиста после введения паушального налога не изменяются, тогда как введение потоварного налога ведет к сокращению выпуска и увеличению цены на продукцию монополиста, т. е. к потерям в общественном благосостоянии⁵.

В силу того, что конкурсы за концессии в отраслях естественных монополий являются конкурсами за право быть естественным монополистом, мы можем трансформировать результаты анализа Телсера-Познера в **вывод о нецелесообразности использования критерия максимума концессионной платы (МКП) в таких конкурсах** (в отличие, например, от конкурсов за концессии природных ресурсов).

На долгие годы точка зрения Познера стала устоявшимся мнением среди экономистов. Однако и практика, и новые теоретические работы ставят под сомнение нецелесообразность использования критерия МКП.

Как отмечается в публикации Всемирного Банка, «правительства часто (*Вы-*

⁵ См. Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. И. Микроэкономика: в 2-х т. СПб.: Экономическая школа, 1997. Т. 2. С. 126–128.

делено мной — Р. М.) основывают конкурсную процедуру на критерии наибольшей платы за концессию, выплачиваемой концессионером»⁶. Например, единовременная «плата за вход» (*entry fee*) использовалась в качестве критерия конкурса при присуждении концессии водоснабжения в Сан-Этьене (Франция). Другой вид концессионной платы — в виде ежегодных платежей (*canon, royalty*) — получил широкое распространение в качестве критерия конкурса в Испании⁷. В 2000 г. компания *Proactiva* выиграла концессию водоснабжения в г. Катамарка (Аргентина), предложив в качестве концессионной платы наибольший процент (12,5%) от ежегодной суммы выставленных счетов⁸. Есть и другие примеры.

Даже позиция Всемирного Банка, одного из ведущих консультантов правительств развивающихся стран, как минимум, противоречива. В трех его влиятельных документах — *Concession Toolkit*⁹, *Water and Sanitation Toolkit*¹⁰ и публикации Института Всемирного банка¹¹ — использование критерия МКП признается возможным (допустимым). Но если в публикации 1998 г. критерий максимального платежа правительству рассматривается, в основном, для случаев продажи/приватизации активов (недвижимого имущества или акций),

⁶ Kerf M., Gray R. D., Irwin T., Levesque C., and Taylor R. R. Concessions for Infrastructure: A Guide to Their Design and Award. Technical Paper No.389. Washington, D.C.: World Bank, 1998. P. 121.

⁷ Hall D. The Water multinationals 2002 — financial and other problems. PSIRU Report, August 2002.

⁸ Hall D., and Lobina E. Water privatisation in Latin America. PSIRU paper presented at PSI Americas' Water Conference, San Jose, Costa Rica, July 2002.

⁹ Kerf et al. Op. cit.

¹⁰ World Bank. Approaches to Private Participation in Water Services: a Toolkit. Washington D.C.: The World Bank, 2006.

¹¹ Guasch J.L. Granting and Renegotiating Infrastructure Concessions. Doing it Right. Washington D.C.: The World Bank, 2004.

тогда как для использования его для концессионных проектов делается ряд оговорок (*во-первых*, признается, что, несмотря на то, что «передача концессионеру эксклюзивных прав действительно может повысить доходы бюджета, она приводит к более высоким ценам для потребителей инфраструктурных услуг»¹², во-вторых, указывается, что использование данного критерия [в виде единовременной платы за вход] «ограничивает конкуренцию в секторе»¹³), то в публикации 2004 г. этот критерий предлагается уже как *единственно рекомендуемый!* При этом чтобы усилить стимулы частных операторов к повышению собираемости платежей, некоторые консультанты¹⁴ рекомендуют привязывать концессионную плату к сумме выставленных счетов, т. е. именно тот вариант, при котором, как показал Познер, тарифы будут даже выше, чем тарифы нерегулируемого монополиста!

В связи с тем, что и практика, и новые теоретические работы ставят под сомнение нецелесообразность использования критерия МКП, в данной работе мы ставим задачу выявить причины, по которым данный критерий выбирается чиновниками в качестве критерия конкурса за концессию, и проанализировать состоятельность аргументации, приводимой в пользу критерия МКП.

Причины и факторы, призванные объяснить использование критерия МКП

Анализ Теслера и Познера приводит к выводу о *несовместимости использования критерия максимума концессионной платы и цели минимизации монопольной рен-*

*ты*¹⁵. Следовательно, использование данного критерия также несовместимо с целью сделать жизненно-важные инфраструктурные услуги более доступными (*affordable*) для наименее обеспеченных групп населения, так как при прочих равных более высокая монопольная рента означает более высокие цены, делая соответствующие услуги менее доступными для малоимущих граждан, с точки зрения их доходов и способности платить.

Принимая во внимание это обстоятельство, можно задать вопрос, почему же тогда критерий МКП достаточно часто используется на практике?

Пытаясь ответить на подобный вопрос в отношении франшиз (лицензий) на кабельное телевидение, Ричард Познер заметил, что на рынке услуг кабельного телевидения на муниципальном уровне целью регулирования было вовсе не ограничение монопольных прибылей, а более сомнительная цель получить часть этих прибылей в казну¹⁶.

Познер задается вопросом, является ли такой характер регулирования случайным и легко излечимым, или же он является осознанным результатом, внутренне присущим условиям, в которых приходится действовать органам местного самоуправления, и выбирает в качестве ответа последний вариант. Среди причин он указывает, *во-первых*, на то, что муниципалитеты всегда отчаянно ищут дополнительные источники дохода, так как федеральные власти и власти штатов оставляют им немного возможностей собрать собственные налоги, и находят в кабельных компаниях источник дополнительного дохода¹⁷.

¹⁵ Напомним, что отсутствие изъятия монопольной ренты и нулевая экономическая прибыль вовсе не означают отсутствия бухгалтерской прибыли и невозможности получения конкурентной доходности на собственной капитал.

¹⁶ *Posner*. Op. cit.

¹⁷ Таким образом, несбалансированность расходов обязательств с доходной базой местных бюд-

¹² *Kerf et al.* Op. cit. P. 120.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ См., например, *Guasch*. Op. cit.

Во-вторых, он указывает, что, в отличие от многих других муниципальных налогов, налоги на кабельное телевидение могут быть прогрессивными. И, в-третьих, налоги на новую услугу меньше нарушают ожидания, а следовательно, вызывают меньшее политическое сопротивление, и их легче ввести, чем повысить существующие местные налоги или ввести новые налоги на существующие услуги. Кроме того, рассматриваемый им налог на кабельное телевидение более дешев с точки зрения налогового администрирования, так как его уплачивает один, максимум, несколько налогоплательщиков, в отличие, например, от многочисленных плательщиков налога на имущество или налога с продаж, которые поступают в США в местный бюджет.

И, наконец, он верно замечает, что традиция регулирования монополий на муниципальном уровне очень слаба, указывая среди причин этого низкую степень специализации и автономии в принятии решений, отсутствие выгод от экономии от масштаба в деятельности местных регулирующих органов в сравнении с теми, которые имеют возможность получать регуляторы штатов и федерального уровня.

Но вывод, к которому приходит Познер, а именно, что «муниципалитеты действительно нуждаются в дополнительных источниках дохода, и не очевидно, что в итоге существует множество объектов, более предпочтительных для налогообложения, чем кабельное телевидение»¹⁸, как аргументируется ниже, вряд ли может быть перенесен на отрасли естественной монополии, особенно, на те из них, которые относятся к так называемым «отраслям жизнеобеспечения».

Кроме факторов, указанных Познером, анализ литературы, посвященной практике концессий, позволил выделить несколько дополнительных факторов, которые

могли бы объяснить использование критерия МКП в конкурсах за концессии. Объединив эти факторы с теми, что выявил Познер в своем анализе, обозначим их так:

- 1) макроэкономический и бюджетный кризис;
- 2) продажа прав;
- 3) скрытое налогообложение;
- 4) коррупция (использование власти в личных целях);
- 5) горе-консультанты.

В данной статье мы детально рассмотрим только первые три фактора, которые, заметим, часто сильно взаимосвязаны, так как каждый из них означает желание концедента увеличить доходы бюджета с целью снизить долги или сократить дефицит бюджета, или получить средства для решения важных социальных задач.

Макроэкономический и бюджетный кризис. Как отмечают Менар и Ширлей в отношении сектора водоснабжения и канализации, «ключевым импульсом для реформ было сочетание проблем сектора [...] с макроэкономическим кризисом. В частности, повышение темпов инфляции в сочетании с растущим дефицитом бюджета и долгом стимулировали реформу сектора водоснабжения. Растущая инфляция снижала долю покрытия издержек тарифом, так как рост номинальных цен на услуги водоснабжения уступал темпам инфляции. В результате росли потребности сектора в бюджетных субсидиях в то время, как правительство находилось под растущим давлением обуздать дефицит бюджета»¹⁹. Действительно, как известно, практически во всех странах Латинской Америки на момент принятия решения о реформировании сектора водоснабжения правительственный долг был довольно большим. Ограниченность бюджетных ресурсов и огромные

жетов толкает местные власти на рентоориентированное поведение.

¹⁸ Posner. Op. cit. P. 124.

¹⁹ Shirley M.M. (ed). Thirsting for efficiency: the economics and politics of urban water system reform. Washington D.C.: The World Bank, 2002, p. 7.

инвестиционные потребности инфраструктурных секторов создавали острую потребность в привлечении внебюджетных инвестиционных средств. Конечно, в такой ситуации концессии многим казались спасительным выходом, позволяющим не только снизить потребности сектора в бюджетных дотациях, но и, возможно, повысить доходы бюджета, снизив остроту проблем с бюджетным дефицитом и(или) долгом.

Продажа прав является одним из способов повышения доходов бюджета. В отличие от *передачи* прав управления инфраструктурой, *продажа* прав изначально подразумевает желание получить максимальную плату за продаваемые права. Как отмечает Дэвид Холл, национальные и местные власти *обычно* ожидают от передачи систем водоснабжения в частные руки получить выгоду для собственных финансов, используя выручку от продажи [прав владения и пользования объектами инфраструктуры или эксклюзивных прав водоснабжения определенных территорий], чтобы снизить свои долги или дефицит бюджета как таковой²⁰. Используя концессионную плату в качестве критерия конкурса, они очевидным образом перестраивают логику конкурса в поиск покупателя, предлагающего наибольшую сумму платежа за получаемые права.

Кроме *продажи прав владения и пользования объектом инфраструктуры*, находящимся в публичной собственности, органы публичной власти могут повысить доходы своих бюджетов за счет установления и *продажи эксклюзивных прав* на осуществление какой-либо деятельности (например, предоставления тех или иных услуг). Этого следует всячески избегать. Серьезной проблемой здесь является то, что наличие эксклюзивных прав, как отмечал еще Ричард Познер, (а) может затруднить

развитие технологий, которые со временем ликвидировали бы естественную монополию, и (б), самое главное, необоснованно защищает концессионера от конкуренции, что опять же противоречит самой идее «конкуренции за рынок» как инструмента, позволяющего решить или существенно ослабить проблему монопольного ценообразования, став важным элементом эффективного тарифного регулирования. Особо отметим, что доходы бюджета в этом случае вырастут *только за счет* роста монопольной ренты, оплачиваемой потребителями продукции концессионера²¹.

Скрытое налогообложение. В принципе, изъятие концессионной платы имеет природу косвенного (и скрытого) налогообложения. Особенно ярко это проявляется, когда концессионная плата исчисляется в проценте от выручки²², в то время как концессионер не получает никаких формальных прав от концедента. Вспомним также анализ Ричарда Познера, приведенный в начале статьи, где очевидна аналогия между двумя видами концессионной платы и двумя видами налогообложения монополий — паушальным и потоварным. Как отмечается в отчете *PSIRU*, «фискальные причины были основным фактором в принятии правительствами и местными вла-

²¹ Именно в желании публичной власти разделить с операторами монопольные прибыли Познер усматривал одну из причин, почему в США муниципалитеты не присуждали на момент проведенного им исследования более чем одну франшизу (лицензию) на кабельное телевидение ни в одном из районов своей юрисдикции, *искусственно консервируя ситуацию монополии, и таким нехитрым образом гарантируя ей монопольные прибыли* (Posner, Op. cit.).

²² Именно эта форма определения концессионной платы получила широкое распространение в Латинской Америке. Луис Гуаш указывает, что «ежегодные концессионные платежи (например, в секторе водоснабжения и канализации) **обычно** (выделено мной — Р. М.) определены в форме процента от суммы выставленных счетов, либо от величины собранной выручки» (Guasch, Op. cit. P. 100).

²⁰ Hall D. Water in public hands: Public sector water management — a necessary option. PSIRU Report, June 2001.

стями решения о приватизации предприятий водоснабжения. Полученная от приватизации выручка использовалась как **альтернатива налогообложению выручки** (выделено мной — Р. М.) от реализации соответствующей продукции»²³.

Во всех трех перечисленных выше случаях мотивация публичной власти достаточно понятна. В частности, привлечение частных инвестиций в инфраструктурный сектор снижает нагрузку на бюджет и, следовательно, *высвобождает* бюджетные средства, которые могут быть потрачены на решение других социальных задач, таких как образование и здравоохранение²⁴. Однако взимание концессионной платы сверх ее уровня, достаточного, чтобы покрыть затраты концедента на организацию конкурса и последующий мониторинг исполнения концессионером условий концессионного соглашения, а также экономические издержки на реконструкцию объектов инфраструктуры, иного движимого и недвижимого имущества, передаваемого концессионеру во временное владение и пользование, обязанность за реконструкцию которого остается за концедентом, (будем называть такой уровень платы «естественным») в случае приватизации управления коммунальными предприятиями, по нашему мнению, часто имеет больше недостатков, чем достоинств.

Обратимся сначала к случаю, когда путем изъятия концессионной платы сверх ее «естественного» уровня публичная власть пытается заработать нечто вроде «прибыли» и таким образом повысить доходы бюджета. Следует понимать, что, в конечном счете, эта прибыль изымается за счет потребителей товаров и услуг концессио-

нера²⁵. Однако за редкими исключениями этот путь повышения доходов бюджета представляется социально неприемлемым в инфраструктурных отраслях.

Начнем с исключений, которых мы считали три.

Первое — инфраструктурные отрасли, где имеет или может иметь место *конкуренция на рынке*. Хотя для таких отраслей экономическая теория рекомендует приватизацию производственных активов, публичная собственность на некоторые из них может сохраняться с целью, например, обеспечения надежной работы систем жизнеобеспечения и/или национальной безопасности. Очевидно, что в таких отраслях активы должны передаваться в концессию именно на основе критерия МКП с определением в контракте требований к создаваемым (реконструируемым) объектам и их содержанию/эксплуатации, а также требований в отношении качества услуг — с последующим жестким мониторингом их выполнения. Примерами таких отраслей могут быть междугородняя или городская телефонная сеть, участок автомагистрали или железной дороги в центральной части России, когда существует сопоставимое по цене и возможностям *альтернативное* средство транспорта или

²³ Lobina E., and Hall D. Public Sector Alternatives To Water Supply And Sewerage Privatisation: Case Studies. PSIRU Report, August 1999. P. 9.

²⁴ См. Perrot J.-Y., Chatelus G. Financement des infrastructures et des services collectifs. Le recours au partenariat public-privé. Paris : Presses de l'école nationale des Ponts et chaussees, 2000.

²⁵ Абсолютное же большинство практиков (как чиновников, так и их консультантов), с которыми автору удалось пообщаться, уверено, что концессионную плату платит концессионер из «собственного кармана» (например, из своей нераспределенной прибыли). И можно предположить, что, размышляя подобным образом и приглашая в небогатую развивающуюся страну иностранного концессионера, власти этой страны видели в концессионной плате нечто вроде гранта им от богатой западной страны. Это непонимание создавало угрозу как политической устойчивости самой власти, так и концессионному проекту, поскольку наступившее осознание истины (того, что в конечном счете, за все платит потребитель) могло создать у населения впечатление *обмана* со стороны иностранного концессионера, за который им приходится расплачиваться.

альтернативная не платная дорога, соединяющее те же точки.

Второе — ситуация, когда некая небогатая страна сталкивается с потребностью создания или значительного развития новой отрасли естественной монополии (как правило, технически сложной, капиталоемкой или инновационной). Авторы ряда работ приводят аргументы в пользу того, что социальные выгоды от факта создания/существования новой отрасли могут существенно превышать потери от монополии (потери «мертвого груза» и недопроизводство), а потому для стимулирования создания и развития таких отраслей на первом этапе их тарифы могут быть законодательно нерегулируемыми. Как отмечается в Докладе о мировом развитии Всемирного банка за 1994 г.²⁶, «хотя забота [о том, что монопольный производитель услуг может ограничивать выпуск ниже социально желаемого уровня] может быть оправдана в долгосрочной перспективе, ее не просто примирить с текущей ситуацией во многих, если не в большинстве развивающихся стран [, где] уровень производства инфраструктурных услуг на сегодняшний день настолько низок, что даже нерегулируемый монополист может быть заинтересован в расширении производства и делать это с издержками более низкими, чем были у находившегося в публичной собственности предприятия [монополиста] в прошлом»²⁷.

²⁶ *Word Bank. World Development Report 1994: Infrastructure for Development. Washington D.C.: The World Bank, 1994. P. 64.*

²⁷ Примером может служить строительство электростанций на Филиппинах, когда первые контракты раздавались практически без конкурсов. Цена, установленная первыми частными концессионерами, была высока — 13 центов за кВт/ч, в сравнении с 5 центами для станций, построенных позже на конкурсной основе. Но даже эта высокая цена была заметно ниже социальных издержек, связанных с отсутствием электричества, оцениваемых в 50 центов за кВт/ч. Подробнее см.: *Klein M. Infrastructure Concessions—To*

Хотя приведенная цитата используется Всемирным банком как аргумент в пользу приватизации объектов инфраструктуры, как нам представляется, в этом случае использование механизма концессии и концессионной платы в качестве критерия конкурса несет в себе сразу два преимущества перед приватизацией:

Во-первых, объекты инфраструктуры (созданные нерегулируемым частным монополистом-концессионером) по прошествии некоторого времени перейдут в публичную собственность, что сделает возможным впоследствии решать проблему тарифного регулирования с помощью конкурсов за право эксплуатации этих объектов²⁸.

Во-вторых, критерий концессионной платы позволит перераспределить часть монопольной ренты, получаемой естественным монополистом, в пользу государства, большинство граждан которого, по предположению, небогаты, и, укрепив таким образом бюджет, создать возможности для решения других важных социальных задач, стоящих перед данной страной.

Третье — ситуация, когда экономические потери в благосостоянии могут быть компенсированы и даже перекрыты социальными выгодами от использования изъятной монопольной ренты. Например, если концессионер будет производить *предметы или услуги престижного потребления*, а их дополнительное налогообложение будет использовано в интересах малообеспеченных слоев населения (скажем, для развития сети дорог общего пользования или систем водоснабжения в селах, малых городах или бедных пригородах крупных городов). В инфраструктурных отраслях услугами престижного потребления принято считать, например, услуги сотовой

Auction or Not to Auction? // Public Policy for the Private Sector, Note No.159, November 1998.

²⁸ См. *Demsetz H. Why Regulate Utilities? // Journal of Law and Economics, Vol.11 (April 1968). P. 55–65.*

связи **на начальном этапе развития** этого рынка (пример: Венесуэла, Россия). За счет концессионной платы, взимаемой с операторов сотовой связи, можно, например, проводить телефонизацию села, делая эту услугу доступной для большего количества граждан.

Заметим, однако, что все упомянутые выше исключения имеют **ограниченную во времени** силу действия. Систематическое же использование концедентом объектов инфраструктуры для получения прибыли (получения выручки сверх «естественного» уровня концессионной платы) в принципе неприемлемо по следующим причинам:

Во-первых, с задачей создания объектов недвижимого имущества с целью последующей продажи по максимально возможной цене либо самих объектов, либо прав их аренды, частный бизнес справляется гораздо лучше, чем органы публичной власти. А *во-вторых*, хотя государство стремится к получению доходов от принадлежащих ему активов, **главной целью** его вмешательства в отраслях естественных монополий вовсе не является зарабатывание прибыли²⁹.

Закончив обсуждать возможные исключения, следует сказать несколько слов о преимуществах и недостатках использования концессионной платы как средства скрытого косвенного налогообложения. В отличие от налогообложения, построенного на принципах всеобщности и равенства, концессионная плата — более гибкий инструмент, который позволяет избирательно облагать концессионной платой только группу потребителей продукции (услуг) данного концессионного проекта. При этом в случае одновременного внесения концессионной платы концессионер авансом платит за этих бу-

дущих потребителей, а потом возмещает свои затраты через цену (тариф) на свою продукцию или услуги. По сравнению с альтернативой типа акциза, концессионная плата, как вид налогообложения, на порядок дешевле в администрировании и имеет более высокую собираемость, близкую к 100%. Это может быть рассмотрено как одно из преимуществ концессионной платы. Но, с другой стороны, имеются следующие соображения:

Во-первых, логика избирательного налогообложения, возможно, социально приемлемая в секторах продуктов и услуг престижного потребления, а также услуг, имеющих альтернативу (близкие заменители), типа сотовой связи или платных автодорог, очевидно, **социально неприемлема** для секторов коммунальных услуг, которыми как услугами жизнеобеспечения пользуются не только богатые, но и бедные слои населения;

Во-вторых, выплата концессионной платы — есть изъятие денег³⁰. Чтобы сделать легитимным это изъятие сверх его «естественного» уровня, связанного с оправданными расходами концедента на организацию данного концессионного проекта, включая проведение конкурса, налогоплательщики (граждане страны), обычно выражающие свою волю через своих законных представителей, *предварительно должны дать согласие на такое изъятие, как это они всегда делают при введении новых налогов и обязательных платежей*. Именно поэтому все налоги и иные обязательные платежи устанавливаются через депутатов, которые пред-

²⁹ См. Якобсон Л. И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика. М.: ГУ-ВШЭ, 2000.

³⁰ Кто-то может возразить, что плата по концессионному соглашению есть обязательство, добровольно взятое на себя концессионером. Но, как мы уже обсуждали выше, в конечном счете, концессионная плата выплачивается не концессионером, а потребителями его продукции/услуг, тогда как концессионер играет роль налогового агента. Но, возможно, более точным будет сравнение концессионной платы с откупам.

ставляют интересы налогоплательщиков. Обычно повышению или снижению налогов предшествует широкая общественная дискуссия или дискуссия в органе представительной власти. В случае же использования концессионной платы как критерия конкурса ни депутаты, ни сами налогоплательщики **не знают ни сумму этого квазиналога, ни его ставку до того, как собраны все конкурсные предложения.**

Еще более ухудшает ситуацию то, что концессионную плату как критерий конкурса в ряде стран могут устанавливать органы исполнительной власти вообще без участия представительной (законодательной) власти, по закону или даже Конституции, ответственной за налоговое законодательство, введение и отмену налогов. В этом случае возникает серьезная правовая коллизия: новый (квази)налог устанавливает не тот, кто по законодательству имеет на это право и несет за это ответственность. Осознание того, что такое положение — серьезная проблема, впервые произошло во Франции, где национальная Счетная палата заявила, что «концессии превратились в путь улучшения балансов муниципалитетов за счет потребителей их услуг»³¹. И с 1996 г. такая практика скрытого налогообложения, когда «плата за вход» покрывалась из тарифов (а ни за чей иной счет, кроме потребителей, она не может быть покрыта), во Франции была признана **незаконной**³².

В-третьих, среди прочего французский законодатель мог счесть несправедливой практику использования критерия концессионной платы (*entry fee*), возможно, именно по причине ее **изби-**

рательности в сравнении с общим характером налогообложения (см. выше о «преимуществах» концессионной платы). Например, в некотором городе часть системы водоснабжения могла быть отдана в концессию по критерию минимума тарифа, а другая часть, несколько позже, — по критерию максимума концессионной платы и только потому, что в тот момент мэрии срочно понадобились деньги для закрытия дефицита бюджета. В результате, жители разных частей одного города будут платить разный тариф за одинаковую услугу, причем одна часть жителей будет платить заметно больше (на величину скрытого налога), чем другая, что любой гражданин сочтет несправедливым.

В силу усматриваемой в концессионной плате природы скрытого налогообложения, применяемого при том избирательно лишь к некоторым гражданам, установление МКП в качестве критерия конкурса во многих странах, включая Россию, явно противоречит Конституции и другим законам, провозглашающим *равенство прав и обязанностей граждан*, всеобщность и равенство налогообложения. Например, Налоговый кодекс Российской Федерации (далее — НК РФ) устанавливает *исчерпывающий перечень налогов и иных обязательных платежей и определяет*, что «ни на кого не может быть возложена обязанность уплачивать налоги и сборы, а также иные взносы и платежи, обладающие установленными настоящим Кодексом признаками налогов и сборов, не предусмотренные настоящим Кодексом, либо установленные в ином порядке, чем это определено настоящим Кодексом» (п. 5 ст. 3). При этом НК РФ **не предусматривает** введения каких-либо (квази)налогов по результатам конкурса за концессию, величину или ставку которого укажет в своем конкурсном предложении победитель такого конкурса.

³¹ *Cour des Comptes. Le Rapport 1997: la gestion des services publics locaux d'eau et d'assainissement.* Paris : Edition officielle, 1997.

³² Подробнее см.: *Hall D., and Lobina E. Private to Public: International lessons of water remunicipalisation in Grenoble, France.* PSIRU Report, August 2001.

Таким образом, все вышеперечисленные аргументы в пользу концессионной платы есть, в лучшем случае, аргументы в пользу возможности взимания фиксированной, заранее известной суммы сверх ее «естественного уровня», но никак не в пользу использования концессионной платы в **качестве критерия** конкурса. И, в любом случае, вопрос о справедливости субсидирования одних групп населения за счет изъятия монопольной ренты у других социальных групп каждый раз требует внимательного изучения и отдельного обоснования.

Выводы и рекомендации

В экономической науке давно доказано, что использование критерия максимума концессионной платы (МКП) в отраслях естественных монополий несовместимо с целью минимизации монопольной ренты. Так, еще Телсер убедительно показал, что торги за концессию, подразумевающие в качестве критерия конкурса *единовременные* платежи за право обладания ею, могут предотвратить монопольное повышение нормы доходности, но при этом не обеспечить эффективности. Познер дополнил анализ Телсера, указав на то, что при альтернативном подходе, когда контракт присуждается фирме, предложившей наибольшую плату в расчете *на одного пользователя или наибольший процент от валовой выручки*, тарифы будут даже более высокими, чем тарифы нерегулируемого монополиста.

Результаты анализа Телсера и Познера приводят к выводу о *несовместимости использования критерия максимума концессионной платы и цели минимизации монопольной ренты*. А следовательно, использование этого критерия несовместимо также с целью сделать жизненно-важные инфра-

структурные услуги более доступными для наименее обеспеченных групп населения, так как при прочих равных условиях более высокая монопольная рента означает более высокий тариф, делающий соответствующую услугу менее доступной для малоимущих граждан с точки зрения их способности платить.

Поиск истины в вопросе об использовании адекватных критериев выбора концессионера важен еще и потому, что, помимо привлечения частной инициативы и частного капитала, правильно организованная «конкуренция за рынок» является также весьма эффективным способом тарифного регулирования в отраслях естественных монополий³³.

В данной статье мы обсудили причины, на которые экономисты обычно ссылаются в попытках объяснить, почему использование критерия МКП получило такое широкое распространение на практике, и, усматривая в концессионной плате природу скрытого налогообложения, нарушающего принцип всеобщности и равенства, показали, что использование критерия МКП в отраслях естественных монополий, по видимому, противоречит Налоговому кодексу РФ.

В целом, не имея возможности в рамках одной публикации сравнить все возможные критерии конкурсов за концессии, здесь мы ограничимся рекомендациями, прямо вытекающими из представленного анализа: в естественно монопольных отраслях жизнеобеспечения (например, ресурсоснабжающих подотраслях коммунального хозяйства) *предпочесть критерий минимума тарифа критерию МКП, а также на законодательном уровне исключить возможность использования критерия МКП в конкурсах за инфраструктурные концессии в отраслях жизнеобеспечения*.

³³ См. Demsetz, Op. cit.

Литература

1. Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. И. Микроэкономика: в 2-х т. СПб.: Экономическая школа, 1997. Т. 2.
2. Якобсон Л. И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2000.
3. Guasch J. L. Granting and Renegotiating Infrastructure Concessions. Doing it Right. Washington D.C.: The World Bank, 2004.
4. Hall D. The Water multinationals 2002 - financial and other problems. PSIRU Report, August 2002.
5. Hall D., and Lobina E. Water privatisation in Latin America. PSIRU paper presented at PSI Americas' Water Conference, San Jose, Costa Rica, July 2002.
6. Perrot J.-Y., Chatelus G. Financement des infrastructures et des services collectifs. Le recours au partenariat public-privé. Paris : Presses de l'école nationale des Ponts et chaussées, 2000.
7. Shirley M.M. (ed). Thirsting for efficiency: the economics and politics of urban water system reform. Washington D.C.: The World Bank, 2002.
8. Telser L.G. On the Regulation of Industry: A Note // Journal of Political Economy, Vol.77 No.6 (Nov.- Dec., 1969), pp. 937-952.
9. World Bank. Approaches to Private Participation in Water Services: a Toolkit. Washington D.C.: The World Bank, 2006 и др.

Статья поступила в редакцию 30.04.2008

R. Martusevich,

Junior Research Fellow, Institute for Business and Market Analysis, Higher School of Economics, Moscow

SOCIALLY UNACCEPTABLE CRITERION USED TO CHOOSE AN INFRA-STRUCTURE-RELATED CONCESSION BIDDING COMPETITION WINNER

Bidding competitions organized to identify the winner that gains the right to conclude a concession agreement are one of the forms of competition for the best market share and are the most important stage of a concession project-related organizational process development. The experience gained in different countries of the world of organizing the concession bidding competitions in various infrastructure-related sectors (power supply, water supply, transportation services, etc.) is large but the experience has shown that the competition result is not always justified as the inadequate criteria are used when choosing the winner.

The article author shows the reasons why the state officials choose the maximal concession payment as the only criterion that can identify the best concession competition bidder.

УДК 658.5.011

Самосудов М. В., к. э. н., доцент Института международных экономических отношений, преподаватель Высшей школы бизнеса МГУ им. М. В. Ломоносова, г. Москва

МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМНОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ КОМПАНИИ

Под устойчивостью компании, как правило, понимается ее способность в течение определенного времени сохранять показатели деятельности в допустимых пределах даже в случае, если внешние условия не позволяют текущей деятельности быть экономически эффективной. При этом под устойчивостью понимается не стабильность как отсутствие глубоких изменений, а эффективность и надежность работы компании как системное явление. Отсюда и интерес современной российской и зарубежной науки к исследованию механизмов управления системной устойчивостью компании.

В статье рассмотрены понятие системной устойчивости, условия и критерии устойчивости компании, факторы, влияющие на системную устойчивость, механизмы управления системной устойчивостью компании.

Традиционно, в процессе управления социально-экономическими системами, руководители и акционеры компаний ориентируются на такой показатель, как эффективность организации. Как правило, под эффективностью понимается отношение выручки или прибыли компании к затратам. Причем, затраты в основном определяются в соответствии с правилами бухгалтерского учета.

Но, как показывает практика и это можно обосновать теоретически, при решении определенных задач управления, этот ориентир становится весьма опасным — с его использованием связаны существенные риски.

Например, для того чтобы добиться максимальной эффективности (в классическом понимании этого термина) обычного

машиностроительного предприятия, можно предельно сократить затраты на регламентные работы и ремонт оборудования, обновление производственных фондов; программы развития и стимулирования персонала, медицинское обслуживание и другие социальные программы; НИОКР, развитие, некоторые запасы, другие непроизводственные затраты. В этом случае рентабельность производства достигнет максимального значения для данной системы и какое-то время будет держаться на этом уровне.

Соответственно, менеджеры компании смогут доложить о своих победах акционерам или совету директоров, получить свои бонусы. Но возникает вопрос: что будет с этим предприятием, скажем, через год другой?

Менеджеры могут уйти на другое предприятие, а что останется акционерам компании?

Как показатель деятельности эффективность вполне подходит для условий, когда субъект управления находится в системе властных отношений, в системе оперативного управления, когда он непосредственно распоряжается ресурсами компании.

Но ситуация кардинально меняется, когда субъект управления по разным причинам вынужден выйти из системы оперативного управления и поручить (делегировать) непосредственное управление распределением ресурсов компании другому лицу¹.

В таком положении находится субъект управления, например, дочерними и зависимыми компаниями — необходимо добиться нужных действий со стороны предприятий холдинга, согласованных с единой стратегией. Только так можно победить в жесткой конкурентной борьбе. Но в каждой компании есть свой генеральный директор, который имеет возможность рулить по своему усмотрению; свой состав акционеров, для некоторых из которых ин-

¹ Здесь подразумевается реальный выход из системы оперативного управления, а не просто изменение названия позиции. С системных позиций, критерии выхода субъекта из системы оперативного управления следующие:

- отсутствие системной возможности отдавать обязательные для исполнения распоряжения;
- отсутствие возможности генерации управляющей информации в количестве, достаточном для управления имеющимися объектами. Системная невозможность отдавать обязательные распоряжения определяется формальными и/или неформальными институтами, действующими в компании, и может быть выявлена в результате институционального анализа среды взаимодействия компании.

Возможность генерации управляющей информации определяется, с одной стороны, количеством объектов управления, степенью разнообразия деятельности объектов управления, количеством факторов деятельности, которые нужно учесть субъекту управления при формировании управляющей информации, скоростью бизнес-процессов и, с другой стороны, аналитическими (вычислительными) возможностями, доступными субъекту управления.

Пояснение

В процессе оперативного управления руководитель находится в системе властных отношений с подчиненными — в зоне действия приказа. У него есть принципиальная возможность отдать приказ, всеми мерами добиваясь точного его исполнения. Он может, в буквальном смысле, встать «над душой», постоянно следить за действиями исполнителя и, при необходимости, поправлять его. Поскольку руководитель сам принимает решения, то он обладает информацией об особенностях такого решения, положенных в основу решения допущениях и предпосылках, понимает особенности его реализации. Наиболее значимые решения он может, при необходимости, исполнять самостоятельно.

Человек, вышедший из системы оперативного руководства, также принимает решение, но организуют и/или исполняют это решение — другие люди. Соответственно, появляется дополнительный элемент системы — звено передачи управляющей информации. Необходимо не только принять обоснованное решение о том, что и как нужно делать, но и донести его до исполнителей. Причем донести, учитывая особенности передачи и восприятия информации, интересы значимых участников, системные возможности и риски.

Соответственно, субъект управления должен передать управляющее воздействие таким образом, чтобы люди, ответственные за реализацию решения его правильно поняли; убедиться, что они обладают необходимой квалификацией и т. п. По возможности, он должен сформировать условия, в которых исполнители сделают то, что ему нужно самостоятельно.

Образно, это можно пояснить таким примером:

Представьте, что Вам необходимо победить в автомобильной гонке на выживание. Это означает, что Вы находитесь в условиях жесткой конкуренции, что правил, собственно, никаких нет, что Вас будут пытаться «выбить» всеми доступными средствами — коротче, очень агрессивная среда.

Вы ответственный за победу. Но...

Управлять автомобилем Вы должны, находясь на заднем сиденье — Вам недоступны руль и педали. Более того, от водителя, который, собственно, рулит, Вы отделены перегородкой. То есть Вы даже схватиться за руль не можете. Да, Вы имеете возможность приказывать водителю, Вы можете наложить на него взыскание, наказать но потом, когда автомобиль остановится. Но сейчас рулит водитель.

А победить нужно...

тересы холдинга существенно менее значимы, чем свои собственные интересы. Директор, конечно, отвечает за результат, но ответственность эта — весьма относительна. В крайнем случае, его можно уволить, если, конечно, ваших голосов на собрании акционеров хватит для этого...

При осуществлении управления в таких условиях, уже нет возможности не обращать внимания на такие «мелочи», как условия правильного понимания переданной управляющей информации, шум в каналах передачи информации; интересы, квалификация и личностные характеристики генерального директора и наиболее значимых участников отношений; другие факторы, определяющие формирование у конечного исполнителя управляющей информации в нужном виде².

Вместе с тем методология управления в социальных системах сформирована, в основном, применительно к задачам управления, когда есть руководитель и подчиненные³. Иначе говоря, есть возможность отдать приказ, обязательный для исполнения, и подразумевается, что такой приказ будет выполнен.

В реальности, подчиненных, собственно, нет — есть субъекты взаимодействия, каждый из которых, в той или иной мере, способствует или мешает достижению Ваших целей в данной организации. А задача управления сводится к тому, чтобы вы-

строить такую систему взаимодействия, которая приведет к нужному результату.

Типичными примерами такого рода управленческих задач являются задачи по управлению дочерними и зависимыми компаниями; организации систем управления, позволяющим собственнику выйти из системы оперативного управления; управлению различными интегрирующими корпоративными системами, объединениями и т. п.

В подобных случаях целесообразно использовать такой ориентир, как *системная устойчивость компании* (бизнеса) — он не только включает в себя эффективность, но и отражает риски, связанные с функционированием системы.

Вследствие своей комплексности, показатель системной устойчивости может стать реальным ориентиром в процессе корпоративного управления, той системой координат, в которой можно соотнести интересы различных участников, сопоставить их, критерием оценки действий менеджеров и собственников по управлению компанией⁴.

Это, в свою очередь, влияет на характер взаимодействия участников корпоративных отношений, позволяет преодолеть конфликт интересов, сформировать систему координат, обеспечивающую согласованность действий сторон.

Методологические аспекты управления устойчивостью

Следует отметить, что устойчивость довольно часто рассматривается в литературе, посвященной вопросам управления. Задача отыскания критерия устойчивости

² Помимо этого, еще нужно учитывать динамику изменения параметров системы: в оперативном управлении результат проявляется быстрее. Соответственно, нужно таким образом проектировать управленческие воздействия, чтобы обеспечить нужное изменение параметров системы к нужному моменту. Это требует стратегического мышления, знаний, позволяющих рассчитывать динамику системы.

³ Рассмотрение системы в категориях «руководитель-подчиненный» упрощает анализ и принятие решений. И в большинстве случаев, такое упрощение оправдано. Но, все же, для ряда задач такое упрощение вносит слишком сильные искажения и, вследствие этого, сопряжено со значительными рисками.

⁴ Кстати, сегодня в некоторых странах уже предпринимаются попытки на законодательном уровне определить ответственность менеджеров и собственников за действия, наносящие ущерб компании в целом, но выгодные одной из сторон. Даже если такие действия выгодны акционерам.

для систем, описываемых дифференциальными уравнениями любого порядка, была сформулирована Максвеллом в 1868 г. В алгебраической форме, эта задача была впервые решена Раусом в 1873-1877 гг. При анализе технических систем при решении задач автоматического регулирования, широко используются критерии устойчивости Гурвица (1895 г.) и Найквиста (1932 г.).

Строгая математическая теория устойчивости была создана А.И. Ляпуновым и изложена им в работе «Общая задача об устойчивости движения» в 1892 г. В ней было определено понятие устойчивости и разработаны методы анализа устойчивости нелинейных систем [1, с. 116].

Устойчивость по Ляпунову — это способность системы возвращаться в состояние равновесия при возмущающих воздействиях внешней среды.

Если система устойчива по Ляпунову в некоторой точке, фазовые координаты которой есть параметры состояния равновесия, то для любого движения, начавшегося в некоторой области (области устойчивости), не вырождающейся в данную точку, справедливо, что фазовая траектория движения системы заканчивается в этой точке.

Если область устойчивости вырождается в точку, то такую точку называют точкой неустойчивого равновесия, так как, хотя в ней имеет место равновесное состояние системы, малейшие отклонения параметров системы от значений фазовых координат данной точки повлекут за собой потерю равновесия [3].

Таким образом, *в классической теории устойчивости не рассматривается устойчивость системы как таковой*. В основном, анализ осуществляется применительно к устойчивости *положения или состояния системы, эволюции процессов, так называемого невозмущенного движения*.

Отчасти, это объясняется тем, что вопросы устойчивости в основном разраба-

тывались применительно к задачам управления техническими системами, где система довольно жестко задана, она не меняется произвольно⁵, а предельные нагрузки как фактор, определяющий целостность системы, являются заданными граничными условиями. Вследствие этого внимание исследователей было сосредоточено прежде всего на устойчивости процесса управления, определенных процессов функционирования системы.

Применительно к коммерческим системам в работе [Зубанов Н. В.] рассмотрено понятие *устойчивости функционирования организации* относительно поставленной цели, что в общем-то соответствует классической теории устойчивости по сути. Автор рассматривает вероятность отклонения фазовой траектории системы от заданной при движении к заданной точке фазового пространства.

Помимо этого, следует отметить, что методология управления, отработана, в основном, применительно к управлению *пассивными системами*, поскольку основной сферой ее применения было решение задач управления техническими системами⁶. В то время как социальная система — активная.

Основным элементом социальной системы является человек — активный элемент системы. Вследствие этого функци-

⁵ Адаптивные технические системы, безусловно, изменяются в том числе без участия человека в процессе принятия решения и осуществления изменения. Но тем не менее, это происходит в соответствии с заранее определенным алгоритмом.

⁶ По мнению автора, активность предполагает не просто возможность выбора того или иного варианта из некоторого заданного набора, но и возможность изменения условий, самой системы по желанию субъекта. Безусловно, в технических системах широко используются элементы, которые могут довольно существенно влиять на систему, но такое влияние запрограммировано при создании системы. В крайнем случае, техническую систему можно назвать квазиактивной — ведь в любом случае, программа ее функционирования формируется человеком.

онирование системы представляет собой взаимодействие различных активных элементов, *каждый из которых не только может что-то делать в соответствии с определенными правилами, но может также в той или иной мере формировать правила закономерности функционирования конкретной коммерческой системы.* Как минимум, любой участник может изменить систему, выйдя из нее.

Следует отметить, что уже делались попытки сформировать методологическую базу для управления активными системами. В частности, следует отметить разработанную в Институте проблем управления РАН теорию активных систем [2], но ее применение для решения задач корпоративного управления ограничено вследствие методологических ограничений самой теории. Она в большей мере, по мнению автора, подходит для решения задач организации управления внутри корпорации, но для организации управления на межкорпоративном или «надфирменном» уровне она не обеспечивает нужного уровня анализа и прогноза вследствие принятых за основу допущений и особенностей ее аппарата.

Представленная работа базируется, в основном, на теории корпоративного взаимодействия, которая была сформирована применительно к задачам управления корпоративными системами и рассматривает закономерности взаимодействия *субъектов* корпоративных отношений в процессе обмена ресурсами в коммерческой системе.

Разработка соответствующей теоретической базы позволила по-новому взглянуть на процессы управления социально-экономическими системами, в том числе рассмотреть вопросы управления системной устойчивостью корпорации.

Появляется, также, возможность анализа компаний на предмет выявления рисков потери/снижения системной устойчивости; потери/перехвата и перераспределения контроля в системе; определения

периода устойчивого функционирования корпорации без привлечения дополнительных ресурсов.

Следует заметить, что, в целом, разработанная методологическая база позволяет решать *прикладные задачи анализа и синтеза социально-экономических систем с заданными параметрами.*

Понятие системной устойчивости

Как показано в работах автора [4, 5], компания — это система взаимодействующих субъектов — участников корпоративных отношений, которые предоставляют ей имеющиеся у них ресурсы. Состояние любой социально-экономической системы определяется рядом параметров [5, с. 132–136], наиболее значимые из которых для данной работы следующие:

- количество и структура участников корпоративных отношений компании (Q);
- потенциал компании — *имеющиеся* у участников корпоративных отношений ресурсы;
- ресурсная база компании — структура и количество ресурсов, *переданных* участниками корпоративных отношений компании;
- распределение ресурсов — *ожидаемое* участниками и реальное;
- действующая институциональная среда корпоративного взаимодействия — набор социальных институтов, определяющих поведение субъектов взаимодействия и, как следствие, системы в целом.

Каждый из участников корпоративных отношений (УКО), отдавая компании имеющиеся у него ресурсы, ожидает получить взамен иные ресурсы — его выгоды от взаимодействия с рассматриваемой социальной системой. Соответственно, ожидания УКО формируют *ожидаемое* участниками *распределение ресурсов компании* ($I_{ож.}(t) = \sum_{ож. j} i_{ож. j}(t), j = 1 \dots Q$).

Реальное распределение ресурсов ($I(t) = \sum_j i_j(t), j = 1..Q$) определяет субъект управления (как правило, это единоличный исполнительный орган) в соответствии с имеющимися у него представлениями о целесообразности того или иного распределения ресурсов.

Такое представление формируется на основании отражения в сознании субъекта управления действующих в данной системе социальных институтов (институциональная среда взаимодействия), его интересов, текущей информации, которую он получает. Отражение получаемой информации, институциональной среды в сознании человека формирует систему знаний и навыков, воззрений и убеждений, *определяющую вектор поведения субъекта*. Соответственно, можно отметить, что реальное распределение ресурсов — это функция от вектора поведения субъекта управления. Тогда, для достижения нужного распределения ресурсов компании, нужно сформировать определенный вектор поведения субъекта управления данной системы. Один из способов формирования нужного вектора поведения — управление информирование.

В случае если реальное распределение ресурсов компании не соответствует ожидаемому распределению ресурсов, то участники корпоративных отношений либо выходят из системы, что, соответственно, уменьшает ресурсную базу компании, либо осуществляют процесс корпоративного управления, добиваясь нужного им распределения ресурсов. Но, процесс корпоративного управления также требует ресурсов от участников, что отражается на их ожиданиях. Вследствие закона сохранения ресурсов, это приводит к снижению удовлетворенности распределением ресурсов других участников корпоративных отношений.

Компания (фирма) — это механизм, посредством которого осуществляется привлечение потенциальных участников кор-

поративных отношений, обладающих необходимыми ресурсами, а также взаимный обмен ресурсами между участниками. Результатом такого взаимодействия является реализация некоторой *целевой функции системы*.

Собственно, целевая функция — это то, для чего формируется система, относительно чего можно оценивать функционирование системы. Для социально-экономических систем, как правило, целевая функция — это генерация определенного ресурсного потока, чаще всего, денежного потока⁷.

Целевая функция системы определяет требования к структуре ресурсов, используемых для ее реализации и, как следствие, определяет структуру участников корпоративных отношений, являющихся источником необходимых ресурсов. Система существует, пока она может осуществлять целевую функцию⁸.

Учитывая вышесказанное, можно следующим образом сформулировать понятие системной устойчивости компании:

Системная устойчивость — это *характеристика социально-экономической системы, определяющая ее способность обес-*

⁷ Притом, что деньги являются наиболее очевидным ресурсом, генерация денежного потока далеко не всегда является целевой функцией социально-экономических систем. Например, от дочерних компаний вертикально интегрированных холдингов часто требуется получение некоторого определенного потока не финансовых ресурсов. Например, потока некоторых комплектующих изделий для обеспечения конвейера сборочного машиностроительного производства.

⁸ Если система не может выполнять заданную целевую функцию, то это будет всего лишь некоторый набор элементов, который не будет системой — он не будет иметь некоторого интегративного свойства. Но этот же набор элементов может быть достаточным для реализации другой функции и относительно нее он вполне может быть системой.

Например, сломанный компьютер нельзя использовать для вычислений, но он может быть использован как элемент витрины или др. Для такой целевой функции это будет вполне целостная система.

Примечание

Строго говоря, набор ресурсов определяет возможность реализации той или иной целевой функции. Каждый ресурс потенциально может быть использован для реализации какого-то количества функций. То есть каждому ресурсу n -вида (r_n) соответствует некоторое множество возможных целевых функций, для реализации которых он может быть использован — $G(r_n)$. Это определяется свойствами ресурса, а также среды, в которой мы рассматриваем данный ресурс.

Соответственно, множество возможных целевых функций системы (s) определяется пересечением множеств, которые соответствуют составляющим систему ресурсам: $G(s) = \bigcap_n G(r_n)$. Если множество $G(s)$ — не пустое, то система может существовать в принципе. Конкретная целевая функция системы, определяемая субъектом управления должна соответствовать условию: $g_{c.y.}(s) \in G(s)$. Если это не так, то либо требуется изменение системы — необходимо изменить ресурсную базу, либо изменение целевой функции, определяемой субъектом управления.

Но, с другой стороны, если рассматривать процесс синтеза системы, то мы можем определить необходимый набор ресурсов, под заданную целевую функцию. Таким образом, можно утверждать, что целевая функция определяет требования к структуре ресурсов.

печивать реализацию целевой функции при изменении условий ее функционирования.

Социальная система «человек + велосипед»

Мы не рассматриваем вопрос, при каких условиях система «человек, сидящий на велосипеде» будет сохранять равновесное состояние относительно земной поверхности (проще говоря, не будет па-

дать). Этот вопрос подробно рассмотрен в физике и не представляет проблемы — если центр тяжести не выходит за площадь проекции на поверхность, система будет устойчива относительно поверхности. В случае движущегося велосипеда ситуация несколько меняется, но и этот вопрос рассмотрен физикой. Обращаем внимание на то, что здесь пока мы говорили об устойчивости относительно поверхности.

Можно говорить об устойчивости движения системы «человек + велосипед» по определенному маршруту или траектории — каковы должны быть, например, возмущающие воздействия (боковой ветер, неожиданные препятствия и т. п.), чтобы движение сохранялось и не значительно отклонялось от определенной заранее траектории. Это как раз те вопросы, которые рассматривает классическая теория устойчивости. Но и эти вопросы не представляют, собственно, существенной проблемы.

Наше внимание занимает следующий вопрос: *при каких условиях будет устойчива сама система «человек + велосипед», будет сохраняться целостность этой системы?*

Но и здесь есть различные варианты. В частности, нужно определить точку зрения (или, если сказать по-другому, плоскость, относительно которой рассматривать устойчивость). С нашей точки зрения, нужно рассматривать устойчивость системы относительно ее способности выполнять целевую функцию.

Если, скажем, целевой функцией системы «человек + велосипед» является сохранение равновесия относительно земной поверхности, не двигаясь или двигаясь очень медленно (эквилибрист на велосипеде в цирке), то это будет одна система. Если рассматривать ту же систему, но относительно целевой функции «ехать на велосипеде достаточно быстро, чтобы физические законы обеспечивали поддержание устойчивости двухколесного велоси-

педа относительно земной поверхности», то это будет другая система. Ну, а если мы определим целевую функцию «ехать на велосипеде настолько быстро, чтобы победить в гонке», то это уже будет совсем иная система.

Соответственно, необходимо рассматривать устойчивость системы относительно возможности выполнения целевой функции.

Очевидно, что здесь есть два аспекта:

1. Система должна быть потенциально способна выполнять определенную целевую функцию.

2. Человек как активный элемент системы не должен совершать действия, которые приведут к невозможности реализации целевой функции и должен совершать действия, направленные на реализацию целевой функции, по возможности, максимально эффективно.

Обратим внимание на то, что здесь мы вводим понятие «активный элемент системы» и рассматриваем вопрос *эффективности процесса* реализации целевой функции. Кроме того, мы определяем, что есть действия, которые могут привести к невозможности выполнения целевой функции, а есть действия, направленные на обеспечение (по возможности эффективно) реализации целевой функции. Очевидно, есть действия, которые не имеют значения, с точки зрения реализации целевой функции. Так, например, для того, чтобы просто ехать на велосипеде по реальной дороге, нужен сам велосипед, человек с ногами и руками, обладающий достаточной физической силой для того, чтобы крутить педали и управлять направлением движения, умеющий ездить на велосипеде. От человека требуется:

- крутить педали с такой интенсивностью, которая обеспечит скорость машины, достаточную, чтобы обеспечивать устойчивость относительно земной поверхности;

- поворачивать руль в соответствии с изгибами дороги и ее неровностями, для этого он должен следить за дорогой или получать иным образом информацию, которая позволит ему повернуть руль в нужное время, в нужную сторону и на нужный угол;

- умение ездить на велосипеде;
- не совершать действия, которые приводят к остановке машины, ее повреждению, поворачивать руль на угол, более некоторого критического угла и т. п.

Будет ли, при этом, человек думать, говорить, петь или издавать другие звуки, курить и т. п., в общем-то, значения не имеет постольку, поскольку это не мешает реализации целевой функции. Но если интенсивность мышления будет настолько большой, что это приведет к невнимательности на дороге, то это уже будет иметь значение. Если для того, чтобы закурить, человек должен полностью отпустить руль, то это, опять же, будет иметь значение.

Таким образом, имеются какие-то действия, допустимые и недопустимые в данной системе. Причем, недопустимые действия могут меняться в зависимости от условий функционирования системы.

Учитывая вышесказанное, для рассмотрения системной устойчивости, мы должны оценивать следующие аспекты:

- целевую функцию системы;
- принципиальную возможность реализации целевой функции и условия, когда эта возможность сохраняется;

- действия активного элемента (человека), необходимые для сохранения возможности реализации целевой функции в рассматриваемых нами условиях, пределы изменения условий функционирования системы;

- действия активного элемента, недопустимые, с точки зрения реализации целевой функции в рассматриваемых нами условиях.

Строго говоря, мы должны рассматривать условия, при которых человек захочет выполнять действия необходимые и не захочет выполнять действия, недопустимые с точки зрения реализации целевой функции.

В количественном выражении, системную устойчивость можно характеризовать вероятностью временной или постоянно утраты возможности реализации целевой функции вследствие изменения влияющих параметров, а также величиной предельного отклонения влияющих параметров, которое приведет к снижению или потере системной устойчивости.

Учитывая то, что человек является неотъемлемым элементом социальной системы, а также субъективный характер принятия решений, можно также оценивать вероятность осуществления действий лицами, существенно влияющими на состояние компании, которые могут привести к потере устойчивости⁹.

На основании вышесказанного, можно сформулировать ряд условий устойчивости социально-экономической системы.

Система будет устойчива относительно возможности реализации целевой функции, если в любой момент времени структура ресурсов, переданных участниками корпора-

тивных отношений, будет позволять осуществлять реализацию этой целевой функции.

Если же в какой-то момент времени структура ресурсов не будет соответствовать целевой функции, то такая система будет неустойчивой.

Можно показать, что невозможность выполнения целевой функции приведет к существенному увеличению издержек функционирования системы, при сохранении этого состояния — ее дальнейшей дестабилизации и, как следствие, в пределе — разрушению системы [5, 6].

Система будет устойчива, если для любого достаточно большого изменения влияющих параметров, существует такое управление, которое обеспечивает соблюдение динамического равновесия системы, стабильность структуры ключевых ресурсов компании.

Как показано в работах автора [4, 5], взаимодействие в социальном пространстве осуществляется на информационном уровне — именно восприятие субъектом получаемой информации определяет его действия. Точнее — структура информационного потока, соотношение количества позитивных ($D_{pos.}$) и негативных ($D_{neg.}$) информационных сигналов, содержащихся в воспринимаемом потоке. А основой его действий и восприятия информационных сигналов, является характеризующий данного субъекта вектор поведения.

Вследствие этого, можно отметить, что система будет устойчива, если при любом, достаточно большом, изменении структуры информационного потока, воздействующего на действующих и потенциальных УКО, существует источник позитивных сигналов, обеспечивающий соотношение $D_{pos.}/D_{neg.} > 1$ для каждого ключевого участника корпоративных отношений.

Таковыми источниками информации могут быть фирма (отдельные ее сотрудники или подразделения); рекламные сообщения; участники корпоративных отношений, удовлетворенные взаимодействием; социальные институты.

⁹ В частности, например, если владелец компании, обладая, в соответствии с действующим законодательством, возможностью сменить генерального директора на основании своего решения, реализует эту возможность без должных оснований и проработки, то система будет неустойчива. Другое дело, что владелец компании сам, в первую очередь пострадает, но это уже детали. Как показывает практика, угроза пострадать в таком случае служит недостаточно сильным сдерживающим фактором для владельцев компаний.

Кстати сказать, одна из задач системного конструирования организации — сформировать механизмы, ограничивающие возможность лиц, имеющих право принимать существенные решения, принять эти решения без должной проработки, основываясь, порой, на эмоциях.

Так, например, одной из функций совета директоров компании может быть функция «ограничить возможность доминирующего собственника принимать потенциально опасные решения без обсуждения с квалифицированными специалистами». Таким образом, собственник компании не может необдуманно принять решение, которое ему же нанесет вред. Но эта функция может быть реализована и другим образом.

Помимо этого, можно сформулировать следующие критерии системной устойчивости компании.

Любая социально-экономическая система устойчива, если изменение ее ресурсной базы будет соответствовать изменению суммы ожиданий участников и издержек, что обеспечит поддержание динамического баланса:

$$\frac{dr(t)}{dt} = \frac{di_{ож.}(t)}{dt} + \frac{dc(t)}{dt}$$

Если рост ожиданий участников и издержек взаимодействия превысит рост объемов входящих ресурсов, то рано или поздно входящих ресурсов не хватит для удовлетворения ожиданий участников корпоративных отношений. Тогда возникает опасность выхода из системы участников, обладающих ключевыми ресурсами, что приведет к невозможности реализации целевой функции и, соответственно, прекращению системы.

Если входящие ресурсные потоки в корпоративной системе будут несбалансированны по видам ресурсов и времени ожидания выгод, то такая система потенциально неустойчива.

Вследствие того, что у каждого субъекта отношений есть некоторый период ожидания определенных выгод, появляется возможность лавирования ресурсными потоками. Например, заработную плату персоналу нужно выплачивать через две недели и деньги, пришедшие от клиентов, можно израсходовать на приобретение товара, сырья или другим образом. Но если формируемый компанией денежный поток не обеспечит возможность своевременной выплаты вознаграждения, то система может стать неустойчивой.

Если вектор поведения лица, осуществляющего распределение ресурсов компании, по каким-либо причинам не учитывает интересы владельцев ключевых ресурсов (ключевых УКО), то такая компания потенциально неустойчива.

Учитывая, что вектор поведения человека в системе определяется ее институциональной средой, можно сказать по-другому: *если институциональная среда корпоративного взаимодействия социально-экономической системы не учитывает один или несколько ключевых ресурсов данной системы, то такая система потенциально неустойчива.*

В общем случае, интересами УКО, являющихся источником бездефицитных ресурсов для рассматриваемой системы, можно пренебречь без снижения устойчивости системы. Но следует учитывать, что применительно к реальным условиям речь может идти лишь о мгновенном значении системной устойчивости, а для вывода о долговременной системной устойчивости в этом случае необходимо проводить исследование характера условий взаимодействия потенциальных участников, конкурентной среды, других параметров.

Организационные механизмы обеспечения системной устойчивости

Теоретические модели, в том числе рассуждения об устойчивости, имеют ценность постольку, поскольку они помогают понять реальные процессы, выявлять риски и направления совершенствования организаций, найти отражение в практической деятельности компаний.

Развитие теории корпоративного взаимодействия, работы в области корпоративной динамики, позволили по-другому посмотреть на существующие корпоративные системы, выявить и обосновать прикладные вопросы организации развития компаний, новые возможности конкуренции, методы минимизации системных рисков. В частности, ниже приведены некоторые организационные подходы, позволяющие минимизировать риски снижения системной устойчивости компании.

Можно выделить следующие факторы, определяющие системную устойчивость компании:

- стабильность динамики структуры участников корпоративных отношений, в особенности ключевых УКО;
- институциональная среда, ее развитие;
- структура ресурсной базы компании и ее динамика;
- информационное взаимодействие с участниками корпоративных отношений.

В частности, превентивное информирование при возникновении конфликтных ситуаций;

- управляющая информация, ее характер, структура, интенсивность.

С целью повышения системной устойчивости организации, можно рекомендовать следующие организационные механизмы обеспечения устойчивости:

- организация работы с участниками корпоративных отношений;
- использование коллективных органов управления;
- реализация стратегии ресурсного развития компании.

Организация работы с УКО предполагает следующие действия со стороны компании (субъекта управления):

- выявление участников корпоративных отношений компании;
- учет и ранжирование УКО в соответствии со степенью значимости для обеспечения системной устойчивости;
- управление рисками перераспределения структуры УКО вследствие принятия тех или иных решений о распределении ресурсов компании.

Для выявления (локализации) наиболее значимых участников корпоративных отношений, необходимо определить ресурсную структуру бизнеса компании — осуществить ресурсный анализ. На основании результатов ресурсного анализа, выявить и проанализировать структуру участников корпоративных отношений, обладающих

наиболее значимыми ресурсами для деятельности компании¹⁰.

Для ранжирования участников корпоративных отношений целесообразно использовать такой инструмент, как стратификацию, а для выявления рисков изменения структуры УКО вследствие принятия решений о распределении ресурсами целесообразно использовать матрицу «удовлетворенность — возможность влияния» (рис. 1) при подготовке наиболее значимых решений в компании.

Для организации учета участников корпоративных отношений целесообразно использовать соответствующие карточки учета УКО, которые содержат следующую информацию: реквизиты УКО; интересы, удовлетворенность участием в корпорации; возможности воздействия на компанию; условия активности.

Рекомендуется в системе управления определить ответственного за работу с УКО сотрудника, осуществлять регулярный

¹⁰ Ресурсы — чрезвычайно широкое понятие. Подробнее позиция автора изложена в работах [4, 5].

Можно определить следующие группы ресурсов для бизнеса: *материальные ресурсы* — деньги, первичные материальные ресурсы, станки и оборудование; *энергия*; *информация* — знания и навыки, специальная систематизированная информация; *интеллектуальный ресурс* — способность человека обрабатывать имеющуюся информацию и формировать новую, необходимую для деятельности; *пространство* — офис, производственное помещение, участок земли; *социальный ресурс* — это связи в обществе, доверие, социальные институты, которые определяют поведение людей, направленное на взаимодействие с фирмой. Один из видов социального ресурса — административный ресурс.

Ресурсный анализ предполагает выявление и оценку необходимости того или иного вида ресурсов для осуществления коммерческой деятельности, а также обеспеченности компании необходимыми ресурсами.

Также следует учитывать, что человек, вопреки распространенному мнению, сам по себе, не является ресурсом для бизнеса — он лишь носитель, источник необходимых ресурсов, их владелец. Соответственно, человек — субъект взаимодействия, необходимый элемент системы.

Удовлетворенность результатами участия в компании

Высокая	Наиболее стабильная и безопасная группа. Целесообразно использовать как опору	Нужно обратить внимание на удовлетворенность результатами участия в корпорации, учитывая интересы при принятии решений. Опасайтесь альянсов!
Низкая	Необходимо обратить внимание, поскольку, при изменении условий, возможно проявление активности и влияние на компанию. Опасайтесь альянсов!	!!! Особое внимание данной группе участников

Рис. 1. Матрица анализа структуры УКО

мониторинг и подведение итогов, совещания, посвященные работе с УКО, а также контроль динамики параметров УКО.

Как показала практика, использование коллективных органов управления позволяет существенно повысить системную устойчивость компании. Такие органы, при должной организации их работы, позволяют существенно снизить риски принятия недостаточно обоснованных решений, зависимость компании от личности руководителя, а также затраты времени и других ресурсов на принятие и реализацию решений, что, в конечном итоге, не только повышает системную устойчивость компании, но и позволяет снизить затраты ресурсов на управление.

Но следует иметь в виду, что коллективные органы управления весьма чувствительны к организации их деятельности. Вследствие их системных особенностей, довольно незначительные недоработки в процессе организации работы таких органов часто приводят к существенному снижению эффективности их функционирования.

Более подробно, вопросы использования и организации работы коллективных органов управления рассмотрены в работах автора [4, 5].

Реализация стратегии ресурсного развития предполагает формирование ресурсной модели организации, развитие и усиление ресурсной базы компании, а также осуществление мероприятий, направ-

ленных на предупреждение нехватки ключевых ресурсов.

В заключение хотелось бы отметить, что повышение системной устойчивости компании — комплексная задача, которая требует комплексных решений. Поэтому целесообразно, еще на этапе проектирования и конструирования организации, формировать механизмы, которые в дальнейшем будут обеспечивать поддержание системной устойчивости организации на должном уровне.

Заключение

Итак, подведем итог нашим рассуждениям.

Существует ряд управленческих задач, когда субъект управления вынужден передать функцию распределения ресурсов компании. Примерами таких задач являются задачи организации управления дочерними и зависимыми компаниями, передачи управления наемному менеджеру, подготовки бизнеса к передаче по наследству и (или) продаже, др.

При решении этих задач использование показателя эффективности в качестве основного ориентира в процессе управления сопряжено со значительными рисками. В этих случаях целесообразно использовать показатель системной устойчивости. Преимущества предложенного подхода следующие:

- во-первых, системная устойчивость предполагает эффективность функциони-

рования: устойчивая компания — эффективна, но не каждая эффективная компания устойчива;

- во-вторых, этот показатель ориентирован не только на текущий, но и на долгосрочный результат деятельности компании;

- в-третьих, показатель системной устойчивости позволяет формировать единые критерии оценки решений менеджеров и акционеров, общую систему координат, что способствует минимизации рисков возникновения корпоративных конфликтов.

Системная устойчивость компании существенно зависит от вектора поведения субъекта управления. Учитывая, что вектор поведения во многом определяется знаниями и навыками человека, можно отметить, что надлежащее повышение квалификации способствует повышению системной устойчивости компании.

Корпоративные механизмы, в частности организация работы с участниками корпоративных отношений, использование коллективных органов управления и другие, также позволяют управлять системной устойчивостью компании.

При проектировании социально-экономических систем целесообразно учитывать условия устойчивости системы и формировать соответствующие механизмы,

которые будут поддерживать системную устойчивость компании в условиях изменяющегося рыночного пространства.

Литература

1. *Бесекекерский В. А., Попов Е. П.* Теория систем автоматического управления / В. А. Бесекекерский, Е. П. Попов / Изд. 4-е, перераб. и доп. СПб.: Профессия, 2004. (Серия: Специалист)
2. *Бурков В. Н., Новиков Д. А.* Как управлять организациями. М.: Синтег, 2004. (Серия «Управление организационными системами»)
3. *Зубанов Н. В.* Анализ устойчивости относительно поставленной цели как один из подходов к описанию функционирования организации в условиях неопределенности. // www.aur.ru
4. *Самосудов М. В.* Корпоративное управление: Теория корпоративного взаимодействия: Учебный модуль / М. В. Самосудов. ГОУВПО Всероссийская академия внешней торговли Минэкономразвития России. М.: ВАВТ, 2006. (Модульная серия «Экономист-международник»)
5. *Самосудов М. В.* Основы корпоративной динамики. Химки: Институт международных экономических отношений, 2007.
6. *Самосудов М. В.* Уроки корпоративного управления в народной мудрости или сказка про репку // Акционерный вестник. № 12 (50). 2007, С. 26–32.

Статья поступила в редакцию 02.06.2008

*M. Samosudov, PhD (Econ.),
Lomonosov Moscow State University*

A BUSINESS COMPANY SUSTAINABILITY MANAGEMENT METHODOLOGY

The researchers have been examining the business company sustainability-related characteristics since the beginning of the 20th century. The Russian and foreign researchers have been trying to identify the approaches that should be used when examining the sustainability concept and to identify the techniques that could help find the relevant quantitative parameters. As a rule, the company sustainability is seen as the company's ability to keep the operational characteristics relatively stable within a certain period of time even provided that the external environment makes the operations "cost ineffective". The stability here is seen as not the absence of great change but the presence of such a systemic feature as the general operational efficiency and reliability. That is why the modern Russian researchers show interest in learning about the mechanisms that help maintain the companies' sustainability.

The article describes the following terms: systemic sustainability, the conditions, environment and criteria used to assess the company sustainability level, the factors that contribute to the systemic sustainability changes and the mechanisms that are used to manage the company systemic sustainability.

УДК 336.02

*Ингман Н. И., к. э. н., доцент**Конищев Е. В., студент**Московская финансово-промышленная академия, г. Москва*

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Наиболее действенным способом поддержки малого бизнеса, безусловно, является установление такого порядка налогообложения, который позволил бы улучшить экономическое состояние существующих малых предприятий и дал толчок к развитию малого бизнеса в отраслях производственной сферы. Опыт многих зарубежных стран показывает, что учет специфики малого бизнеса при разработке налоговых режимов позволяет в короткие сроки добиться желаемых результатов.

Анализ существующих систем налогообложения малого бизнеса показал, что специальные налоговые режимы, несомненно, должны способствовать развитию малого предпринимательства в нашей стране. Однако, по мнению авторов статьи, в них все еще встречаются спорные моменты, которые не устраивают налогоплательщиков.

Экономическое развитие большинства стран к концу XX в. столкнулось с рядом серьезных трудностей, и одним из приоритетных направлений выхода из сложившейся ситуации явилось расширение сферы и масштабов деятельности малого бизнеса во всех формах и видах. Гибкой по структуре и небольшой по размеру компании легче следовать потребительским предпочтениям, производить широкую номенклатуру конкурентоспособных изделий и услуг, использовать современную технику и технологию.

Необходимость адекватной реакции на изменения рыночной конъюнктуры, развитие научно-технического прогресса и выход на первый план качественных характеристик продукта обусловили роль малого бизнеса как необходимого элемента экономики

любого государства. И реальная поддержка конкурентоспособности малых предприятий может быть реализована лишь через налоговую политику, которая учитывает не только интересы государства, но и отдельного налогоплательщика.

С началом экономических реформ в России на малое предпринимательство также возлагалось решение серьезных экономических и социальных задач. Однако развитие малого бизнеса было сопряжено со сложностями, которые можно объяснить как объективными, так и субъективными причинами. Отсутствие системы государственной поддержки и регулирования малого бизнеса, опыта у руководителей, сложности с получением кредитов и сбытом продукции зачастую становились непреодолимыми препятствиями на

пути процветания малых предприятий, и многие из них достаточно быстро разорялись. Все это привело к существенному сокращению числа малых предприятий и преобладанию в их структуре посреднических и торговых организаций при практическом отсутствии малых предприятий в производственной сфере.

До начала реформ основное внимание при реализации налоговой политики в Российской Федерации уделялось фискальной функции. Реформирование налогового законодательства, начатое в 1991 г., было направлено на уменьшение избыточной ориентированности на фискальную функцию, с переориентацией на функцию стимулирования роста конкурентоспособности бизнеса, выражающейся в необходимости повышения информированности налогоплательщиков, их консультирования и воспитания.

Однако наиболее действенным способом поддержки малого бизнеса, безусловно, является установление такого порядка налогообложения, который позволил бы улучшить экономическое состояние существующих малых предприятий и дал толчок к развитию малого бизнеса в отраслях производственной сферы. Опыт многих зарубежных стран показывает, что учет специфики малого бизнеса при разработке налоговых режимов позволяет в короткие сроки добиться желаемых результатов.

Налоговым кодексом Российской Федерации (НК РФ) в качестве механизмов реализации фискальной функции выделены, помимо общего, специальные налоговые режимы.

Общий режим налогообложения предполагает уплату налогоплательщиками федеральных, региональных и местных налогов. Федеральные налоги действуют на территории всех регионов России, а региональные — только в тех, где законодательный орган принял специальный закон об их введении, устанавливающий ставки,

формы отчетности и сроки уплаты налогов. Местные налоги вводятся в действие актами местных органов власти.

Установление специальных налоговых режимов в отношении субъектов малого и среднего бизнеса продиктовано необходимостью учета при налогообложении направления и объема их деятельности.

Специальные налоговые режимы получили распространение и в ряде стран ближнего зарубежья, таких как Азербайджан, Армения, Беларусь, Таджикистан, Казахстан, Украина и др.

Использование специальных режимов заменяет уплату нескольких основных налогов, таких как налог на прибыль, налог на добавленную стоимость (НДС), налог на имущество организаций и единого социального налога (ЕСН), уплатой единого налога, размер которого рассчитывается в упрощенном порядке, при этом остальные налоги уплачиваются в общем порядке. Возможность применения специальных режимов зависит от сферы деятельности налогоплательщика, величины дохода (ст. 346.2, 346.12 НК РФ) и организационно-правовой формы бизнеса.

Делая окончательный выбор в отношении той или иной организационно-правовой формы бизнеса, необходимо отчетливо представлять как их недостатки, так и преимущества и возможность их использования.

Так, учредитель общества с ограниченной ответственностью (ООО) не отвечает своим личным имуществом по долгам фирмы и не несет ответственность за нарушения, которые были допущены в работе (ст. 87-94 гл. 4 ГК РФ).

По сравнению с акционерными обществами различного типа индивидуальный предприниматель (ИП) имеет ряд преимуществ: простая и быстрая регистрация предприятия; любой размер уставного капитала; возможность регистрации ИП по месту жительства предпринимателя: отсутствие необходимости в банковском рас-

четном счете; простая схема налогообложения индивидуальных предпринимателей и легкое ведение бухгалтерии без необходимости наличия бухгалтера (ст. 22 ФЗ от 08.08.2001 №129-ФЗ в ред. ФЗ от 23.12.2003 №185-ФЗ).

В связи с этим лица, которые планируют начать предпринимательскую деятельность, выбирая организационно-правовую форму своего бизнеса, в большинстве случаев останавливаются на ООО или ИП.

В зависимости от различных показателей выбирается один из четырех специальных режимов или применяются несколько одновременно.

Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей — специальный налоговый режим для сельскохозяйственных товаропроизводителей (организаций и индивидуальных предпринимателей, производящих сельскохозяйственную продукцию или выращивающих рыбу, осуществляющих ее первичную или последующую переработку).

Система предусматривает на добровольных началах замену единым сельскохозяйственным налогом (ЕСХН) уплату налога на прибыль, НДС (кроме НДС, подлежащего уплате при ввозе товаров на территорию Российской Федерации), налога на имущество и ЕСН.

Упрощенная система налогообложения (УСНО) — одна из наиболее популярных систем, поскольку налогоплательщик имеет возможность выбора объекта налогообложения, кроме того, он может вести бухгалтерский учет в минимальном объеме, что, безусловно, является существенным преимуществом.

Объектом налогообложения могут быть доходы (облагаются по ставке 6%) или доходы, уменьшенные на величину расходов (облагаются по ставке 15%). Выбор объекта налогообложения зависит от доли расходов в общем объеме выручки и их состава, так как не все расходы уменьшают доходы в целях налогообложения.

При переходе на УСНО налогоплательщик, в зависимости от организационно-правовой формы, освобождается от уплаты следующих налогов:

- ООО — налога на прибыль, НДС (учитывая требование гл. 21 НК РФ, обязывающей уплачивать НДС со стоимости товаров, ввезенных на территорию Российской Федерации), налога на имущество организаций, ЕСН;
- ИП — налога на доходы физических лиц (НДФЛ) от предпринимательской деятельности, НДС (требование гл. 21 НК РФ), налог на имущество (только в отношении имущества использованного в деятельности индивидуального предпринимателя) и ЕСН.

Существуют жесткие ограничения, установленные Налоговым Кодексом РФ по применению УСНО.

Не имеют права применять данную систему банки, страховщики, негосударственные пенсионные фонды, инвестиционные фонды, профессиональные участники рынка ценных бумаг, ломбарды и нотариусы, занимающиеся частной практикой; юридические лица и ИП, занимающиеся игорным бизнесом, производством подакцизных товаров, добычей полезных ископаемых (кроме не числящихся на государственном балансе и установленных в подп. 1 п. 2 ст. 336 НК РФ), являющиеся участниками соглашений о разделе имущества; переведенные на единый налог на вмененный доход (ЕНВД) в соответствии с гл. 26.3 НК РФ; переведенные на ЕСХН.

Кроме того, на УСНО, согласно подп. 13 п. 3 ст. 346.12 НК РФ, не имеют право переходить организации:

- имеющие филиалы и (или) представительства на территории Российской Федерации (ст. 55 ГК РФ);
- в которых доля участия сторонних организаций превышает 25%;

- списочная численность работников которых за налоговый период превысила 100 человек;

- в которых стоимость основных средств (ОС) и нематериальных активов (НА), определенных в соответствии с ФЗ «О бухгалтерском учете», превышает 100,00 млн руб.

К неудобству данной системы можно отнести легкость утраты права по ее применению.

Для этого достаточно выйти за лимит годового дохода в 20,00 млн руб. или иметь остаточную стоимость ОС и НА более чем в 100,00 млн руб. (п. 4 ст. 346.13 НК РФ). Как следствие, возможная обязанность доплаты налога на прибыль, уплаты штрафных санкций, восстановление данных бухгалтерского учета за весь период применения упрощенного режима налогообложения, возможная дополнительная сдача налоговой и бухгалтерской отчетности.

Вполне оправдано было бы увеличение суммы этого лимита, для того чтобы более широкий круг предпринимателей смог воспользоваться данной системой, а налогоплательщики, уже использующие ее, не испытывали неудобств, связанных с переходом на общий режим налогообложения при незначительном превышении лимита.

Кроме того, налогоплательщики УСНО должны отслеживать все изменения в налоговом законодательстве, так как введение нового налога или изменение названия налога означает автоматическое включение их в качестве его плательщиков. Решение дублировать учет хозяйственных операций по правилам бухгалтерского учета или возможное появление обязанности перехода на уплату ЕНВД по одному или некоторым видам деятельности может повлечь за собой увеличение затрат на ведение учета.

Единый налог на вмененный доход (ЕНВД) — специальный налоговый режим,

который применяется в обязательном порядке в соответствии с законами субъектов Российской Федерации, если предприниматели и организации занимаются следующими видами деятельности: оказание бытовых и ветеринарных услуг; услуг по ремонту, техническому обслуживанию, мойке автотранспортных средств и платных автостоянок; услуг общественного питания и розничной торговли; распространения или размещения наружной рекламы.

Существует возможность «выбора» ЕНВД для видов деятельности, для которых установлены следующие ограничения:

- розничная торговля (площадь торгового зала не более 150 кв. м);
- оказание услуг общественного питания (площадь зала обслуживания не более 150 кв. м);
- оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров и грузов (не более 20 транспортных средств).

Соответственно превысив эти ограничения или, наоборот, уменьшив показатели до уровня ограничений, можно применять либо ЕНВД, либо общую или упрощенную систему налогообложения.

Размер налога фиксирован и не зависит от величины полученного дохода.

Данная система является не всегда экономически выгодной предпринимателю по причине частого несовпадения фактически полученного дохода с фактической суммой уплаченного ЕНВД.

Отсутствие возможности учета затрат при исчислении ЕНВД и, как следствие, снижение возможности к расширению бизнеса, влечет за собой желание налогоплательщика избежать уплаты ЕНВД путем репрофилирования своей деятельности и переноса ее в регионы, где ЕНВД не уплачивается.

Стоит отметить, что, наряду с недостатками, налог обладает и неоспоримым преимуществом — снижением себестоимости про-

дукции (работ, услуг) за счет отсутствия таких налогов, как НДС и ЕСН, что особенно актуально для малых предприятий.

Также хотелось бы обратить внимание на то, что п. 4 ст. 346.12 НК РФ дает право организациям и индивидуальным предпринимателям применять УСНО и систему налогообложения в виде ЕНВД одновременно.

Система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции — довольно специализированный налоговый режим, применяемый при выполнении соглашений о разделе продукции (полезных ископаемых, добытых из недр на территории Российской Федерации, а также на континентальном шельфе Российской Федерации и (или) в пределах исключительной экономической зоны Российской Федерации), заключенных между государством и пользователем недр в соответствии с Федеральным законом «О соглашениях о разделе продукции».

Но, как показывает статистика, самой популярной системой у представителей малого бизнеса является упрощенная система налогообложения в виде патента для индивидуальных предпринимателей.

Система налогообложения на основе патента — модернизированный вид УСНО.

Суть этого способа уплаты налогов состоит в уплате фиксированной суммы за патент на вид деятельности, которым предприниматель занимается, не привлекая к своей деятельности наемных работников.

Покупка патента осуществляется на квартал, полугодие, 9 месяцев или год и оплачивается двумя частями: одну треть стоимости — не позднее 25 дней после начала работы по новой системе, оставшаяся часть — не позднее 25 дней по окончании периода, на который был выдан патент.

Годовая стоимость патента определяется как соответствующая налоговой ставке, предусмотренной п. 1 ст. 346.20 НК РФ,

процентная доля установленного по каждому виду предпринимательской деятельности, предусмотренному п. 2 ст. 346.25.1, НК РФ потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода.

Размер потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода устанавливается законами субъектов Российской Федерации по каждому из видов предпринимательской деятельности, по которому разрешается применение ИП упрощенной системы налогообложения на основе патента.

Преимущество данного подхода, несмотря на необходимость соблюдения ограничения по размеру годовой выручки, в том, что список видов деятельности с возможностью приобретения патента настолько обширен, что охватывает практически весь спектр интересов малого предпринимательства. При этом условия работы с покупкой патента намного проще условий УСНО.

Анализ существующих систем налогообложения малого бизнеса показал, что специальные налоговые режимы, бесспорно, должны способствовать развитию малого предпринимательства в нашей стране. Однако в них все еще встречаются спорные моменты, которые не устраивают налогоплательщиков.

Так как возможность добровольного выбора организацией или ИП предусмотрена только для систем ЕСХН, УСНО и ее модернизированного варианта в виде патента для ИП, то и оптимизация может быть связана прежде всего с этими режимами.

Например, в Налоговом кодексе РФ до сих пор не установлено, что делать налогоплательщику, если он утратил право на применение УСНО по основаниям, не указанным в п. 4 ст. 346.13, который гласит: «Если по итогам отчетного (налогового) периода доходы налогоплательщика превысили 20 млн руб. и (или) в течение отчет-

ного (налогового) периода допущено несоответствие требованиям, установленным пунктами 3 (пункт, в котором перечислены лица, которые не в праве применять УСНО) и 4 (пункт об одновременном применении УСНО и ЕНВД) статьи 346.12 настоящего Кодекса, такой налогоплательщик считается утратившим право на применение упрощенной системы налогообложения с начала того квартала, в котором допущены указанное превышение и (или) несоответствие указанным требованиям».

Например, в связи с началом осуществления видов деятельности, указанных в п. 3 ст. 346.12 НК РФ, при которых субъект не вправе применять УСНО, в случае превышения численности и т. п.

Целесообразным представляется в этом случае дополнение ст. 346.13 НК РФ п. 8, например, следующего содержания: «В случае если налогоплательщик утратил право на применение УСНО, по основаниям, не указанным в п. 4 ст. 346.13, он обязан перейти на обычную систему налогообложения с даты утраты такового права. Об утрате права на применение УСНО налогоплательщик представляет в налоговый орган уведомление в срок до 15 числа месяца, следующего за месяцем, в котором произошла утрата права на применение УСНО».

Особое внимание следует обратить на тот факт, что в случае использования специальных налоговых режимов налогоплательщик уже не является плательщиком НДС. Следовательно, его контрагенты (покупатели или заказчики), применяющие общий режим налогообложения и являющиеся плательщиками НДС, не могут возместить НДС, поэтому сделка становится для них малопривлекательной.

Необходимо отметить, что и реальные налогоплательщики не остаются равнодушными к современному состоянию системы налогообложения малого бизнеса, и вызывает уважение настойчивость, с которой они пытаются найти решения

некоторых проблемных моментов в налоговом законодательстве. Поправки к Налоговому кодексу РФ, предложенные рядом групп налогоплательщиков, отличает высокая юридическая грамотность и глубокое понимание проблем на практическом уровне. При этом поправки касаются как создания благоприятного режима налогообложения малого бизнеса, так и шагов, позволяющих минимизировать урон бюджетной системы страны. Хочется надеяться, что акции такого рода не останутся без внимания со стороны законодателей и конструктивные и оправданные предложения попадут на страницы Налогового кодекса.

Общий вывод

Необходимость оптимизации системы налогообложения малого бизнеса признается и законодателями. Совершенно очевидно, что без дальнейших реформ в этой области не обойтись, так как удобство, грамотность и простота уплаты налога является ключевым моментом не только в выполнении государством в полном объеме своей фискальной функции, но и в повышении мотивации к развитию у малого бизнеса, без которого невозможно повышение конкурентоспособности страны в целом.

Литература

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) (ред. от 04.12.2007, с изм. от 06.12.2007) (с изм. и доп., вступающими в силу с 05.01.2008).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (с изм. от 06.12.2007) (ред., действующая с 01.02.2008).
3. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 01.12.2007) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей», принят ГД ФС РФ 13.07.2001.
4. Приказ Минфина РФ от 30.03.2001 № 26н (ред. от 27.11.2006) «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету "Учет основных средств"

- ПБУ 6/01» (зарегистрировано в Минюсте РФ 28.04.2001 №2689).
5. Приказ Минфина РФ от 16.10.2000 №91н (ред. от 27.11.2006) «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету "Учет нематериальных активов" ПБУ 14/2000».
 6. *Андреев И. М.* Налогообложение субъектов малого предпринимательства//Налоговый вестник. 2005. №10.
 7. *Андреева И.* О критериях выделения малого и среднего бизнеса//Общество и экономика. 2007. №7.
 8. *Артельных И. В.* ЕСХН: декларация изменилась// Российский налоговый курьер. 2007. №13-14.
 9. *Вартанов М.* Проект Европейского Союза «Электронные навыки для российских малых и средних предприятий»//Проблемы теории и практики управления. 2006. №2.
 10. *Волконский В. А.* О роли малого и среднего бизнеса в России и мире//Экономика и математические методы. 2005. Т. 41. №1.
 11. *Галаяудинов И.* Доклад для Пленарного заседания общественной организации предпринимателей Иркутской области; г. Иркутск. 2007.
 12. *Грасмик К. И.* Участие малых высокотехнологичных предприятий в выполнении государственного и муниципального заказа: эмпирический анализ//ЭКО. 2006. №10.
 13. *Грудцына Л. Ю., Климовский Р. В.* Налогообложение малого бизнеса по упрощенной системе налогообложения: юридический справочник. М.: Эксмо, 2006.
 14. *Дадашев А.* Ресурсная эффективность малых предприятий//Экономист. 2006. №6.

Статья поступила в редакцию 24.12.2007

*N. Ingman, Ph. D. (Econ.), associate professor;
E. Konischev*

SMALL BUSINESSES TAXATION AS A SMALL BUSINESS COMPETITIVE LEVEL IMPROVEMENT TOOL

The most efficient way to support small businesses is undoubtedly to establish a taxation regime that could improve the operating small businesses economic situation and could become an impulse towards the small business development within the industry sector. The experience the foreign executive bodies have gained shows that if the small businesses' interests are taken into consideration in the course of the taxation legislation elaboration, the above goals are achieved in the short term.

The available taxation systems analysis shows that the special favorable treatment regimes should be created to foster the small business development in the country. However, according to the authors, there are still controversial provisions in the legislation, and the taxpayers are against the payments they set forth.

УДК 339.137.24

Лукьянов С. А., к.э.н., доцент**Тиссен Е. В.**, к.э.н., старший преподаватель**Кисляк Н. В.**, магистр математики

Экономический факультет Уральского государственного университета, г. Екатеринбург

О КВАЗИКОНКУРЕНЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ АВИАЦИОННЫХ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК И О ВОЗМОЖНОСТИ ВХОДА В ОТРАСЛЬ НОВЫХ АВИАКОМПАНИЙ

На основе результатов сплошного обследования авиакомпаний Российской Федерации, проведенного зимой 2006–2007 гг., в статье анализируются основные барьеры входа в данную отрасль. Мы делаем вывод о существовании значительных структурно-технологических и поведенческих отраслевых барьеров входа в данной отрасли, что ставит под вопрос представление о ней как отрасли с квазиконкуренцией в условиях современной российской экономики. Проведенная нами эмпирическая оценка высоты входных барьеров позволяет заключить, что для анализируемой отрасли группа административных барьеров рассматривается респондентами как наиболее значимая с точки зрения ограничения конкуренции. В ряде регионов имеет место единая структура собственности либо аффилированность «аэропорт-авиакомпания», что создает предпосылки к высокой концентрации и наличию искусственных монополий. Наш анализ показал, что между вертикально интегрированными структурами подобного рода и общественным благосостоянием существует противоречивая взаимосвязь. В статье также исследуются способы преодоления входных барьеров. Используя методы эконометрического анализа, мы обнаруживаем, что франчайзинг выступает эффективным способом преодоления входных барьеров в отрасль авиационных пассажирских перевозок России.

Введение

Рынок авиационных пассажирских перевозок в любой экономике служит специфическим индикатором развитости экономики в целом. По уровню предложения услуг в этой отрасли можно судить о развитости инфраструктуры всей экономики, уровне научно-технического потенциала отрасли и экономики в целом,

рыночной власти оперирующих в отрасли компаний; по уровню спроса на авиаперевозки — об уровне благосостояния населения в целом, степени его мобильности. С точки зрения экономической политики, можно говорить о наличии корреляции между степенью развитости авиации и рынка авиаперевозок в стране, с одной стороны, и эффективностью экономической, промышленной, социальной и ин-

ституциональной политики государства. Эти аспекты, безусловно, предопределяют особый интерес к анализу рынка авиационных пассажирских перевозок.

В данной работе мы намерены:

- во-первых, опираясь на базу данных по всем оперирующим авиакомпаниям России эмпирически оценить уровень конкуренции в данной отрасли и доказать, что рыночная структура в отрасли авиационных пассажирских перевозок (далее — АПП) России не носит характер квазиконкуренции, присущей соответствующим отраслям Западной Европы и США;

- во-вторых, показать негативное влияние единой собственности (аффилированности) «аэропорт-авиакомпания» на степень конкуренции в отрасли, с одной стороны; и проанализировать положительные эффекты от вертикальной интеграции подобного рода на уровень общественного благосостояния, с другой;

- в-третьих, выявить наиболее эффективные способы преодоления барьеров входа в рассматриваемой отрасли.

База данных и методика эмпирического исследования

В качестве основного источника информации для нашего исследования мы используем базу данных Федерального государственного унитарного предприятия «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации». В работе используются данные по 355 компаниям-авиаперевозчикам Российской Федерации, вошедшим в отрасль в период 1991–2006 гг. включительно. Кроме того, в работе нами использовались статистические и отчетные материалы Росавиации, Транспортной клиринговой палаты, Федерального агентства воздушных сообщений РФ, Министерства транспорта РФ.

Помимо информации из официальных источников мы использовали результаты собственных исследований. Нами были опрошены 156 эксперта авиакомпаний Российской Федерации посредством анкеты (опросного листа) и интервьюирования экспертов авиакомпаний.

Опросный лист состоит из шести вопросов. Первый вопрос анкеты позволяет оценить структуру исследуемой отрасли, параметры и особенности оперирующих авиакомпаний. Во втором вопросе мы просим экспертов оценить доступность сегментов отрасли авиационных пассажирских перевозок с точки зрения возможностей роста укоренившихся в данном сегменте компаний и прихода новых игроков. Третий вопрос делает возможным выявить наличие каких-либо обстоятельств, препятствующих входу потенциальных новичков в данную отрасль. В его развитие, в четвертом вопросе, мы просим экспертов разделить выявленные барьеры входа на структурно-технологические и поведенческие. Пятый вопрос нацелен на выявление видов барьеров, препятствующих входу фирм в рассматриваемую нами отрасль. Ответы экспертов на шестой вопрос делают реальным протестировать гипотезу о возможности преодоления указанных в предыдущем вопросе барьеров посредством различных институциональных форм роста компании. В качестве таких форм респондентам предлагается оценить «франчайзинг», «совместное использование кода», «соглашения о блокировании мест», «совместно обслуживаемый полет».

Все вопросы анкеты можно разделить на три группы. Первая группа вопросов позволяет эксперту проанализировать структуру рынка авиационных пассажирских перевозок РФ и оперирующих компаний; вторая группа предлагает выбрать наиболее значимые барьеры входа из предложенных; третья группа делает возможным выявить те формы роста компании, которые наиболее перспективны для преодоления отмеченных выше барьеров.

О состязательности рынка авиаперевозок России

Рынки пассажирских авиаперевозок Западной Европы и США зачастую анализируются как пример состязательного (квазиконкурентного) рынка, концепция которого представлена в работах Баумоля, Панзара, Уиллига и Кейвза¹. В какой же степени характеристики состязательного рынка могут быть присвоены российскому рынку авиаперевозок? Согласно Баумолю, «состязательный рынок — это рынок, вход на который абсолютно свободный и выход абсолютно бесплатный»². Это предполагает, что новичок не находится в невыгодном положении в отношении техники, качества продукта по отношению к укоренившейся фирме. Существенной чертой состязательного рынка, является то, что на таких рынках любое равновесие должно характеризоваться нулевой прибылью, и в долгосрочном периоде равновесные цены должны быть равны предельным затратам, что напоминает рынок совершенной конкуренции. Рынок совершенной конкуренции — это обязательно состязательный рынок, но не наоборот. Состязательный рынок не зависит от отраслевой структуры³. Эффект масштаба и эффект разнообразия могут ограничивать число фирм, образующих небольшую группу действующих фирм и занимающихся минимизацией за-

трат, но фирмы не могут позволить себе поднять цены выше предельных издержек, что обещало бы новичку прибыль выше нормальной и создавало бы стимулы для входа. Такой подход подразумевает ряд условий, невыполнение которых ставит под сомнение существование состязательного рынка.

Авторы концепции состязательных рынков считают обязательным выполнение следующих условий: свободный доступ к технологиям для укоренившихся и новых фирм; наличие реальной угрозы потенциальной конкуренции; незначительные необратимые издержки входа; реализация стратегии «ударить и убежать» для новых фирм.

Условие свободного доступа к технологиям, которыми владеют действующие фирмы, является реально выполнимым на множестве рынков, в том числе и на рынке пассажирских авиаперевозок. Под доступными технологиями при наличии парка самолетов в первую очередь подразумеваются услуги основных и гостевых аэропортов. В то же время в авиационной отрасли встречается ситуация, когда аэропорт объединен в одно юридическое лицо с местной авиакомпанией, что зачастую затрудняет открытие новых маршрутов через этот аэропорт для других авиакомпаний.

Наличие реальной угрозы потенциальной конкуренции реализуется на практике через незамедлительное проникновение конкурентов на существующие маршруты компаний, как только имеет место существенное повышение цен на авиаперевозки. Это обусловлено тем, что авиакомпании постоянно вынуждены искать приложение своих капиталов в целях повышения рентабельности своего бизнеса.

Условие низких необратимых издержек входа выполнимо для рынка АПП лишь с некоторыми оговорками. Необратимые затраты — это постоянные затраты, возникающие вследствие осуществления не-

¹ Baumol W.J., Panzar J.C., Willig R.D. Contestable Markets and the Theory of Industry Structure. — New York, 1982; Baumol W.J. Contestable markets: An Uprising in the theory of industry Structure. — American Economic Review, vol. 72, march 1982; Caves R. Air Transport and its regulators. — Cambridge: Harvard University Press, 1962.

² Баумоль Уильям Дж. Состязательные рынки: мятеж в теории структуры отрасли. Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков. Т. 5. — СПб.: Экономическая школа. 2003. С. 116.

³ Там же. С. 118.

возвратных инвестиций. Состязательность рынка предполагает, что необратимые издержки на проникновение в отрасль должны быть низкими, несущественными. Баумоль рассматривал рынок пассажирских авиаперевозок именно как рынок с незначительными необратимыми издержками. И действительно, имея в наличии парк самолетов и дискретное расписание авиаперевозок, компания, на первый взгляд, не несет дополнительных издержек на освоение еще одного маршрута, используя тот же парк самолетов. Более детальный анализ показывает, что при освоении новых маршрутов возникают необратимые затраты на ведение переговоров о праве посадки в том или ином аэропорту, взносы за стоянку самолетов, затраты на рекламу и прочее, что носит характер необратимых затрат и занимает весьма существенный удельный вес в издержках компаний.

Еще в меньшей степени на рынке авиационных пассажирских перевозок выполняется условие относительной легкости входа новичка, использующего стратегию «ударить и убежать». Предполагается, что потенциальный конкурент может использовать любую — даже краткосрочную — возможность получения прибыли, поскольку он может войти, получить прибыль до того как цены изменятся, и затем выйти из отрасли без всяких затрат. А укоренившиеся в отрасли фирмы, опасаясь в любой момент такого вторжения конкурентов, будут держать цены на уровне предельных затрат, и рынок, будучи даже высококонцентрированным, будет показывать «конкурентные результаты».

В качестве доказательства принадлежности рынка авиаперевозок к состязательным рынкам Баумоль приводил пример с чартерными рейсами. Чартерные маршруты, в которых цены на билеты устанавливаются на основе заполнения самолета, позволяют субъекту вторжения осуществлять свой бизнес, не затрачивая значительные ресурсы. Укоренившиеся авиакомпании, осуществляя свои чартерные рейсы, мо-

гут в своей ценовой политике не обращать внимания на появление новичка, который оттягивает часть рынка. А новичок, реализуя свои интересы, успевает осуществить авиарейсы до того момента, когда укоренившаяся компания начинает менять тарифы, нацеленные на вытеснение новичка. Необходимо, однако, заметить, что, в целом, для коммерческого авиасервиса характерна относительно быстрая реакция действующих в нем фирм на новые ценовые инициативы вторгающихся компаний.

Условие относительно низких необратимых затрат тесно связано с условием реализации стратегии новичка «ударить и убежать». Когда инвестиции обратимы, фирме не надо беспокоиться о том, как долго она сможет пробыть в данном бизнесе, так как она всегда сможет продать свои основные фонды по цене не ниже их рыночной оценки. Но когда присутствуют необратимые затраты, срок жизни основных фондов становится решающим фактором. Чем больше необратимые затраты, тем более длительным является период функционирования в отрасли, необходимый для возмещения затрат, тем менее успешна реализация стратегии «ударить и убежать».

Представленный выше предварительный анализ базовых теоретических положений концепции квазиконкуренции позволяет усомниться в выполнимости необходимых условий состязательности рынка АПП России. Проверим данный вывод, описав структуру российского рынка АПП на основе дескриптивной статистики и оценив эконометрически на основе данных опроса авиакомпаний РФ.

Сравнительный анализ структуры рынка АПП России, СНГ

Структура рынка авиационных пассажирских перевозок России, СНГ, ряда стран Западной Европы характеризуется следующими положениями:

Во-первых, практически все игроки рынка авиационных пассажирских перевозок России и СНГ — и лидеры, и аутсайдеры — «вышли» из «Аэрофлота — Советских авиалиний», во времена СССР единственной авиакомпании страны. После распада единственного государственного авиаперевозчика в РФ образовались 393⁴ авиакомпании, формирование которых происходило, как правило, по территориальному признаку, — на базе бывших территориальных управлений гражданской авиации, либо объединенных авиационных отрядов, что предопределило соответственно и их позиции в структуре рынка АПП, — маршрутные сети, аэропорты базирования, авиапарк. По данным Федерального государственного унитарного предприятия «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации» на 8 декабря 2006 г., в Российской Федерации зарегистрировано 355 авиакомпаний. Из них только 183 являются эксплуатантами коммерческой гражданской авиации РФ, сертифицированными Росавиацией. Аналогичные принципы развития рынка авиационных пассажирских перевозок касаются и стран СНГ. Во времена СССР формирование авиационного парка, аэропортовой сети, систем наземного обслуживания и управления воздушным движением происходило посредством государственного распределения Министерства Гражданской Авиации СССР среди территориальных управлений гражданской авиации бывших республик СССР. Крупнейшими в тот период территориальными управлениями гражданской авиации бывших республик СССР являлись Казах-

ское управление гражданской авиации (ГА), Украинское управление ГА, Армянское управление ГА, Белорусское управление ГА. Данные территориальные управления гражданской авиации имели более мелкие структурные подразделения, — объединенные авиационные отряды (ОАО). Крупнейшими ОАО на тот период времени являлись Алма-атинский ОАО, Бориспольский ОАО (Украина, Киев), Минский ОАО, Ереванский ОАО и др. Такая сложная структурная иерархическая цепочка имела ряд последствий, касающихся, например, распределения нового парка самолетов между территориальными управлениями ГА, а затем, внутри, между объединенными авиационными отрядами. По данным Федерального государственного унитарного предприятия «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации» на 21 августа 2007 г. в странах СНГ было зарегистрировано 320 авиакомпаний, из них на Грузию приходится 11 авиакомпаний, Казахстан — 90, Кыргызстан — 24, Молдове — 21, Таджикистан — 6, Туркменистан — 4, Узбекистан — 12, Украину — 152. Из 320 авиакомпаний лишь 118 являются эксплуатантами коммерческой гражданской авиации соответствующих государств СНГ и сертифицированными соответствующими министерствами и ведомствами данных государств. В отличие от рынка авиационных пассажирских перевозок России и СНГ, в основу формирования европейского рынка АПП были заложены иные принципы. Как правило, каждое европейское государство имеет национального перевозчика, в котором у государства есть значимая доля акций. Государство осуществляет поддержку данных национальных перевозчиков посредством различных субсидий, предоставления различного рода льгот, координирует отношения с профсоюзами авиакомпаний — национальных перевозчиков. Остальные частные авиакомпании развиваются согласно традици-

⁴ Имеется в виду количество эксплуатантов коммерческой гражданской авиации РФ, сертифицированными Росавиацией. Общее количество авиакомпаний зарегистрированных Федеральным государственным унитарным предприятием «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации» на тот период было в два с половиной раза выше.

онным механизмам рыночной экономики. Так, например, в Испании государственным национальным авиаперевозчиком является авиакомпания Иберия (*Iberia AL*), но при этом у данной авиакомпании нет аффилированности с крупнейшими аэропортами Испании, что не ухудшает положение других игроков рынка АПП данной страны. Общее число авиакомпаний, зарегистрированных в Испании, составляет 35, из них имеют современный парк магистральных самолетов и значительный объем перевозок порядка десяти авиакомпаний. Рынок АПП Германии характеризуется сходными с Испанией параметрами. Существует государственный национальный авиаперевозчик — авиакомпания Люфтганза (*Deutsche Lufthansa AG*), при этом общее число зарегистрированных авиакомпаний составляет 20, из них выполняющих пассажирские авиаперевозки и обладающих значительными ресурсами (авиационный парк, лицензии на выполнение авиаперевозок, лицензии на осуществление самостоятельного предполетного и иного обслуживания авиационной техники) только 8. При этом, как и в Испании, не наблюдается какого-либо смещения в сторону распределения авиакомпаний по определенным аэропортам, что облегчает доступ любого игрока данного рынка к широко развитой аэродромной сети Германии и создает конкурентную среду между авиаперевозчиками.

Таким образом, мы видим существенное различие между структурой рынка АПП России и СНГ со структурой рынка АПП стран Западной Европы, и объясняется данное различие прежде всего механизмами изначального формирования структур данных рынков. Различия в организации и управлении экономическими структурами двух разных систем — плановой (РФ и СНГ) и рыночной (страны западной Европы) — как нигде сказались в виде последствий для рынков АПП, анализируемых в данном исследовании.

Во-вторых, рынки АПП России, СНГ и стран Западной Европы чрезвычайно динамичны. Так, например, в РФ начиная с 2000 г. после более чем 10-летнего спада объемов пассажирских перевозок наступил период роста их объема, в среднем до 9–10% в год при ежегодном росте ВВП России в среднем на 5–6%. За последние 5 лет объем перевозок вырос на 60%, при этом количество перевозчиков постоянно сокращалось (рис. 1 и табл. 1). Рынок АПП стран СНГ имеет сходную картину в динамике, но темпы роста объемов авиационных перевозок (перевозка пассажиров, перевозка грузов, использовании авиации особого назначения) намного отстают от российских. Это объясняется прежде всего спецификой территорий бывших республик СССР, их общей географической протяженностью, а также нарушенными связями с бывшими республиками СССР (особенно это касается рынка АПП Грузии, Туркменистана, Таджикистана, Кыргызстана, Молдовы). Основной поток пассажирских перевозок во времена СССР у данных республик приходился на РСФСР. Этот факт и предопределил коллапс данных рынков после распада СССР. Объемы авиационных пассажирских перевозок во многих бывших республиках сократились более чем на 90%, многие авиакомпании, а также и аэропорты полностью прекратили выполнение воздушных пассажирских перевозок.

Совсем иная картина динамики развития рынков АПП характерна для стран Западной Европы. Ежегодный прирост объемов авиационных пассажирских перевозок в среднем по авиакомпаниям стран Западной Европы составляет 15–25%, что является нормальным значением роста объемов пассажирских перевозок в общемировом масштабе. При этом в странах Западной Европы высок показатель субституции с иными видами транспорта (железнодорожные, автобусные и прочие перевозки), что усиливают так называемую межвидовую (по видам транспорта) конкурен-

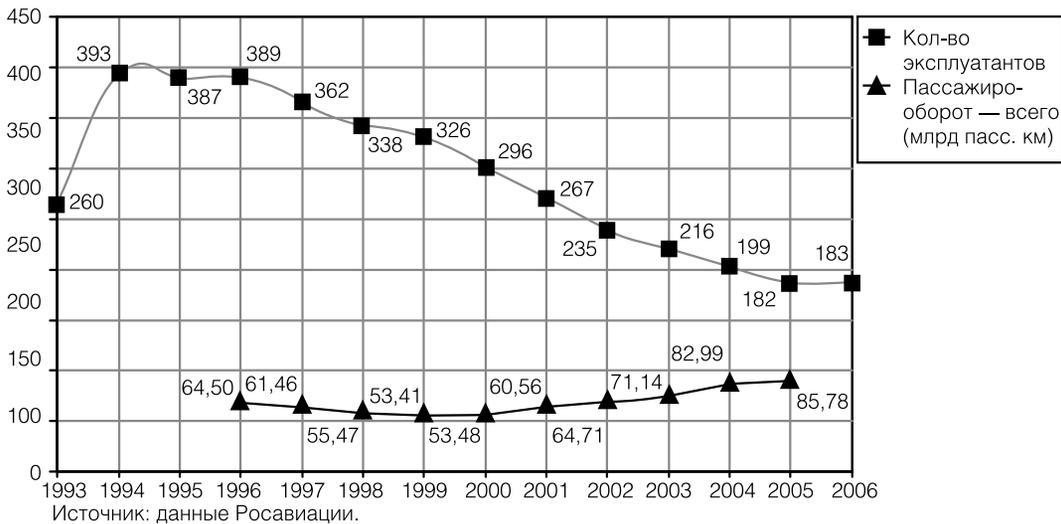


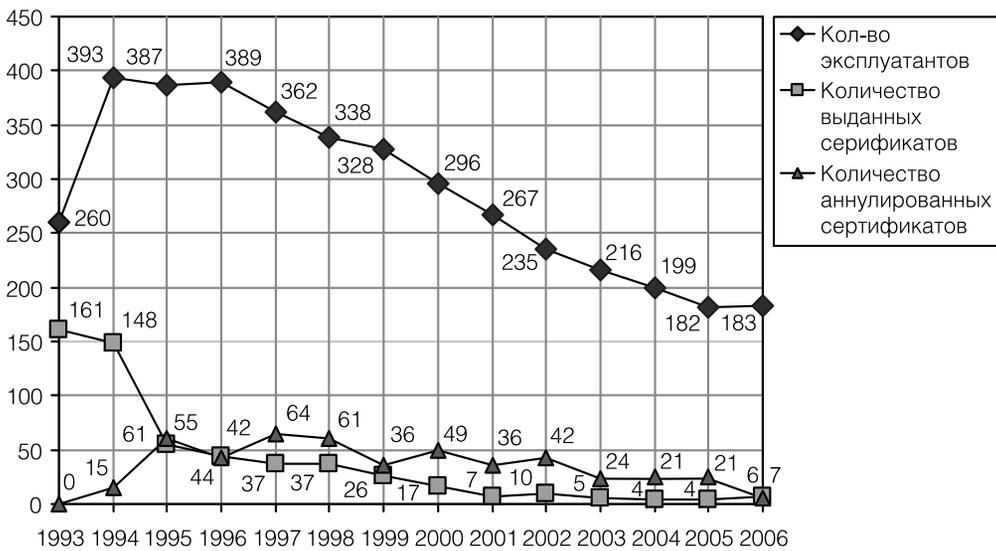
Рис. 1. Динамика количества авиаперевозчиков и пассажирооборота авиакомпаний Российской Федерации

цию. Конкуренция с иными видами транспорта вызвала появление и высокий темп развития низкобюджетных авиакомпаний (так называемых *low-cost airliners*), оперирующих унифицированный парк воздушных судов (что существенно минимизирует операционные издержки данных авиакомпаний), предоставляющих минимальные сервисные услуги пассажирам. Ежегодный прирост объемов авиационных пассажирских перевозок в среднем по авиакомпаниям стран Западной Европы на уровне 15–25% объясняется как раз фактом бурного развития низкобюджетных авиаперевозчиков, а также обостряющейся конкуренцией между данными авиакомпаниями и так называемыми классическими авиакомпаниями. Появлению низкобюджетных авиаперевозчиков в частности и развитию конкуренции между авиакомпаниями в целом способствовала и значительная субституция между аэропортами стран Западной Европы, выражающаяся конкуренцией между аэропортами за привлечение дополнительных авиакомпаний и пассажиров, пользующихся услугами именно данного аэропорта. Данный факт существенно отличает рынок АПП стран Западной Европы от рынков АПП РФ и СНГ, где су-

ществует менее развитая сеть гражданских аэропортов и низкая степень субституции между ними, что является одним из наиболее значимых факторов в динамике рынков АПП.

Если говорить о «входе–выходе» на российском рынке АПП в количественных показателях, то наблюдается достаточная динамика. Однако анализ производственных активов, маршрутных сетей, числа и качества авиапарка «входящих» авиакомпаний говорит о том, что наблюдается в основном вход небольших компаний, имеющих в парке всего несколько самолетов, предназначенных для частных деловых полетов либо обслуживающих соответствующие отрасли народного хозяйства. Так, по данным Федерального государственного унитарного предприятия «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации», на конец декабря 2006 г. в России было зарегистрировано 355 авиакомпаний⁵. Толь-

⁵ Из 355 авиакомпаний, учтенных ФГУП «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации» на конец декабря 2006 г. только 183 являются эксплуатантами коммерческой гражданской авиации РФ, сертифицированными Росавиацией.



Источник: составлено авторами по данным Федерального государственного унитарного предприятия «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации».

Рис. 2. Динамика количества эксплуатантов коммерческой гражданской авиации Российской Федерации

ко в период с 31 октября по 31 декабря 2006 г. были зарегистрированы пять авиакомпаний, — ЗАО «Небесный экспресс (*Sky-Express*)» (аэропорт базирования Москва, Внуково); ОАО авиакомпания «Озерновский рыбоконсервный завод 55»; авиакомпания «Полет» (аэропорт базирования Благовещенск); ЗАО авиакомпания «Скайтест» (аэропорт базирования Москва, Быково); ЗАО «Совхоз им. Кирова» (Ставропольский край). Из пяти авиакомпаний четыре имеют на балансе авиационную технику (исключение составляет авиакомпания «Полет», г. Благовещенск). Авиакомпании «Озерновский рыбоконсервный завод 55», «Скайтест», «Совхоз им. Кирова» в своем парке имеют по одному самолету либо вертолету (Ан-2, Ми-2). И, кроме того, лишь одна авиакомпания — «Небесный экспресс (*Sky-Express*)» — имеет сертификат эксплуатанта гражданской авиационной техники. Всего за 2006 г. было выдано 7 и аннулировано 6 сертификатов эксплуатантов коммерческой гражданской авиации РФ (рис. 2).

Анализ количественных показателей «входа-выхода» авиакомпаний стран СНГ акцентирует внимание именно на последнем слове цепочки «вход-выход». Только в период с 1 июня по 21 августа 2007 г. осуществили «вход» в отрасль АПП соответствующих государств СНГ 6 авиакомпаний (Казахстан — 3 авиакомпании, Республика Молдова, Кыргызстан и Узбекистан по одной авиакомпании), а исключены из базы данных ФГУП «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации» (т. е. «осуществили выход» из отрасли АПП соответствующих государств) 24 авиакомпании (Армения — 6 авиакомпаний, Казахстан — 11 авиакомпаний, Кыргызстан — 5 авиакомпаний, Украина — 2 авиакомпании).

В Германии большинство авиакомпаний, включая национального авиаперевозчика, — «Люфтганзу», образованы в 1950–1960 гг. XX в. тем не менее из 20 оперирующих авиакомпаний по состоянию на лето 2007 г. после 2000 г. было образовано — 4 (из них две авиакомпании обладают большим парком магистральных воздушных судов и

Таблица 1

**Обобщенные показатели развития рынка авиационных пассажирских перевозок
Российской Федерации (1993–2006 гг.)**

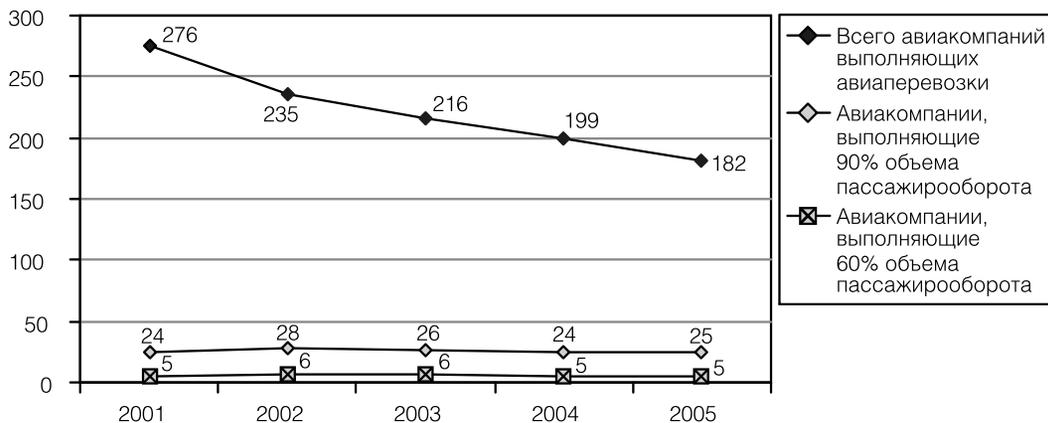
Год	Кол-во эксплуатантов	Кол-во выданных сертификатов (входов)	Кол-во аннулированных сертификатов (выходов)	Кол-во перевезенных пассажиров (млн чел.)	
				всего	в том числе на международных воздушных линиях
1993	260	161	0		
1994	393	148	15		
1995	387	55	61		
1996	389	44	42	26,96	9,38
1997	362	37	64	25,10	9,12
1998	338	37	61	22,33	8,41
1999	328	26	36	21,47	7,14
2000	296	17	49	21,83	8,14
2001	267	7	36	25,07	10,04
2002	235	10	42	26,52	11,08
2003	216	5	24	29,42	12,31
2004	199	4	21	33,78	14,90
2005	182	4	21	35,09	15,89
2006	183	7	6	38,00	17,20

Источник: составлено авторами по данным Федерального государственного унитарного предприятия «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации», Росавиации, Транспортной Клиринговой Палаты.

осуществляющих значительный объем перевозок, — авиакомпания *Germanwings*, обладающая парком из 27 магистральных воздушных судов и авиакомпания *Tuffly*, вошедшая на рынок АПП Германии в 2007 г. и оперирующая парком воздушных судов в количестве 54 единицы), что свидетельствует о достаточной возможности входа в данную отрасль новых авиакомпаний. В Испании по состоянию на лето 2007 г. оперировало 35 авиакомпаний, из них в отрасль АПП Испании после 2000 г. осуществили вход 15 авиакомпаний (из которых три являются крупнейшими авиаперевозчиками Испании, — авиакомпания *Vueling Airlines*, осуществила вход на рынок АПП

Испании в 2004 г. и обладает парком магистральных самолетов в количестве 23 единицы, авиакомпания *Clickair*, образована в 2006 г., парк магистральных воздушных судов насчитывает 24 единицы, авиакомпания *Air Comet* образована в 2007 г. и насчитывает парк воздушных судов в количестве 26 единиц, включая широкофюзеляжные дальнемагистральные самолеты *Boeing-747*), что коррелирует с выводами о возможности входа на рынок АПП Германии.

Обобщенные показатели развития рынка АПП РФ с 1993 по 2006 г., свидетельствующие о достаточной количественной динамике его развития приведены в табл. 1.



Источник: составлено авторами по данным Федерального государственного унитарного предприятия «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации», Росавиации.

Рис. 3. Динамика распределения объема пассажирских перевозок между авиакомпаниями Российской Федерации

В-третьих, рынки авиационных пассажирских перевозок России и стран СНГ в отличие от рынков АПП Западной Европы характеризуются довольно высоким уровнем концентрации. Так, например, в Российской Федерации при общем количестве функционирующих авиакомпаний около 180 90% всех перевозок выполняются всего лишь 25 авиакомпаниями, а ведущие 5 авиакомпаний выполняют около 60% объемов работ (рис. 3). Рынки АПП стран СНГ являются еще более концентрированными. Так, в Республике Беларусь, Туркменистане, Таджикистане и Узбекистане весь объем пассажирских авиационных перевозок приходится на определенного национального перевозчика. Лишь незначительная доля (до 2% от общего объема авиационных пассажирских перевозок в каждой из соответствующих стран СНГ) приходится на малые региональные авиакомпании. Одним из важнейших показателей «действенности» авиакомпании является ее членство в ИАТА (Международная ассоциация воздушного транспорта), что предполагает прохождение определенных сертификаций на соответствие общемировым требованиям, предъявля-

емым к авиакомпаниям. Статистика по численности авиакомпаний стран СНГ на соответствие требованиям ИАТА выглядит следующим образом (табл. 2). В Грузии из 11 авиакомпаний лишь 3 авиакомпании обладают соответствующими лицензиями, парком магистральных воздушных судов, удовлетворяющих требованиям ИАТА, в Казахстане из 90 авиакомпаний — 6, в Кыргызстане из 24 — 6, в Республике Молдова из 21 — 3, в Таджикистане из 6 — 1, в Туркменистане из 4 — 1, в Узбекистане из 12 — 2, в Украине из 152 авиакомпаний только 23 являются членами международной ассоциации воздушного транспорта. Такие показатели и определяют высокую концентрацию рынка АПП стран СНГ.

Распределение объема пассажирских перевозок между авиакомпаниями России (на примере 2005 г.) иллюстрирует рис. 4.

Исходя из имеющихся данных, был рассчитан отраслевой индекс Херфиндаля-Хиршмана для рынка АПП Российской Федерации (уравнение 1), который дает оценку уровня концентрации в отрасли с учетом степени равномерности (неравномерности) распределения рыноч-

Таблица 2

Численность авиакомпаний по странам СНГ по состоянию на август 2008 г.

№	Государство	Общее число авиакомпаний	Общее число эксплуатантов коммерческой гражданской авиации	Общее количество авиакомпаний, членов ИАТА
1	Грузия	11	6	3
2	Казахстан	90	28	6
3	Кыргызстан	24	9	6
4	Молдова	21	4	3
5	Таджикистан	6	2	1
6	Туркменистан	4	3	1
7	Узбекистан	12	3	2
8	Украина	152	63	23

Источник: составлено авторами по данным Федерального государственного унитарного предприятия «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации».

ных долей между отдельными авиакомпаниями.

$$HHI = \sum S_i^2, \quad (1)$$

где S_i — доля i -го предприятия (в процентах) в общем выпуске отрасли.

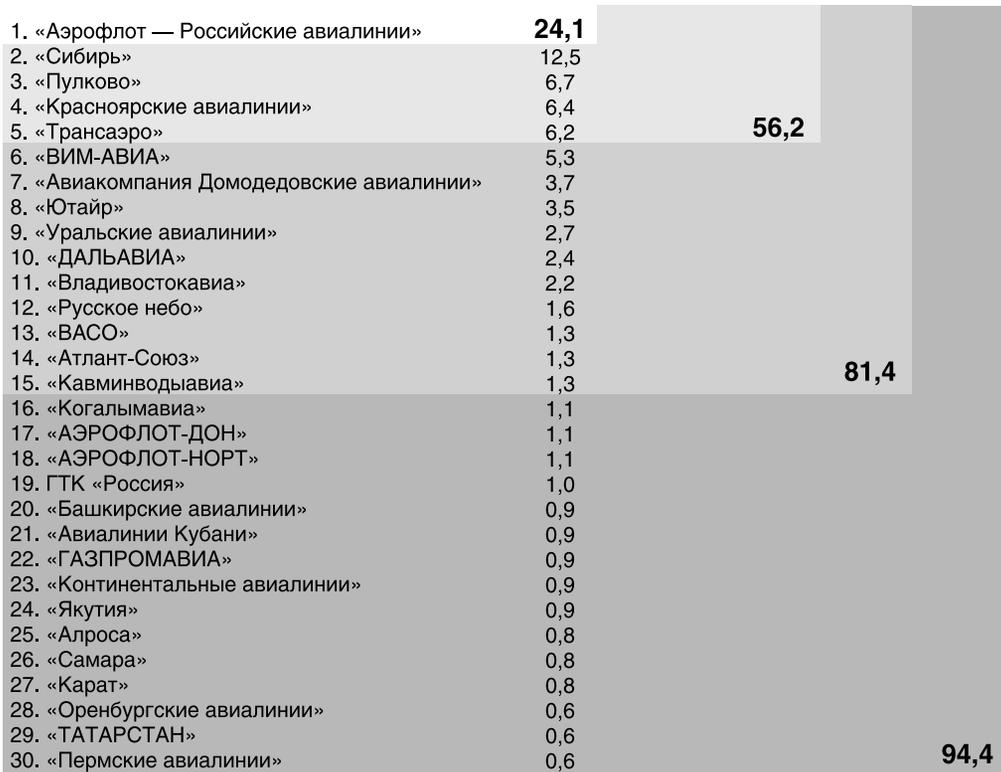
Значение индекса составило 960,17. Выявленная величина индекса показывает, что в соответствии с критериями У. Шепарда рынок авиационных пассажирских перевозок России представляет собой нормальную олигополию без доминирования какой-либо из авиакомпаний.

Совсем иная картина с точки зрения уровня концентрации рынка АПП выглядит для стран Западной Европы. Несмотря на наличие, как правило, во всех европейских государствах национальных авиаперевозчиков, субсидируемых государством и имеющих соответственно более выгодное положение относительно других авиакомпаний, не наблюдается значимого сдвига

плотности распределения объема пассажирских перевозок между национальными и иными авиакомпаниями стран Западной Европы. Объяснением этому служит эффективность действия рыночных механизмов, высокая развитая конкурентная среда авиаперевозчиков и достаточно высокая степень субституции между авиакомпаниями, с точки зрения авиапассажира, и между аэропортами, с точки зрения пассажира, так и авиакомпаний, что позволяет более рационально перемещать ресурсы авиакомпаний между различными секторами рынка АПП, а соответственно, более гибко реагировать на потребительские предпочтения, что и поддерживает высокую степень конкуренции между авиакомпаниями и позволяет говорить о незначительной концентрации рынков АПП стран Западной Европы, что полностью соотносится со статистическими данными.

В-четвертых, в отличие от рынка АПП стран Западной Европы рынок авиаци-

**Распределение объема пассажирских перевозок
между авиалиниями в 2005 г. (в %)**



Годовой объем пассажирооборота (пассажирокилометры):

более 5 млрд
 более 1 млрд
 более 1 млн

Источник: Юрчик А. А. Итоги производственно-хозяйственной деятельности гражданской авиации за 2005 год: доклад / Федеральное агентство воздушного транспорта. М., 2006. (http://www.favt.ru/zip/rep_yurchik_sl_06.ppt).

Рис. 4. Распределение объема пассажирских перевозок между авиакомпаниями в 2005 г.

онных пассажирских перевозок России можно охарактеризовать как рынок с *дискретной* конкуренцией. Под дискретной конкуренцией мы понимаем рыночную структуру, характеризующуюся, во-первых, относительно большим числом участников для всего продуктового пространства рынка, но, однако, во-вторых, относительно малым количеством участников для отдельных пространственных сегментов рынка, которые, в-третьих, отличаются высокой локализацией с достаточно высокими барьерами входа (на отдельный пространственный сегмент рынка). Российский рынок АПП

является хорошим примером рынка с дискретной конкуренцией, поскольку вход на отдельные маршрутные сети авиаперевозок (пространственные сегменты рынка) затруднен в силу достаточно низкого уровня субституции между аэропортами для авиакомпаний и потребителей. Так, например, авиакомпания «Ижавиа» (аэропорт базирования Ижевск) имеет долю в объеме пассажирских авиаперевозок России менее 0,6% и не входит в число 30 крупнейших перевозчиков (см. рис. 4). Между тем на оперируемых ею маршрутах данная авиакомпания имеет доминирующее либо мо-

нопольное положение. Доля авиакомпании на маршрутах Ижевск–Москва, Москва–Ижевск, Ижевск–Санкт-Петербург, Санкт-Петербург–Ижевск, Ижевск–Екатеринбург, Екатеринбург–Ижевск и ряде других составляет 100%. Несмотря на «хорошие» количественные показатели уровня конкуренции в отрасли в целом (опираясь, например, на индекс Херфиндаля-Хиршмана), в силу ее дискретности общая картина степени конкуренции в отрасли выглядит не так оптимистично.

Представленный на основе дескриптивной статистики и отраслевого индекса Херфиндаля-Хиршмана анализ структуры российского рынка АПП позволяет заключить, что в современной российской экономике необходимые условия состязательности рынка авиационных пассажирских перевозок пока отсутствуют. Проверим данный вывод с помощью эконометрических инструментов, используя данные опроса авиакомпаний РФ.

Состязательность рынков как зависимая переменная в эконометрической спецификации модели может определяться, как было описано выше, четырьмя независимыми переменными: свободный доступ к технологиям для укоренившихся и новых фирм; наличие реальной угрозы потенциальной конкуренции; незначительные необратимые издержки входа; реализация стратегии «ударить и убежать» для новых фирм.

Наше эмпирическое исследование нацелено на решение двух основных вопросов. Во-первых, мы хотели бы эконометрически проверить, являются ли выявленные четыре независимые переменные существенными для оценки российского рынка АПП как квазиконкурентного или состязательного. Во-вторых, посредством дескриптивной статистики нам необходимо оценить каждую из данных независимых переменных на предмет ее реализуемости в условиях российского рынка АПП.

Оценка значимости условий наличия квазиконкуренции на рынке АПП выполняется посредством следующей эконометрической модели (2).

$$\Pr(Y_i = 1) = F(\beta_0 + \beta_1 \text{FreeEntry}_i + \beta_2 \text{Competition}_i + \beta_3 \text{EntryCosts}_i + \beta_4 \text{Strategy}_i) \quad (2)$$

- Y_i — наличие (1) или отсутствие (0) квазиконкуренции на рынке АПП;
- $F(\dots)$ — функция стандартного нормального распределения;
- *FreeEntry* — экспертная оценка свободного доступа к технологиям (от 0 до 10; 0 — доступ к технологиям отсутствует, 10 — отсутствуют какие-либо ограничения на доступ к технологиям);
- *Competition* — экспертная оценка наличия реальной угрозы потенциальной конкуренции (от 0 до 10; 0 — угроза потенциальной конкуренции отсутствует, 10 — угроза потенциальной конкуренции максимальна);
- *EntryCosts* — экспертная оценка уровня необратимых издержек входа (от 0 до 10; 0 — необратимые издержки входа отсутствуют, 10 — необратимые издержки входа непреодолимы);
- *Strategy* — экспертная оценка возможности реализации стратегии «ударить и убежать» на рынке авиаперевозок (от 0 до 10; 0 — стратегия «ударить и убежать» может быть реализована любой авиакомпанией, 10 — стратегия «Ударить и убежать» не может быть реализована ни одной компанией»).

Эмпирическую базу исследования составляют результаты опроса 156 экспертов ведущих авиакомпании Российской Федерации и СНГ (помимо российских авиакомпаний в опросе принимали участие эксперты авиакомпании *Air Astana* (Республика Казахстан), *Armavia* (Республика Армения), *Air Moldova* (Республика Молдова), *AeroSvit* (Украина)). Результа-

Таблица 3

**Оценка значимости условий наличия квазиконкуренции на рынке АПП
в рамках теоретической модели**

Независимые переменные	Коэффициенты	
Const	-0.018195	(0.624518)
FreeEntry	0.013628***	(5.768325)
Competition	0.103686***	(4,587693)
EntryCosts	0,000318***	(4.800122)
Strategy	-0.018195**	(-2.255429)
Pseudo R2	0,726	
Количество наблюдений	156	

Примечание. В скобках приведены значения Z — статистик, ** — коэффициент значим на 5-процентном уровне значимости, *** — коэффициент значим на однопроцентном уровне значимости.

ты оценки уравнения (2) представлены в табл. 3.

Представленные в табл. 3 результаты показывают, что все выделенные переменные эксперты рассматривают как существенные при оценке российского рынка АПП как квазиконкурентного или состязательного. Таким образом, можно сделать вывод, что выполнение/невыполнение четырех условий состязательности рынков, — свободный доступ к технологиям для укоренившихся и новых фирм; наличие реальной угрозы потенциальной конкуренции; незначительные необратимые издержки входа; реализация стратегии «ударить и убежать» для новых фирм, — являются необходимыми условиями для оценки уровня квазиконкуренции рынка АПП.

Дескриптивная статистика позволяет оценить эти четыре независимые переменные применительно к современному состоянию российского рынка авиаперевозок.

Оценивая *свободу доступа новичков к технологиям, которыми владеют укоренившиеся авиакомпании*, мы опирались на результаты анкетного опроса ведущих авиакомпаний России и можем отметить наличие значительного технологического разрыва между новичками и укоренившимися

компаниями. Данный разрыв обусловлен в первую очередь сложностью доступа новичков к технологиям, которыми владеют укоренившиеся фирмы. Так, практически все респонденты (94%) отметили сложность получения сертификата на выполнение оперативного и периодического обслуживания авиационной техники, а также на самостоятельное проведение «тяжелых» форм обслуживания (так называемых *C-check*-форм), что является необходимым элементом оперирования перевозчика в отрасли. Имеют место и специфические «технологии», такие как технологии обработки и анализа полетной информации. Согласно Росавиации, доля расшифрованных полетов должна составлять не менее 90%. Например, до недавнего времени соответствующей лицензией от *Airbus* располагали лишь две авиакомпании РФ, — «Аэрофлот — российские авиалинии» и «S7 — Сибирь». Таким образом, мы можем рассматривать отрасль авиационных пассажирских перевозок как отрасль со значительными структурно-технологическими барьерами входа, что, в свою очередь, существенно снижает возможности доступа новичков отрасли к технологиям, которыми обладают укоренившиеся в отрасли авиакомпании.

Оценивая наличие реальной угрозы потенциальной конкуренции, следует отметить, что в период с 1990 г. наблюдалось большое количество «входов» новых игроков на данный рынок. Так, например, согласно данным ФГУП «Государственная корпорация по организации воздушного движения в Российской Федерации», в 2006 г. было осуществлено 33 входа в отрасль авиационных перевозок. Из них лишь 7 игроков получили сертификат эксплуатанта авиационной техники. Более детальный анализ структуры активов входящих компаний, численности их сотрудников, развитости маршрутной сети авиакомпаний, а также их членства в IATA и ICAO позволяет говорить о том, что только одна авиакомпания (*Sky-Express*) из 33 обладает парком магистральных самолетов и может рассматриваться как «серьезный» игрок в данной отрасли. Практически все респонденты (97%) утвердительно ответили на вопрос о существовании значительных административных барьеров входа в отрасль АПП. В качестве барьеров, ограничивающих конкуренцию в отрасли, был назван, в частности, такой параметр рынка, как высокие трансакционные издержки оперирования в отрасли, в частности неофициальные выплаты чиновникам за возможность оперировать на конкретном рынке, за предоставление слотов (время вылета/прилета) и т. д. Таким образом, можно сделать вывод о наличии в отрасли значительных поведенческих (административных) барьеров входа, что существенно снижает угрозу потенциальной конкуренции.

Анализируя проблему уровня необратимых издержек входа, мы опирались на то, что доминирующее число экспертов (98%) охарактеризовали отрасль АПП как отрасль с очень высокой капиталоемкостью. Необратимые издержки при этом составляют значимую часть отмеченной «капиталоемкости» и определяются высокой степенью специфичности ресурсов рынка АПП. В качестве важнейшего компонента

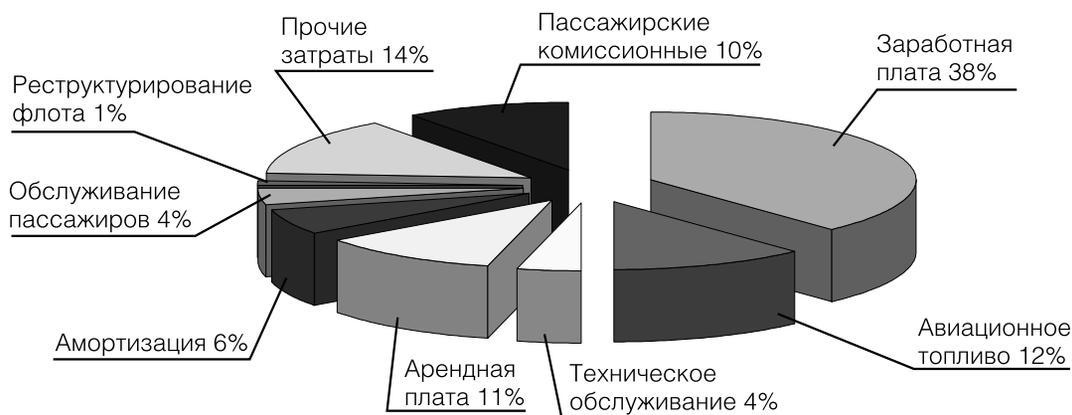
необратимых издержек выступают трансакционные издержки (например, неофициальные выплаты чиновникам вряд ли можно рассматривать как возвратные издержки). Интервьюирование экспертов показало, что рынок АПП РФ характеризуется крайне высоким их уровнем, что объясняется необходимостью сдерживать вход в отрасль новых участников, либо, наоборот, осуществить попытку входа. При этом в качестве инструмента достижения данной цели используются в подавляющем случае не экономические механизмы конкуренции, а административные меры. Как раз они и определяют высокий уровень трансакционных издержек в отрасли АПП РФ в целом.

Сравнительный анализ структуры расходов российских и иностранных авиакомпаний (рис. 5) также позволяет говорить о наличии значительных необратимых издержек в отрасли АПП России.

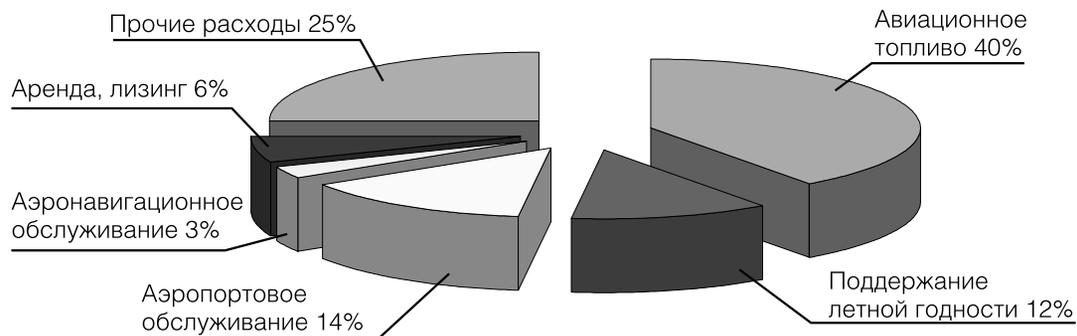
Оценивая возможности реализации стратегии «ударить и убежать» для новых фирм на российском рынке авиаперевозок, все эксперты отметили невозможность быстрого «перемещения капитала»⁶ из одного рыночного сектора в другой. Например, отрасль АПП РФ характеризуется отсутствием субституции аэропортов как для авиакомпаний, так и для пассажиров. Условием субституции аэропортов является наличие их равной доступности (например, связок между аэропортами с точки зрения пассажиров) и возможностью базирования для авиакомпании (определяется классом аэропорта, наличием сертификата на прием и обслуживание различных типов авиационной техники, наличием соответствующих лицензий на выполнение полетов по определенным маршрутам, лицензиями на соответствующее аэропортовое обслуживание летной техники и пр.). Помимо отсутствия субституции меж-

⁶ Речь идет о производственных активах авиакомпаний.

Операционные расходы авиакомпании Delta Air Lines (2005 г.)



Операционные расходы авиакомпаний Российской Федерации (2006 г.)



Источник: составлено авторами по данным Росавиации.

Рис. 5. Сравнительный анализ структуры расходов российских и иностранных авиакомпаний

ду аэропортами, важнейшим ограничением на возможности использовать стратегию «ударить и убежать» является наличие в отрасли высоких необратимых издержек, что предопределяет длительность функционирования в отрасли. Таким образом, можно констатировать, что возможности реализации стратегии «ударить и убежать» для отрасли авиационных пассажирских перевозок России являются крайне ограниченными.

Эконометрический анализ выполнения четырех условий квазиконкуренции (уравнение 2) говорит о корректности применения такой оценки для характеристики отрасли АПП с точки зрения наличия квази-

конкуренции, а дескриптивная оценка четырех независимых переменных уравнения (2) свидетельствует об однозначной оценке экспертов о невыполнении условий состоятельности отрасли АПП РФ.

Теоретический и эмпирический анализ рынка авиационных пассажирских перевозок России позволяет однозначно говорить о нем как о рынке со значительными барьерами входа, причем с доминированием административных барьеров. Для описания рыночной структуры в отрасли АПП России мы вводим понятие «дискретная конкуренция». Это понятие отражает смещенную плотность рыночной концентрации в сторону небольших ре-

гиональных авиакомпаний, как правило, состоящих в связке единой собственности или аффилированности «аэропорт-авиакомпания», обладающих значительной рыночной властью на оперируемых ими маршрутах, но при этом обладающих незначительной долей рынка в общероссийском объеме перевозок, что, безусловно, усложняет картину истинной конкуренции в отрасли в целом.

О неоднозначности влияния вертикальной интеграции на общественное благосостояние

Анализ российской авиационной отрасли показывает, что в ряде регионов распространена единая структура собственности «аэропорт-авиакомпания», либо аффилированность данных структур, что создает предпосылки к рассмотрению характеристик естественной монополии, в качестве которой представлено ядро данной структуры — аэропорт.

Аэропорты могут быть отнесены к предприятиям инфраструктурной отрасли по многим признакам. Аэропорт концентрирует относительную монопольную власть на определенной территории. В лучшем случае два аэропорта могут быть доступны жителям большой урбанизированной территории. Часто из-за ограничений, связанных с наличием свободных территорий и воздушным движением, доступным становится единственный аэропорт. Деятельность аэропортов приносит внешние сетевые эффекты и зависит от них: аэропорты являются центральными узлами сети, в которых могут происходить пересадки на другие рейсы. Еще одна характеристика относит аэропорты к естественным монополиям: их стратегическое положение с военной точки зрения — результат большой роли военно-воздушных операций во второй мировой войне.

Традиционный *технологический* подход определял естественную монополию как

фирму, у которой производственная функция демонстрирует положительную отдачу от масштаба при любом объеме выпуска. То есть критерием существования естественной монополии являлись убывающие средние издержки, характерные для всех инфраструктурных предприятий. Технология посадки современных самолетов делает обеспечение воздушного движения и содержание взлетно-посадочных полос близкими дополнителями. Использование некоторых технологий предусматривает экономию от масштаба или разнообразия. Это справедливо, в частности, для аэропортов. Размер каждого нового терминала и определяемое им количество входных слотов, доступных авиакомпаниям, определяют издержки на обслуживание одного пассажира. Таким образом, при строительстве больших терминалов возникает экономия от масштаба до того момента, когда доходы начинают снижаться в связи с увеличением пассажиропотока. Если один такой терминал может удовлетворить весь объем спроса, для конкурентов не остается места. Также можно говорить об экономии от разнообразия: одни и те же взлетно-посадочные полосы могут быть использованы авиоперевозчиками как для транспортировки пассажиров, так и для доставки грузов. Становится возможным распределять взлетно-посадочные полосы аэропорта более рационально, в зависимости от времени суток. В этих ситуациях крупные фирмы (тем более, если они занимают доминирующее положение) могут предлагать услуги по более низким ценам, чем их мелкие конкуренты, выигрывая борьбу за клиентов. Тем не менее в условиях возрастающей экономии от масштаба может понадобиться регулирование в целях недопущения использования фирмами преимуществ, ведущих к усилению рыночной власти, используемой для установления завешенных цен, приводящих к субоптимальному распределению ресурсов. Данные преимущества основаны на

асимметричном распределении информации в условиях неопределенности.

Современное понятие естественной монополии было выделено в рамках второго, подхода, частично включавшего в себя технологическую точку зрения. Данный подход условно можно назвать *технологически-организационным*. Он акцентировал внимание на изучении условий, при которых можно свести к минимуму регулирование фирм, обладающих рыночной властью. Теория состязательных рынков, представленная Баумолем В., Панзаром Дж., Уиллигом Р. и др., оказала значительное влияние на процесс дерегулирования различных отраслей и выделения сущности естественной монополии⁷. Данный подход определяет ситуацию, при которой субаддитивность функции издержек делает более выгодным существование единой фирмы. Его приверженцы считают, что отрасль представляет собой естественную монополию, если при всех уровнях выпуска функция издержек является субаддитивной. Субаддитивность издержек означает: если n фирм производят в сумме выпуск Q , то их суммарные издержки по производству всего выпуска всегда будут выше, чем издержки одной фирмы, производящей весь выпуск Q .

Субаддитивность может возникнуть под влиянием технологических факторов, а также, что и рассматривается в теории состязательных рынков, под влиянием организационных причин. В условиях существования субаддитивности издержек функционирование единой фирмы является более эффективным. Предоставление множества услуг аэропортом позволят охарактеризовать его как многопродуктовую компанию. Баумолем было использовано понятие глобальной субаддитивности из-

держек, позволяющее описать ситуацию как однопродуктовой, так и многопродуктовой естественной монополии⁸. Субаддитивность функции издержек для многопродуктовой фирмы означает следующее:

$$TC(q_1, \dots, q_m) \leq TC_1(q_1) + \dots + TC_m(q_m), \quad (3)$$

- где $TC(q_1, \dots, q_m)$ — функция издержек на производство комбинации продуктов;
- $TC_i(q_i)$ — функция издержек на производство каждого продукта в отдельности.

Однако, продолжая разработку понятия естественной монополии, М. Джемисон показал, что глобальная субаддитивность оказывается не достаточным, а только необходимым условием ее выделения⁹. С его точки зрения, фирма может быть признана естественной монополией при выполнении двух условий:

- 1) фирма является частью эффективной рыночной структуры;
- 2) фирма удовлетворяет весь рыночный спрос на свои продукты.

Согласно этому подходу, необходимо отделение естественно-монопольного ядра в собственное производство, а все виды деятельности, не обладающие фундаментальными характеристиками естественной монополии, должны развиваться на условиях конкурентных отношений. Применительно к отрасли авиаперевозок, даже если многие сегменты естественной монополии могут быть выделены и реструктурированы с целью создания конкурентной среды, все еще остается ряд секторов, в которых основные виды деятельности не могут быть реализованы в условиях конкуренции. Совершенствование технологии может позволить конкурирующим предприятиям предоставлять клиентам

⁷ Baumol W.J., Panzar J.C., Willig R.D. Contestable Markets and the Theory of Industry Structure. New York, 1982. Ch. 7. P. 169–303.

⁸ Baumol W.J. On the Proper Cost Tests for Natural Monopoly in a Multiproduct Industry. // American Economic Review. Vol. 67. Issue 5. Dec., 1977. P. 809–822.

⁹ Jamison Mark A. A Further Look at Proper Tests for Natural monopoly. University of Florida. PURC. 1997.

альтернативные услуги, поэтому конкуренция может быть распространена среди авиакомпаний при определенных условиях. Намного сложнее создать несколько конкурирующих аэропортов на перенаселенной территории. Более того, в силу возможной специализации даже существование нескольких аэропортов еще не гарантирует конкурентности соответствующего рынка услуг.

Еще одним современным теоретическим подходом, стал организационный подход, представленный О. Уильямсоном¹⁰ и Р. Коузом¹¹ в рамках теории транзакционных издержек. При применении этого подхода анализ естественной монополии смещается от рассмотрения технологических факторов к организационным. Основным постулатом теории транзакционных издержек является предположение, что, чем выше уровень специфичности используемых активов, тем больше стимулов возникает у экономических агентов организовывать транзакции внутри единой организации (фирмы), а не на рынке. Элементы сетевых структур в естественных монополиях характеризуются высокой специфичностью активов, означающей, что эти активы практически невозможно применить в другой сфере деятельности. Затраты в подобные активы необратимы: их нельзя использовать в другом виде деятельности и они ничем не компенсируются при выходе фирмы из отрасли. Эта теория широко используется для объяснения вертикальной интеграции. С точки зрения данного подхода, отличительной чертой естественной монополии является вертикальная интеграция деятельности, включающая наличие сетевых структур. Таким образом, согласно данному подходу, понятие естественной

монополии стали применять к вертикально интегрированным структурам.

В случае с аэропортами высокая специфичность активов и крупные специфические инвестиции в инфраструктуру является фактором, объясняющим, почему основные виды услуг предоставляются интегрированной монополией.

И если на Западе до 80% прибыли аэропортов формирует неавиационная деятельность (гостиницы, рестораны, торговля, парковки и т. д.), то в России этот показатель по стране составляет 20%. Основная доля средств авиакомпаний вкладывается в текущий авиатранспортный бизнес, и на восстановление и развитие принадлежащей компании инфраструктуры средств не хватает. Попытки привлечь инвесторов для развития наземной инфраструктуры сталкиваются с такими нерешенными проблемами, как риск нецелевого использования средств, отсутствия прозрачности деятельности объединенного авиапредприятия, смешение двух бизнесов, в то время как инвестора в качестве объекта инвестиций интересует либо аэропорт, либо авиакомпания.

Таким образом, в целях повышения эффективности деятельности авиаотрасли необходимо рассмотреть вопрос о разделении аэропортов и перевозочного бизнеса. Можно выделить следующие аргументы «за»:

1) возрастет прозрачность деятельности аэропорта и авиакомпании, что является обязательным условием для привлечения инвестиций;

2) исчезнет противоречие целей аэропортов и авиаперевозчиков, когда затраты авиакомпании сокращаются за счет прибыли аэропорта. При раздельном существовании руководство компаний будет вынуждено искать другие возможности для сокращения издержек и другие доходы.

Противники разделения деятельности приводят следующие аргументы «против»:

1) единство компаний позволяет добиться рентабельности. Однако когда рен-

¹⁰ Уильямсон О. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. СПб.: Ленингдат, 1996. С. 231.

¹¹ Coase R. The Nature of the Firm // *Economica*, n.s. 1937. Vol. 4. P. 386–405.

табельность достигается за счет перераспределения финансовых потоков, теряется контроль над эффективностью каждого вида деятельности, который сам по себе должен обладать достаточной рентабельностью;

2) возможность устанавливать цены ниже, чем у конкурентов. Да, на многих направлениях авиакомпании, у которых есть «свой» аэропорт, держат цены ниже, чем у конкурентов, за счет низкой себестоимости. Но необходимо учесть, что данное преимущество имеет двойственную природу. Аэропорт субсидирует авиаперевозочный бизнес и не получает средств для развития и покрытия своих затрат. То есть то, что является преимуществом для перевозчика, может оказаться тормозящим развитие фактором для аэропорта;

3) возможность быстро разрешать спорные моменты между участниками авиаперевозочного процесса. Но наличие четких регламентов взаимодействия аэропорта с перевозчиками позволит решить проблемы наиболее эффективным способом. Практика показывает, что именно рыночные механизмы позволяют решать проблемы взаимодействия наиболее эффективным способом.

Эмпирические наблюдения позволяют говорить о следующем.

Каждый год антимонопольные органы возбуждают порядка 50 дел по признакам ограничения конкуренции в сфере воздушного транспорта и деятельности аэропортов. Наибольшее количество дел связано с нарушением ст. 5, 17 Закона «О конкуренции». По мнению антимонопольщиков, специфической проблемой рынка воздушных перевозок является наличие «псевдоконкуренции», не дающей эффективного результата. Ее существование обусловлено наличием многих мелких перевозчиков, не способных конкурировать из-за малого объема перевозок, а также наличием структуры единой собственности, либо аффилированности

«аэропорт-авиакомпания». Исходя из этого, антимонопольные органы рассматривают два базовых направления развития рыночной структуры в отрасли АПП России.

Во-первых, требуется более рациональная экономическая концентрация в отрасли, но при условии недопущения раздела рынка между авиаперевозчиками по территориальному (маршрутному) или иным признакам. Комплексным планом по развитию авиационной деятельности в области гражданской авиации, утвержденным Председателем Правительства Российской Федерации (№ МК-П17-08328 от 12.05.2001), предусмотрено совершенствование конкурентных отношений в данном секторе экономики.

Во-вторых, важным направлением улучшения состояния рынка АПП является выделение аэропортов из состава авиапредприятий. Государственными мерами, направленными на реструктуризацию и реформирование гражданской авиации (Постановление Правительства Российской Федерации от 24.06.1998 № 642), также предусмотрено снижение числа авиакомпаний, в том числе за счет их объединения, а также разделения авиапредприятий на самостоятельных участников рынка — авиакомпании и аэропорты.

Предполагается, что достигаемая таким образом рационализация структуры системы авиаперевозок позволит снизить высокий уровень эксплуатационных расходов в отрасли и уровень социальных издержек, повысить эффективность гражданской авиации.

Процесс демополизации рынка авиационных пассажирских перевозок посредством разделения авиапредприятий и выделения аэропортов как самостоятельных предприятий начался в первой половине 1990-х гг., но лишь в последние годы наблюдается увеличение темпов разделения. За последние годы прошло разделение ОАО «Быково-Авиа», ОАО «Братское авиапредприятие», ОАО «Челябинское авиа-

предприятие», ФГУП «Пермские авиалинии», ФГУП «Авиапредприятие Пулково», ФГУП «Комиавиатранс», ФГУП «Калининградavia» и других, причем ряд из них совершались в ходе процедуры банкротства этих предприятий.

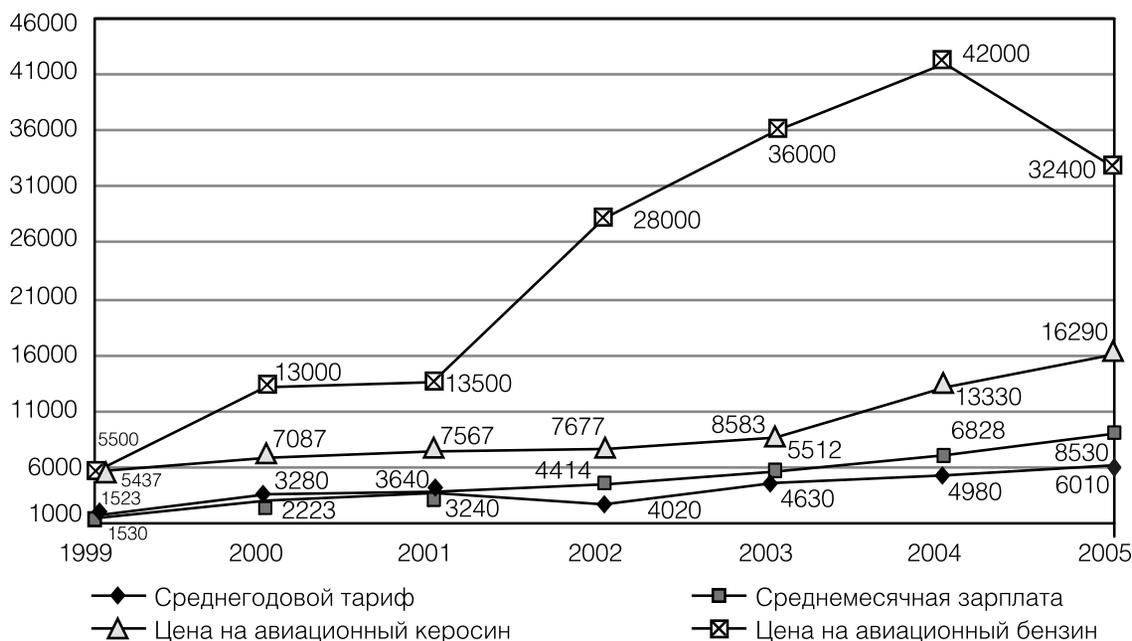
Между тем реальная практика разрушения вертикально интегрированных цепочек «аэропорт-авиакомпания», и замена их на связку «авиакомпания — эффективный собственник» в условиях несостоятельности рынка АПП России приводит к потере значительной доли маршрутной сети, как правило, региональных маршрутов, традиционно убыточных и ранее субсидируемых за счет прибыльных «московских» направлениях и аэропортовой деятельности. Так, разделение ОАО «Челябинское авиапредприятие», состоящее из аэропорта «Баландино» и аффилированной авиакомпании «Энкор» привело к потере 75% маршрутной сети, выполняемой из данного аэропорта. Аналогичный процесс в настоящий момент затрагивает и ФГУП «Пермские авиалинии». Процесс разделения вертикальной цепочки обернулся для аэропорта «Большое Савино» потерей пассажиропотока на 88%. И в том и другой случае в качестве нового базового перевозчика на смену авиакомпаний — участниц бывшей вертикальной цепочки пришла эффективная и конкурентоспособная авиакомпания «S7 — Сибирь», в планы которой и не входило оперирование на местных/региональных убыточных направлениях.

Мы можем оценить последствия процесса дезинтеграции в терминах общественного благосостояния. Если использовать такие специфические критерии общественного благосостояния на уровне конкретного региона, как региональная мобильность трудовых и иных ресурсов, уровень занятости на конкретном отраслевом рынке, то последствия дезинтеграции можно оценить как отрицательные. Действительно, сокращение маршрутной

сети и объемов перевозок приводит к существенному снижению трудовой мобильности, снижению доступности «труднодоступных» регионов, сокращению занятости летного состава авиапредприятий.

Спорным остается и вопрос о якобы снижении уровня пассажирских тарифов вследствие прихода эффективных собственников в результате разделения искусственной монополии «аэропорт — авиакомпания». Один из главных аргументов разделения — плата потребителя монополярной цены при наличии связки «аэропорт — авиакомпания» — как негативный эффект (в терминах общественного благосостояния — проигрыш потребителя) теоретически существует. Однако приход крупных эффективных авиакомпаний на образовавшееся «вакантное место» при разрушении вертикальной цепочки «аэропорт — авиакомпания», как правило, оказывает эффект вытеснения более мелких и менее конкурентоспособных перевозчиков, в результате чего наблюдается рост концентрации и повышение уровня пассажирского тарифа до уровня монополярного. О данном факте свидетельствует и устойчивая динамика роста уровня пассажирского тарифа (рис. 6).

Безусловно, уровень пассажирского тарифа, как зависимая переменная, определяется значительным числом параметров, таких как цена на авиационное топливо, динамика инфляции, заработная плата работников авиакомпании, стоимость аэропортового обслуживания, лизинговых платежей и так далее. Но интервьюирование экспертов авиакомпаний показывает, что в стоимость пассажирского тарифа закладываются и такие специфические параметры, как стоимость получения лицензии на право выполнения полетов, стоимость получения слотов в аэропорту вылета, так называемая монополярная надбавка или надбавка за наличие у авиакомпании значительной рыночной власти и другие. То есть разделение вертикальной цепоч-



Источник: составлено авторами по данным Росавиации.

Рис. 6. Динамика цены на авиационный керосин, среднегодового пассажирского тарифа на внутренних воздушных линиях и среднемесячной заработной платы в Российской Федерации

ки «аэропорт — авиакомпания» не дает однозначного положительного эффекта в самом главном аргументе такого разделения — снижении монопольной власти авиакомпании, выражающегося в потерях потребителей, вынужденных платить монопольную цену. На смену неэффективной авиакомпании из вертикально интегрированной структуры «аэропорт — авиакомпания» приходит эффективная авиакомпания, обладающая значительной рыночной властью, и как результат, занимающая доминирующее, а в ряде случаев, монопольное положение, что, в свою очередь, отражается в «новом» монопольном тарифе. На этом фоне происходит резкое сокращение маршрутной сети, вынужденная безработица среди летного состава «выбывшей из отрасли авиакомпании», снижение социальной доступности авиалиний, рост социального напряжения.

Не менее серьезным аргументом, препятствующим эффективному разделению

вертикально интегрированных структур «аэропорт — авиакомпания» и, собственно, эффективному поведению субъектов отрасли является низкая степень субституции аэропортов, как для авиакомпаний, так и для пассажиров. За последние годы почти в 6 раз сократилась сеть аэродромов, обслуживающих местные воздушные линии, закрылся ряд аэродромов и авиационных линий в субъектах Федерации, обеспечивающих их авиационные связи с центром страны. Как следствие, более 12 млн человек не имеют круглогодичного доступа к основным наземным коммуникациям. По данным Росавиации, количество аэродромов в России сократилось с 1302 в 1992 г. до 383 в 2006 г. Недостаточен технический и технологический уровень наземной аэродромной техники и оборудования. Только 59% аэродромов имеют взлетно-посадочные полосы с искусственными покрытиями. 70% из них были построены более 20 лет назад и боль-

шинству из них требует реконструкции. В Российской Федерации лишь 62 аэропорта имеют федеральное значение и образуют опорную сеть российской гражданской авиации. Для сравнения, в США на конец 2006 г. оперировали 562 аэропорта, из которых 394 являются аэропортами-хабами, крупнейшие из которых перевозят от 20 до 41 млн пассажиров в год (аэропорт *Hartsfield — Jackson Atlanta International (Atlanta)* перевез за 2006 г. более 41 млн пассажиров, аэропорт *Chicago O'Hare International (Chicago)* — почти 37 млн). С учетом примерно равных размеров территорий РФ и США, по плотности аэропортов и по наличию связанности местными воздушными между ними (air connection) можно судить насколько отрасль АПП РФ отстает от США по степени субституции аэропортов. Субституция аэропортов позволяет авиакомпаниям более эффективно перераспределять ресурсы и оптимизировать пассажирские и грузовые потоки и по сути является одной из важнейших предпосылок к выполнению такого условия квазиконкурентности отрасли, как возможность реализации стратегии «ударить и убежать».

Таким образом, несмотря на то, что в 2007 г. Росавиация завершила подготовку обоснованных предложений по реализации требований «Основ политики Российской Федерации в области авиационной деятельности на период до 2010 года», утвержденных Президентом Российской Федерации В. В. Путиным 3 февраля 2001 г. № Пр-241, а также «Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2020 года», утвержденной Приказом Минтранса России от 12 мая 2005 г. № 45, в части разделения объединенных авиационных предприятий на самостоятельные хозяйствующие субъекты — авиакомпании и аэропорты, вертикально интегрированные структуры в условиях высоких административных барьеров рынка АПП могут давать положительные эффекты для общественного благосостояния на региональном уровне.

О возможности входа в отрасль авиационных пассажирских перевозок

Британский комитет по конкуренции определяет вход новичка как ситуацию, при которой образуется новое предприятие или новые производственные мощности в отрасли¹². Международная практика авиационных пассажирских перевозок позволяет говорить, что в качестве таких форм роста фирмы можно рассматривать «франчайзинг»¹³, «совместное использование кода»¹⁴, «соглашения о блокировании мест»¹⁵, «совместно обслуживаемый полет»¹⁶.

¹² Office of Fair Trading (1999), *Assessment of Market Power*, OFT, London

¹³ По классификации и определению ИКАО: «франчайзинг» — предоставление авиаперевозчикам привилегий или права использовать различные элементы обозначения его корпорации (к примеру, кодовое обозначение рейса, форма, рыночные символы) другой компании, т. е. юридическому лицу, которое получает привилегию предлагать на рынке или предоставлять услуги в виде воздушных перевозок, но, как правило, при условии соблюдения действующих стандартов и под контролем, обеспечивающим качество предоставляемых услуг согласно требованиям имеющей патент компании, т. е. юридического лица, предоставляющего эти привилегии.

¹⁴ По классификации и определению ИКАО: «совместное использование кода» — использование кодового обозначения рейса одного авиаперевозчика при выполнении перевозки вторым авиаперевозчиком, перевозка которого, как правило, также определяется (или может действовать требование о таком определении) как перевозка, выполняемая вторым авиаперевозчиком.

¹⁵ По классификации и определению ИКАО: «соглашения о блокировании мест» — авиаперевозчик закупает определенное количество пассажирских мест и/или часть грузового отсека для выполнения своих перевозок на воздушном судне другого перевозчика.

¹⁶ По классификации и определению ИКАО: «совместно обслуживаемый полет» — полет, выполняемый с использованием кодовых обозначений двух перевозчиков, которые заключают между собой соглашение о разделении доходов/расходов.

Эмпирическая проверка гипотезы о возможности преодоления отраслевых барьеров входа посредством технологического и институционального роста фирмы, обеспечивающегося различными формами экспансии фирмы, оценивается с помощью модели бинарного выбора (Probit-модель) (уравнение 4).

$$P(\text{Entry}_{it}=1)=F(\beta_0+\beta_1\text{Franch}+\beta_2\text{Block}+\beta_3\text{Joint}+e) \quad (4)$$

• Entry_{it} — вероятность преодоления отраслевых барьеров входа посредством технологического и институционального роста фирмы, обеспечивающегося различными формами экспансии фирмы;

• F — кумулятивная функция нормального распределения;

• Code — фиктивная переменная, принимающая значение «1», если фирма способна осуществить вход в отрасль посредством «совместного использования кода»; «0» — в противном случае;

• Franch — фиктивная переменная, принимающая значение «1», если фирма способна осуществить вход в отрасль посредством франчайзинга; «0» — в противном случае;

• Block — фиктивная переменная, принимающая значение «1», если фирма способна осуществить вход в отрасль посредством «соглашения о блокировании мест»; «0» — в противном случае;

• Joint — фиктивная переменная, принимающая значение «1», если фирма способна осуществить вход в отрасль посредством «совместно обслуживаемого полета»; «0» — в противном случае.

Результаты оценки уравнения (4) представлены в табл. 4.

Эконометрический анализ показал, что франчайзинг и совместное обслуживание полета являются эффективными формами экспансии в отрасль авиационных пассажирских перевозок России. Причем франчайзинг, как форму выхода на рынки, используют и иностранные авиакомпании.

Так, британская авиакомпания *British Mediterranean Airways* осуществляла экспансию на российский рынок под торговой маркой авиакомпании «British Airways», что вполне оправдано, ибо вход под торговой маркой крупной/укоренившейся фирмы позволяет преодолевать не только входные

Таблица 4

Способы преодоления отраслевых барьеров входа в отрасль авиационных пассажирских перевозок России

Независимые переменные	Коэффициенты
Const	-0.0038 (-0.432)
Franch	0.0287 (3.897)**
Contract	-0.0190 (-1.834)*
Joint	0.0193 (2.678)***
Pseudo R2	0.1657
Количество наблюдений	156

Примечание: * — коэффициент значим на 10% уровне значимости; ** — коэффициент значим на 5% уровне значимости; *** — коэффициент значим на 1% уровне значимости; в скобках указаны значения Z-статистики.

барьеры, но и минимизировать издержки, связанные с входом в отрасль.

Совместное обслуживание полета, с точки зрения экспертов авиаперевозок, также является эффективной формой экспансии в отрасль АПП. Так, например, прибыль крупнейшей авиакомпании Европы *Air France — KLM Group* в IV квартале 2006 г. выросла в 6 раз, благодаря выгодам от «совместного обслуживания полетов». Российская практика также показывает выгоды от данной формы экспансии авиакомпаний на новые сегменты рынка АПП РФ.

Согласно результатам эконометрического анализа «совместное использование кода», а также «соглашение о блокировании мест» в наименьшей степени способствуют преодолению барьеров входа на рынок АПП. Мы это связываем с тем, что использование этих институциональных форм, как правило, требует значительных финансовых затрат, а также сопряжено с достаточно высокими рисками авиакомпаний.

Заключение

На основе результатов сплошного обследования авиакомпаний Российской Федерации, проведенного зимой 2006–2007 гг., исследуется структура рынка АПП России, анализируются основные барьеры входа в данную отрасль, оцениваются последствия разделения вертикально интегрированных структур «авиакомпания — аэропорт» на общественное благосостояние на уровне региона, а также эконометрически оцениваются способы преодоления входных барьеров в отрасль АПП России.

Мы делаем вывод о существовании изначительных структурно-технологических и поведенческих отраслевых барьеров входа в отрасли АПП России, что ставит под вопрос представление о

ней как отрасли с квазиконкуренцией в условиях современной российской экономики, — точка зрения, характерная для описания рыночной структуры АПП Европы и США. Проведенная нами эмпирическая оценка высоты входных барьеров позволяет заключить, что для анализируемой отрасли группа административных барьеров рассматривается респондентами как наиболее значимая с точки зрения ограничения конкуренции. Для описания рыночной структуры в отрасли АПП России мы вводим понятие «дискретная конкуренция», отражающее смещенную плотность рыночной концентрации в сторону небольших региональных авиакомпаний, как правило, состоящих в связке единой собственности или аффилированности «аэропорт-авиакомпания», обладающих значительной рыночной властью на оперируемых ими маршрутах, но при этом обладающих незначительной долей рынка в общероссийском объеме перевозок.

В ряде регионов имеет место единая структура собственности либо аффилированность «аэропорт-авиакомпания», что создает предпосылки к высокой концентрации и наличию искусственных монополий. Наш анализ показал, что между вертикально интегрированными структурами подобного рода и общественным благосостоянием существует противоречивая взаимосвязь. Во-первых, разрушение вертикальной цепочки зачастую приводит к закреплению на рынке нового «эффективного» монополиста, использующего в практике монопольное ценообразование. Во-вторых, что дезинтеграция структуры «аэропорт-авиакомпания» приводит к существенному снижению пассажиропотока, трудовой мобильности, росту безработицы на рынке АПП, что можно оценивать как отрицательные эффекты для общественного благосостояния на уровне региона.

В процессе исследования определены способы преодоления входных барьеров в отрасль АПП России. Используя методы эконометрического анализа, мы обнаруживаем, что франчайзинг выступает эффективным способом преодоления входных барьеров в отрасль авиационных пассажирских перевозок России.

Литература

1. *Baumol W.J., Panzar J.C., Willig R.D. (1982) Contestable Markets and the Theory of Industry Structure.* – New York.
2. *Baumol W.J. (1982) Contestable markets: An Uprising in the theory of industry Structure.* – *American Economic Review*, vol. 72, march 1982.
3. *Caves R. (1962) Air Transport and its regulators.* – Cambridge: Harvard University Press.
4. *Church J., Ware (2000) Industrial Organization: A Strategic Approach,* McGraw-Hill.
5. *Shy O. (1995) Industrial Organization,* MIT Press.
6. *Баумоль Уильям Дж. Состязательные рынки: мятеж в теории структуры отрасли. Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков. Т.5. СПб.: Экономическая школа. 2003.*
7. *Лукьянов С., Тиссен Е., Кисляк Н. Российский рынок авиационных пассажирских перевозок: квазиконкуренция или...? // Вопросы экономики. 2007. №11.*

Статья поступила в редакцию 30.04.2008

S. Lukyanov, PhD (Econ.)

E. Tissen, PhD (Econ.)

N. Kislyak, Master of Mathematics, Urals State University

ON QUASI-COMPETITION ON THE RUSSIAN PASSENGER AIR TRANSPORT SERVICES MARKET AND ON THE NEW TRANSPORTATION COMPANY EMERGENCE OPPORTUNITIES

The authors examine what the main barriers are that are hampering the process of the new companies' entrance into the passenger air transport market. The examination is based on the findings of the comprehensive research conducted during the winter of 2007-2008. All the RF air transport companies' information was analyzed. We have come to a conclusion that there are significant structural, technology and attitudinal barriers that hamper the process of the new companies' entering into the sector market. That means that today there is a quasi-competition in this modern Russian economy. The barriers' height in the sector was examined empirically, and the respondents say that the barriers created by the administrative officials make the most significant contribution to the competition curbing. In some of the Russian regions the only airport and the air transport company available are owned by the same entity or they are managed by the affiliated companies. This leads to the high business concentration and an artificially created monopoly. Our analysis has shown that such vertically integrated structures influence in some complex way the level of the social well-being. The article authors examine the ways that could be used to overcome the barriers. They use the econometric analysis methods to show that concluding a franchise agreement is an efficient way to overcome the barriers that hamper the new companies' emergence in the Russian passenger air transport services sector.

УДК 331.5.024.5

Бобиенко О. М., доцент кафедры математики Академии управления «ТИСБИ», г. Казань

КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ПРОФЕССИОНАЛА КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО НА РЫНКЕ ТРУДА

В статье рассматриваются результаты опросов представителей предприятий/организаций всех форм собственности Ханты-Мансийского автономного округа — Югры и Республики Татарстан. Анализируются требования работодателей к качественным параметрам подготовки выпускников учреждений профессионального образования, определяющим их конкурентоспособность на рынке труда. Показано, что требования к ключевым (общим для всех профессий и специальностей) компетенциям профессионала в последние годы существенно актуализировались, что обуславливает необходимость учета «заказа» работодателей в параметрах подготовки в вузах, колледжах, лицеях.

Как показывают исследования последних лет, на рынке труда России начинает складываться конкурентная ситуация. И хотя характер взаимодействия субъектов рынка (трудоустраивающегося и работодателя, в первую очередь) еще далек от чисто рыночных отношений, о чем свидетельствуют факты использования нерыночных механизмов и процедур найма работников¹, основные элементы конкурентной среды уже присутствуют. Это, прежде всего, *рынок рабочих мест*, на котором для выпускника учебного заведения профессионального образования есть выбор место трудоустройства, в большей или меньшей степени соответствующее его представлению

и желаниям. Это *рынок рабочей силы*, который характеризуется ситуацией, когда на одно и то же рабочее место может претендовать более чем один человек. И, наконец, существует *договорная процедура найма*, в рамках которой выпускник и работодатель имеют возможность вести согласование своих интересов: один по вопросам продажи своей рабочей силы, другой — в получении работника требуемого качества.

Как отмечается рядом исследователей, наблюдается существенный дисбаланс между требованиями, предъявляемыми к соискателям рабочих мест со стороны работодателей, и качеством подготовки выпускников российской профессиональной школы [2, 5, 7 и др.]. Современный рынок труда, основными характеристиками которого являются гибкость, изменчивость, высокая инновационная динамика, предъявляет новые, неартикулированные ранее требования к соискателям рабочих мест.

¹ Так, по разным оценкам, от 58 до 75% наймов работников в России происходит «по личным связям», в то время как в странах с развитой рыночной экономикой эта модель трудоустройства составляет всего от 20 до 40% [3, 4, 6, 15, 17 и др.].

Среди них: готовность к непрерывному самообразованию и модернизации профессиональной квалификации, деловым коммуникациям, кооперации (сотрудничеству), действиям в нестандартных и неопределенных ситуациях, способность к принятию ответственных решений, критическому мышлению, самоуправлению поведением и деятельностью, навыки работы с различными источниками информации и эффективного поведения в конкурентной среде в условиях стрессогенных факторов и т. д.

Следует отметить, что требования работодателей формулируются не только и не столько в формате «знаний» выпускников, сколько в терминах способов деятельности («умения», «способность», «готовность»). Таким образом, речь идет о специфических образовательных результатах системы профессионального образования, в рамках которых знания выступают необходимым, но не достаточным условием достижения требуемого качества профессионального образования, — о «профессиональной компетентности» и таких ее составляющих, как специальные профессиональные и ключевые (базовые) компетенции. Ключевые компетенции профессионала «задаются» основными заказчиками системы профессионального образования — работодателями, государством и обществом и отражают актуальные потребности и интересы всех субъектов рынка труда.

Эмпирическими материалами для характеристики востребованных рынком труда ключевых компетенций рабочих и специалистов послужили результаты выборочных опросов работодателей Республики Татарстан и Ханты-Мансийского автономного округа, в качестве респондентов в которых выступали первые руководители предприятий, их заместители, руководители подразделений и кадровых служб предприятий всех форм собственности, включая малые предприятия и частных предпринимателей.

Первый опрос по Республике Татарстан был проведен автором статьи в 2005 г. Отбор предприятий для опроса осуществлялся таким образом, чтобы максимально широко представить отраслевую принадлежность предприятий (количество сфер деятельности обследованных предприятий — 38). Всего в опросе приняли участие 125 предприятий. Второй опрос по Ханты-Мансийскому автономному округу проводился в конце 2007 г. в рамках НИР «Анализ соответствия качества подготовки кадров требованиям рынка труда»². Всего опрошено 47 предприятий (оценке подвергнуты 6 рабочих мест).

Цель опроса работодателей — получить оценки качества подготовки выпускников региональной системы профессионального образования и выявить требования к качеству профобразования работодателей как непосредственных заказчиков и потребителей результатов деятельности учреждений профобразования.

В исследовании использовалась «Анкета работодателя», разработанная в проекте Московского общественного фонда «Организация взаимодействия региональных рынков труда и профессионального образования» и рассчитанная на такие целевые группы, как руководители предприятий (организаций) и работники кадровых служб (служб по персоналу) [9].

Как показал анализ таблиц частотных распределений ответов на вопросы анкеты, только 20% работодателей Татарстана и 13% — ХМАО никогда не сталкивались с проблемами заполнения вакансий по проффильным для предприятия специальностям (табл. 1).

При этом около четверти опрошенных отметили, что трудности подбора кадров существуют часто или всегда. Как правило, ищут подходящих сотрудников на ва-

² Материалы опроса предоставлены автору АНО «Центр исследования рынка труда» (г. Самара).

Таблица 1

Таблица ответов на вопрос анкеты «Существует ли проблема с заполнением вакансий по профильным для Вашего предприятия специальностям?»

Варианты ответов	В % к числу опрошенных	
	Республика Татарстан	Ханты-Мансийский автономный округ
Никогда	20	13
Редко	28	14
Иногда	33	45
Часто	16	19
Всегда	2	9
Нет ответа	1	0
Всего	100	100

Таблица 2

Таблица ответов на вопрос анкеты «Оцените качество и уровень подготовки выпускников учреждений профессионального образования, работающих на Вашем предприятии»

Уровень подготовки	Теоретические знания		Практические навыки		Личностные качества и общие компетенции	
	Республика Татарстан	Ханты-Мансийский автономный округ	Республика Татарстан	Ханты-Мансийский автономный округ	Республика Татарстан	Ханты-Мансийский автономный округ
Высокий	34	25	33	19	35	23
Средний	48	68	40	66	47	69
Низкий	5	7	16	13	-	7
Затрудняюсь ответить	13	0	11	2	18	1
Всего	100	100	100	100	100	100

кантные места, используя личные связи и знакомства (61% — в РТ, 65% — в ХМАО), обращаясь в службу занятости (35% и 31% соответственно) или по объявлению в средствах массовой информации (29 и 19%³). Характерно, что негосударственные рекрутинговые агентства в Татарстане и Ханты-Мансийском автономном округе не пользуются популярностью среди работодателей: только 8% из опрошенных по РТ и 12% респондентов в ХМАО взаимодейству-

ют при необходимости подбора персонала с частными биржами труда. Следует отметить, что в Москве и Санкт-Петербурге эти показатели существенно выше [2].

Как показал опрос, устойчивые связи предприятий и организаций с учреждениями профессионального образования все еще не налажены: в среднем всего 15% работодателей в обоих субъектах РФ обращаются с заявками в учебные заведения для решения проблем подбора кадров. Характерно, что достаточно часто (в 27–30% случаев) работники сами приходят на предприятия для

³ В этом вопросе можно было указать несколько вариантов ответов.

Таблица 3

Требования к профессиональным и ключевым компетенциям, которые предъявляются к работникам в Республике Татарстан (в % к числу опрошенных)

	Обязательное требование	Желательное требование	Нет требований	Нет ответа	Всего
Профессиональные умения и навыки	64	32	-	4	100
Личностные качества					
Исполнительская дисциплина	92	8	-	-	100
Инициатива в работе	45	49	2	4	100
Самостоятельность	19	62	19	-	100
Организаторские способности	11	71	17	1	100
Способность к планированию	37	50	11	2	100
Готовность к передаче опыта	45	51	2	2	100
Коллективизм	65	29	5	1	100
Независимость	36	54	6	4	100
Коммуникативные способности	65	30	2	3	100
Способность к освоению новой техники	58	36	5	1	100
Гибкость	42	55	1	2	100
Умение работать руками	39	39	22	0	100
Умение презентации	36	54	6	4	100
Дополнительные навыки и требования					
Вождение автомобиля	7	25	64	4	100
Компьютер	43	46	8	3	100
Умение готовить тексты	19	45	33	3	100
Поиск информации	25	55	16	4	100
Предпринимательство	10	36	48	6	100
Знание иностранных языков	1	35	57	7	100
Физическая подготовка	13	25	58	4	100

трудоустройства. Этот факт означает, с одной стороны, достаточно высокую активность субъектов рынка труда, а с другой — свидетельствует о необходимости специальной подготовки молодых людей к встрече с работодателями (навыки самопрезентации, коммуникативные умения и т. д.).

Оценка качества подготовки в учреждениях профобразования респондентами показывает, что практические навыки и умения выпускников в большей степени не устраивают работодателей, чем их теоретическая подготовка. Как низкий определили уровень сформированности практических навыков в среднем 15% опрошен-

ных в обоих регионах (уровень теоретических знаний — только 6%).

Как показал опрос, подавляющее большинство требований работодателей связано с пожеланиями усилить практическую (деятельностную) составляющую профессионального образования. Работодатели высказывают также мнение о том, что выпускникам необходимы кроме профильных специфические «рыночные» компетенции (управленческие, маркетинговые, правовые и т. д.).

Проведенный опрос свидетельствует, что современные работодатели в гораздо большей степени заинтересованы в определенных личностных качествах сотрудников, нежели в чисто профессиональных знаниях и умениях, которые можно выработать на рабочем месте. Если профессиональные навыки, как обязательные, отметили 64% опрошенных в Республике Татарстан, то следующие личностные качества соискателей вакансий получили более высокий рейтинг (табл. 3):

- исполнительская дисциплина (92%);
- коммуникативные способности (65%);
- способность работать в коллективе (65%).

В целом рейтинг личностных качеств работников, требуемых работодателями Татарстана как обязательные (весовой коэффициент 1,0) и желательные (весовой коэффициент 0,7), выглядит следующим образом:

- исполнительская дисциплина (98%);
- коммуникативные способности (86%);
- способность работать в коллективе (85,3%);
- способность осваивать новые технологии, технику (83,2%);
- гибкость (80,5%);
- способность к передаче опыта (80,2%);
- инициативность в работе (79,3%);
- организаторские способности (74,7%);
- независимость (73,8%);
- навыки самоуправления (планирование, презентация) (72,9%);
- самостоятельность (64,4%).

Рейтинг дополнительных компетенций, которые работодатели РТ заявляют как обязательные (весовой коэффициент — 1,0) и желательные (весовой коэффициент — 0,7), включает следующие позиции (табл. 3):

- компьютерные навыки (75,2%);
- способность к совмещению профессий (52,1%);
- информационная компетенция (63,5%);
- работа с текстами (50,5%);
- предпринимательская компетенция (35,2%).

Как свидетельствуют данные таблицы 4, в Ханты-Мансийском автономном округе работодатели ставят на первое место умения работать в коллективе (70%) и самостоятельность работника (66%), а также способность к освоению новой техники (62%). В перечне личностных качеств работника работодатели ХМАО выделяют, прежде всего, ответственность (82%), аккуратность (67%) и исполнительскую дисциплину (63%), что близко к оценкам респондентов из Татарстана.

В исследовании, проведенном в Татарстане, осуществлена попытка выявления специфики требований работодателей к компетенциям в зависимости от формы собственности опрошенных предприятий. Среди 6 типов предприятий по форме собственности в обследовании представлены государственные учреждения (30%), акционерные общества (29%) и частные предприятия (33%). Поскольку две последние формы собственности трудно различаются, то ответы работодателей этих предприятий рассматривались как единая группа — «негосударственные предприятия». Остальные формы представлены незначительным числом, они были исключены из анализа. Ниже приводятся только статистически значимые различия по критерию χ^2 (хи-квадрат) для уровня значимости менее 0,01 (табл. 5).

Лишь по одному параметру обнаружено значимое различие: на государственных предприятиях чаще в качестве обязатель-

Таблица 4

Требования к ключевым компетенциям и личностным качествам, которые предъявляются к работникам в Ханты-Мансийском автономном округе (в % к числу опрошенных)

№	Ключевые компетенции	Очень важно
1	Умение работать в коллективе, команде	70
2	Способность работать самостоятельно	66
3	Способность к освоению новой техники	62
4	Умение организовать процесс работы	53
5	Умение планировать деятельность	45
6	Умение представить/показать свою работу	45
7	Самостоятельно осваивать знания и умения, необходимые для решения поставленной задачи	44
8	Проявлять инициативность, творческий подход к работе	40
9	Умение передавать опыт	38
10	Умение самостоятельно принимать решения в нетипичных ситуациях	36
11	Умение договариваться с людьми, вести переговоры	34
12	Осваивать современные навыки поиска информации	27
Личностные качества		
1	Ответственность	82
2	Аккуратность	67
3	Исполнительская дисциплина	63
4	Энергичность	59
5	Сообразительность	56
6	Выносливость	52
7	Коммуникабельность	37
8	Настойчивость	37
9	Инициативность	33
10	Решительность	28
11	Независимость	13

ного выступает требование навыков поиска информации, в то время как для негосударственных это требование присутствует как желательное. По остальным параметрам работодатели едины в своих требованиях к ключевым компетенциям специалистов.

В зависимости от численности работников были выделены: малые предприятия (до 50 чел.) и крупные и средние (свыше 50 работающих). Корреляционный анализ не выявил значимых различий в требованиях работодателей из этих двух групп.

Таблица 5

Требования к профессиональным навыкам (компетенциям), которые предъявляются к работающим на предприятиях Татарстана

Поиск информации	Форма собственности:	
	Государственная	Негосударственная
Обязательно	50%	16%
Желательно	25%	74%
Нет	25%	10%
Всего	100%	100%

Примечание. Значение коэффициента корреляции $\chi^2 = 15,6$ для $P < 0,005$.

Результаты опросов работодателей в двух регионах России свидетельствуют о том, что в качестве дополнительных (не перекрываемых специальной профессиональной подготовкой) требований к профессиональным компетенциям работников они выдвигают такие ключевые умения, как поиск и обработка информации, владение компьютерными навыками и др. (информационная компетенция); способность к сотрудничеству, работе в «команде», умение наладить деловые «связи», презентовать себя и свою организацию и т. д. (социально-коммуникативная компетенция); находить выход в затруднительных ситуациях, уметь поставить цель, спланировать и организовать свои действия по решению профессиональных проблем, навыки самоуправления и т. д. (компетенция в решении проблем); готовность к профессиональному росту и непрерывному самообразованию.

Полученные результаты представляют собой оценку ключевых компетенций «глазами работодателей». Следует признать, что «взгляд» этот — односторонний, поскольку учитывает интересы только одной стороны социально-профессионального альянса. В соответствии с Законом РФ «Об образовании» заказчиками образования выступают государство, общество, личность. Применительно к профессиональному образованию можно вести речь не

только о требованиях работодателей как наиболее очевидных потребителей «продукта» системы профобразования, но и о требованиях государства, запросах частных лиц, также своеобразных «потребителей» результатов деятельности профессиональных учебных заведений. Исходя из этого, следует признать, что у государства и общества (а также отдельно взятых людей) имеются специфические требования к качеству профобразования, отражающие их интересы.

Первым очевидным дополнительным требованием, которое в том или ином ракурсе присутствует во многих исследованиях социально-экономических, кадровых проблем современной России, является необходимость формирования предпринимательской культуры молодежи и взрослого населения нашей страны. Непродолжительность жизни нашего общества в условиях рыночных отношений обусловила неготовность людей к построению своей профессиональной карьеры и жизни в целом в этих реалиях, имеющих собственные объективные закономерности и субъективные особенности. Сложность положения России (как, впрочем, и стран СНГ) заключается еще и в том, что предыдущее поколение не может передать молодым за рамками систем образования опыт жизнедеятельности в рыночном формате, поскольку он у него отсутствует. Именно поэ-

тому указанную функцию должно взять на себя образование. Кроме рассмотренных аргументов, важно еще и то, что в учреждениях профессионального образования в условиях, когда государство больше не гарантирует трудоустройство выпускников, необходимо формировать способность работников к самозанятости: открытию собственного дела, созданию малого бизнеса и т. д.

Вторым дополнительным требованием, которое будет отражать специфические интересы личности, выступает необходимость формирования умений и навыков поведения человека на рынке труда, включающих в себя способность планировать и строить профессиональную карьеру, трудоустраиваться, взаимодействовать с работодателями, адаптироваться на рабочем месте и т. д. Эффективное поведение на рынке труда предполагает формирование особых (тоже рыночных) стратегий поведения человека в качестве наемного работника, когда рабочая сила (совокупность профессиональных компетенций, опыта) превращается в «товар», продвижение которого становится функцией самого работника. Это требование, как правило, не указывается работодателями, поскольку оно не в полной мере отвечает его интересам. Однако умение правильно (и выгодно) заключить контракт с работодателем, навыки поиска работы в случае необходимости ее сменить и т. д. сегодня становятся важнейшим условием адаптации человека в мире труда. Таким образом, способность к эффективному поведению на рынке труда выступает ключевой компетенцией профессионала, обеспечивающей реализацию интересов личности, развитие трудовой и профессиональной мобильности работника.

И, наконец, третья дополнительная компетенция, которую, судя по результатам опросов во всех регионах России, еще не до конца осознают как ключевую современные работодатели, — это способность

профессионала к непрерывному самообразованию и саморазвитию. В подавляющем большинстве исследований последних лет подчеркивается, что любой специалист сегодня, а тем более в ближайшем будущем, «обречен» на постоянное пополнение, обновление своих умений и навыков. Динамика изменения профессиональных компетенций, вплоть до исчезновения отдельных профессий и возникновения новых, постоянно растет. «Период полураспада профессиональных компетенций» сегодня составляет от 2 (в высокотехнологичных отраслях) до 7 лет [7, с. 24]. Это означает, что уже к концу обучения в вузе, колледже, техникуме половина знаний, которым учат студента, безнадежно устаревают. В таких условиях готовность к непрерывному самообразованию и саморазвитию выступает важнейшим условием поддержания конкурентоспособности профессионала. Очевидно, что эта компетенция также не зависит от профессии (специальности), хотя, строго говоря, темпы устаревания профессиональных компетенций в различных областях деятельности разные. Следует признать, что во многом эта компетенция должна закладываться еще в системе общего образования. Однако специфические ее составляющие, относящиеся к модернизации способов профессиональной деятельности, должны преимущественно развиваться в системе профессионального образования.

Частично указанные ключевые компетенции вошли в утвержденную в конце 2006 г. Европейскую систему квалификаций (ЕСК), которая является рамочной конструкцией, описывающей обобщенную структуру профессиональных квалификаций (8 уровней) и сопоставимой с национальными системами квалификаций. Разработка ЕСК осуществлялась в рамках Копенгагенского и Болонского соглашений на основе широкомасштабных исследований и обобщения практики и наработок в различных странах Европейского Союза. Эти

компетенции подлежат освоению в рамках обязательного образования и дальнейшего развития в обучении в течение всей жизни. В состав интегрированных в дескрипторы уровней ЕСК ключевых компетенций входят следующие: умение учиться, межличностные и гражданские компетенции, предпринимательские компетенции, культурные компетенции и другие. Остальные ключевые компетенции разработчики ЕСК предлагают сформулировать на уровне более глубокой детализации, т.е. на национальном уровне конкретно для условий каждой страны. Таким образом, владение ключевыми компетенциями становится конкурентным преимуществом профессионала и в рамках международных рынков труда.

Литература

1. Байденко В. И. Компетенции в профессиональном образовании / В.И. Байденко // Высшее образование в России. 2004. № 11.
2. Долженко О. Ошибки молодости / О. Долженко, С. Тортуннова // Карьера. 2004. № 7–8.
3. Капелюшников Р. И. Российская модель рынка труда: мы не как все. // Какой рынок труда нужен российской экономике (перспективы реформирования системы трудовых отношений). М.: ОГИ. 2002.
4. Капелюшников Р. И. Российский рынок труда: адаптация без реструктуризации. М.: ГУ ВШЭ. 2001.
5. Ключарев Г. Непрерывное образование в условиях трансформации / Г. Ключарев, В. Огарев. М.: ООО «Франтэра», 2002.
6. Когда наступает время выбора (Устремления молодежи и первые шаги после окончания учебных заведений) / Отв. ред. Г. А. Чередниченко. СПб.: РХГИ, 2001.
7. Кузьминов Я. Бизнес-образование в России: состояние и перспективы (содержательно-институциональные аспекты) / Я. Кузьминов, С. Филонович // Вопросы экономики. 2004. № 1.
8. Лукичев Г. Болонский процесс формирует новую модель образования / Г. Лукичев // Поиск. 2004. № 22.
9. Методика среднесрочного прогнозирования кадровых потребностей экономики региона / С. Ю. Алашеев, Т. Г. Кутейницына, Н. Ю. Посталюк. Самара: Профи, 2004.
10. Морозова Г. В. Социальное самочувствие молодежи Республики Татарстан / Г. В. Морозова, М. М. Бариев // Будущее российской молодежи: материалы междунар. конф., Москва, 23-24 мая 2003 г. М., 2003.
11. Мэнсфилд Б. Ключевые навыки / Б. Мэнсфилд, Г. Шмидт. Европейский фонд образования, 2000.
12. Развитие социального партнерства и изучение рынка труда учреждениями профессионального образования: Пособие для руководителей образовательных учреждений / Под ред. С. А. Иванова, Г. В. Борисовой. СПб.: Полиграф-С, 2003.
13. Mitteilung der Kommission: "Die Rolle der Universitat in Europa des Wissens" // Болонский процесс: на пути к Берлинской конференции (европейский анализ) / Под науч. ред. В. И. Байденко. М., 2004.

Статья поступила в редакцию 19.06.2008

O. Bobienko, Associate Professor, Mathematics Chair, TISBI University of Management, Kazan

A PROFESSIONAL'S KEY COMPETENCES SEEN AS HIS COMPETITIVE ADVANTAGE ON THE LABOR MARKET

The article describes the results of a poll conducted in the Khanty-Mansy autonomous region (Yugra) and the Republic of Tatarstan. The representatives of all kinds of businesses and organizations took part in the poll. The poll organizers analyzed the employers' requirements they set to determine the quality of training of educational institutions' graduates. The training quality determines the degree of the graduates' competitiveness on the labor market. The poll shows that the key (general) competences-related requirements have changed much recently. It means that the employers' requirements should be taken into account when universities, colleges and secondary schools develop their curricula.

УДК 331.522

*Озерникова Т. Г., д. э. н., зав. кафедрой экономики труда и управления персоналом
Марков Д. В., аспирант
Байкальский государственный университет экономики и права, г. Иркутск*

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ РЕГИОНА В КАДРАХ С ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ

В статье описана методика и результаты прогнозирования потребности экономики Иркутской области в кадрах с начальным, средним и высшим профессиональным образованием до 2020 г. Разработаны прогноз объема общей потребности и потребности в выпускниках учреждений профессионального образования, прогноз потребности в выпускниках учреждений профессионального образования по уровням подготовки (начальное, среднее и высшее профессиональное) и прогноз потребности в выпускниках учреждений профессионального образования по укрупненным группам специальностей. Прогноз составлен в двух вариантах: инерционный и стратегический. Рассмотрены имеющиеся теоретические подходы к прогнозированию потребности в кадрах, описаны этапы прогнозирования и математический аппарат. Приведены некоторые результаты прогнозирования потребности в кадрах по уровням профессионального образования.

Прогноз потребности экономики Иркутской области в кадрах с начальным, средним и высшим профессиональным образованием до 2020 г. разработан кафедрой экономики труда и управления персоналом Байкальского государственного университета экономики и права по заказу Департамента инновационной деятельности, науки и высшей школы Иркутской области. Прогнозный раздел включает следующие данные:

- Прогноз объема общей потребности и потребности в выпускниках учреждений профессионального образования.
- Прогноз потребности в выпускниках учреждений профессионального образования по уровням подготовки (начальное, среднее и высшее профессиональное).

- Прогноз потребности в выпускниках учреждений профессионального образования по укрупненным группам специальностей.

Разработано два варианта прогноза: инерционный и стратегический. Инерционный вариант прогноза предусматривает сохранение сложившихся тенденций экономического и социального развития. Стратегический вариант основывается на данных Департамента инвестиционной политики Администрации Иркутской области (реализация 38 инвестиционных проектов, предусматривающих создание 12626 рабочих мест).

Проблема определения потребности экономики в кадрах (по уровням подготовки и группам специальностей) является

одной из наиболее сложных и актуальных исследовательских и практических проблем. Подходы к определению потребности в кадрах в нашей стране развиваются давно. В середине 1980-х гг. в нашей стране планирование подготовки кадров специалистов рассматривалось как интеграционный процесс, включающий ряд этапов¹. Потребность в кадрах специалистов определялась на основе прогноза развития отраслей производственной и непроизводственной сфер, а также прогноза занятости населения. Одной из конечных целей разработки подобных прогнозов была разработка концепции развития системы высшего образования.

Большинство современных подходов к прогнозированию потребности регионов в кадрах с высшим, средним и начальным профессиональным образованием основано на использовании корреляционно-регрессионных моделей, поскольку они позволяют отразить влияние макроэкономических показателей, в частности, валового регионального продукта, на численность занятых к экономике региона.

Системные исследования в области макроэкономического прогнозирования развития профессионального образования в Российской Федерации с начала 90-х гг. XX в. проводятся в Научно-исследовательском институте высшего образования (НИИ ВО). Значительный опыт разработки среднесрочных прогнозов потребности территорий в кадрах накоплен в Петрозаводском государственном университете². Анализ спроса на рынке труда на основе данных

Службы занятости и рекрутинговых агентств был проведен исследователями ГУ ВШЭ под руководством Т. Клячко. Многомерная модель прогнозирования перспективных потребностей рынка труда в выпускниках системы профессионального образования разработана В. Е. Кучинской³ (Российский государственный профессионально-педагогический университет, г. Екатеринбург). Экономико-математическая модель прогнозирования потребностей в кадрах с высшим профессиональным образованием предложена И. Б. Кашириной⁴.

Обобщение опыта исследований прогнозирования потребности в кадрах позволяет выделить несколько методологических подходов:

Первый подход (расчетный, нормативный) базируется на исчислении необходимых трудовых ресурсов исходя из норм выработки и производительности труда на конкретных рабочих местах. В случае внедрения комплексов новой техники и технологии эти расчеты производятся по проектам эксплуатационной документации. Этот подход не приемлем при прогнозировании потребностей в специалистах для отраслей социальной сферы и сферы услуг. Главным условием, обеспечивающим возможность использования первого подхода, является принципиальная возможность нормирования работ.

Второй подход (сочетание нормативного подхода с методом экспертных оценок) основывается на анализе тенденций изменения насыщенности специалистами отраслей экономики, реализуется в

¹ Гуртова Е.С. Экономические и методологические проблемы прогнозирования подготовки кадров специалистов // Проблемы планирования и управления подготовкой специалистов в высшей школе. Тезисы докладов и сообщений. Рига: Риж.политехн. ин-т, 1985. 229 с.

² Гуртов В. А., Мезенцев А. Г., Питухин Е. А. Прогнозирование потребностей региональных экономик в выпускниках системы высшего профессионального образования // <http://www.labourmarket.ru>

³ Кучинская В.Е. Прогнозирование в системе управления процессами обеспечения трудовыми ресурсами промышленности крупнейшего города. Автореферат дисс. на соискание ученой степени к. э. н., Екатеринбург, 2006 г.

⁴ Каширина И.Б. Определение потребности в специалистах с высшим профессиональным образованием на рынке труда Амурской области. Автореферат дисс. на соискание ученой степени к. э. н., Хабаровск, 2004 г.

виде расчета доли специалистов различного уровня образования в общей численности работающих.

Третий подход (в основе лежит использование экспертных опросов, а также программ развития) основан на проведении статистически значимых опросов потребности работодателей в специалистах с профессиональным образованием в рамках отдельных предприятий на территории региона. Затем эти данные проецируются на все отрасли региональной экономики. При этом прогноз строится на оценках тенденций изменения интегрированных экономических показателей.

Четвертый подход (динамический подход, поиск тенденций) опирается на анализ тенденций изменений технико-экономических показателей, использует многофакторные экономико-математические модели (корреляционно-регрессионный анализ). Моделирование производится на основе создания информационно-нормативной базы данных по технико-экономическим, демографическим и нормативно-справочным показателям.

Исходя из анализа доступной статистической информации, можно сделать вывод, что наиболее реальным способом для построения прогноза потребности экономики Иркутской области в кадрах с профессиональным образованием является третий подход, при котором данные статистики используются в сочетании с результатами экспертных опросов работодателей.

Таким образом, при разработке прогноза потребности экономики Иркутской области в кадрах перед исследователями стояли две принципиальные задачи:

1. Определение реальной дополнительной потребности в кадрах (в том числе в выпускниках образовательных учреждений). Эта информация необходима не только на текущий момент, но и в ретроспективе — для составления математической модели прогнозирования. Достоверная,

объективная информация по данным показателям отсутствует. Исследования, проведенные коллективом кафедры экономики труда и управления персоналом БГУЭП свидетельствуют, что имеющаяся информация о потребности предприятий и организаций регионов в специалистах является фрагментарной и не вполне объективной. Это информация центров занятости, кадровых агентств, органов по труду, информация СМИ и Интернет. Имеющиеся данные не структурированы и имеют различный формат, что затрудняет их аккумуляцию. Поэтому, при определении объема потребности в кадрах была использована, во-первых, объективная информация (количество вакансий, заявленных в службу занятости и численность занятых в экономике) и, во-вторых, на показатели, определенные по результатам экспертного опроса.

2. Определение структуры потребности в кадрах (в том числе в выпускниках образовательных учреждений профессионального образования) по уровням подготовки (начальное, среднее и высшее профессиональное образование) и по укрупненным группам специальностей. Для получения такой информации других способов, кроме репрезентативного экспертного опроса, нет.

Соответственно, для достижения цели исследования необходимо было провести экспертный опрос работодателей, представляющих основные виды экономической деятельности.

Цели проведения экспертного опроса работодателей.

- Определение доли вакансий, заявленных в службу занятости, от общего количества вакансий (для корректировки показателя, характеризующего количество заявленных в службу занятости вакансий и получения показателя, отражающего общее количество возникающих вакансий и пригодного для целей прогнозирования).

- Определение показателя излишнего оборота (оборот кадров, связанный с

увольнениями по собственному желанию и другим причинам, которые обуславливают переход работников из одной организации в другую в рамках регионального рынка труда). Этот показатель необходим для того, чтобы определить общий уровень дополнительной потребности региона в кадрах, вызванной уходом работников с рынка труда и созданием новых рабочих мест, без учета трудовой мобильности.

- Определение доли потребности в выпускниках образовательных учреждений профессионального образования в общей дополнительной потребности организаций в кадрах.

- Определение структуры потребности в кадрах по уровням образования (начальное профессиональное, среднее профессиональное и высшее профессиональное образование) и укрупненным группам специальностей.

Формирование выборочной совокупности осуществлено с помощью метода квот. В соответствии с целью исследования, в качестве котирующего признака выбран вид экономической деятельности (признак, в наибольшей степени определяющий структуру потребности в кадрах по группам специальностей). Другие признаки не были заданы, чтобы не усложнять квотное задание, однако проведение исследования во всех муниципальных образованиях Иркутской области позволило обеспечить полный охват территории области. Опрос проведен во всех муниципальных образованиях с помощью Департамента труда Иркутской области. В результате проведения исследования (июль–ноябрь 2007 г.) было получено более 800 экспертных анкет, которые были подвергнуты предварительному анализу. Были отбракованы некачественно заполненные анкеты. Затем структура выборки была откорректирована в соответствии с квотами — пропорциями распределения организаций области по видам экономической деятельности. В результате объем выборочной совокупности

по области составил 350 организаций, представляющих все виды экономической деятельности. Ошибка выборки составила около 5,5%, что ненамного превышает стандартную 5% ошибку⁵. Таким образом, обеспечена репрезентативность исследования, что позволяет распространить полученные данные количественной оценки структуры потребности в специалистах на всю генеральную совокупность и использовать их при разработке прогноза.

Принципиальной позицией при планировании исследования была задача измерения объема и структуры **реального** спроса на выпускников учреждений профессионального образования. Период прогнозирования (13 лет) определяет невозможность получения достоверных экспертных оценок на такой продолжительный срок. Поэтому исследовались параметры уже реализованного спроса. Так, экспертам были заданы вопросы: сколько работников с начальным (средним, высшим) профессиональным образованием по конкретным рабочим профессиям (конкретным должностям) было принято в вашей организации в 2004–2006 гг.; сколько из них было выпускников учебных заведений начального (среднего, высшего) профессионального образования. Таким образом, **эксперты оценивали количество реально принятых работников по уровням образования, в соответствии с конкретными рабочими профессиями и названиями должностей принятых специалистов**. Эта информация была сгруппирована в соответствии со следующими документами:

1. По группам специальностей начального профессионального образования: был использован Перечень профессий начального профессионального образования, утвержденный Постановлением Пра-

⁵ Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М.: «Добросвет», 1998. С. 118–199.

вительства РФ от 8 декабря 1999 г. № 1362, включающий 38 укрупненных групп. Для более точного прогноза были выбраны конкретные рабочие профессии, характерные для рынка труда Иркутской области, полученные по результатам мониторинга потребности в кадрах с начальным профессиональным образованием, проведенного Департаментом образования Иркутской области в 2007 г. В ходе опроса данный перечень был дополнен. Необходимость конкретизации профессиональных групп обусловлена тем, что учреждения начального профессионального образования находятся, как правило, в ведении муниципалитетов или субъекта РФ, т. е. их развитием можно реально управлять на уровне региона.

2. По группам специальностей среднего и высшего профессионального образования: был использован Общероссийский

классификатор специальностей по образованию ОК 009-2003, разработанный НИИ высшего образования Минобразования РФ и Федеральным государственным унитарным предприятием «Всероссийский научно-исследовательский институт классификации, терминологии и информации по стандартизации и качеству» (ФГУП ВНИИКИ) Госстандарта России, принятый и введенный в действие Постановлением Госстандарта России от 30 сентября 2003 г. № 276.

Гипотезы исследования и результаты их проверки в ходе проведения экспертного опроса работодателей представлены в табл. 1.

Проведение экспертного опроса позволило решить его главную задачу — определить параметры спроса, пригодные для использования при прогнозировании.

Таблица 1

Гипотезы исследования и результаты их проверки в ходе проведенного исследования

Содержание гипотезы	Результаты проверки гипотезы
Распространенная точка зрения о преобладании спроса по рабочим профессиям и «перепроизводстве» специалистов с высшим и средним профессиональным образованием неверна, реальный спрос сбалансирован по уровням подготовки	Данная гипотеза не подтвердилась. Действительно, доля потребности в квалифицированных рабочих кадрах выше, чем по другим уровням подготовки. Общая потребность в рабочих кадрах с 2004 по 2006 г. возросла на 43,1%. Доля потребности в кадрах с начальным профессиональным образованием составила 50,9%
Доля вакансий, заявленных в службу занятости населения, высока по рабочим профессиям и низка — по должностям специалистов	Вторая гипотеза полностью подтвердилась. Доля количества вакансий, заявленных обследованными организациями в службу занятости населения в 2006 г., к общему количеству принятых работников в 2006 г. составил 32,6%, именно этот показатель использован при разработке прогноза
Работодатели испытывают затруднения в прогнозировании дополнительной потребности в кадрах даже на краткосрочную перспективу, так как научно обоснованные методы определения потребной численности практически не используются	Третья гипотеза подтвердилась. Почти половина экспертов не смогли ответить на вопрос о том, какие методы определения необходимой численности работников используются в их организации. Научно обоснованные методы, основанные на нормах и нормативах, используют лишь 11,7% экспертов
Основной причиной возникновения дополнительной потребности является необходимость замещения уволившихся по различным причинам, значимость других причин (увеличение объемов производства, необходимость обновления кадрового состава, диверсификация) значительно ниже	Данная гипотеза подтвердилась частично. Действительно, необходимость замещения уволившихся по различным причинам — наиболее значимая причина возникновения потребности в кадрах (доля принятых для замещения уволенных по различным причинам составила 84,2%). Однако, по мнению экспертов, увеличение объемов производства и необходимость обновления кадрового состава тоже оказывают серьезное влияние на формирование потребности в кадрах (15,8%)
Значительная доля потребности в кадрах приходится на малые и средние предприятия	Гипотеза не проверена. На вопрос о среднесписочной численности работников организации многие эксперты не ответили

Основные этапы прогнозирования:

- Описание объекта прогнозирования и оценка значений выбранных показателей за период предыстории.

- Выбор вида математической модели прогнозирования и оценка её параметров.

- Построение прогноза.

На первом этапе определен объект прогнозирования — дополнительная потребность региона в кадрах, т. е. количество новых вакансий, возникших на территории региона, для замещения которых требуется привлечение дополнительной рабочей силы. Две основные причины возникновения дополнительной потребности — это увеличение количества рабочих мест в результате экономического роста и сокращение численности населения, занятого в экономике. Для построения модели прогнозирования необходимо оценить значения потребности в кадрах за определенный период предыстории. Потребность региона в кадрах представлена в виде следующей суммы:

$$N_{\text{общ. } t} = N_{\text{эк. рост}} + N_{\text{с. т. н. } t} \quad (1)$$

где:

- $N_{\text{общ. } t}$ — общая потребность региона в кадрах, выраженная в количестве вакансий, возникших в течение периода t ;

- $N_{\text{эк. рост}}$ — потребность региона в кадрах, выраженная в количестве вакансий, возникших в результате роста экономики региона за период t ;

- $N_{\text{с. т. н. } t}$ — потребность региона в кадрах, выраженная в количестве вакансий, возникших в результате сокращения численности населения, занятого в экономике, в течение периода t .

Таким образом, для оценки значения $N_{\text{общ. } t}$, необходимо оценить значения $N_{\text{эк. рост}}$ и $N_{\text{с. т. н. } t}$.

Значение $N_{\text{с. т. н. } t}$ найдены по формуле:

$$N_{\text{с. т. н. } t} = H_{\text{ум. } t} + H_{\text{им. } t} + H_{\text{н. с. т. } t} \quad (2)$$

где:

- $H_{\text{ум. } t}$ — количество жителей региона, ушедших из жизни в трудоспособном возрасте в течение периода t ;

- $H_{\text{им. } t}$ — количество жителей региона в трудоспособном возрасте, покинувших регион в течение периода t ;

- $H_{\text{н. с. т. } t}$ — количество жителей региона, вышедших на пенсию в течение периода t .

Значения первых двух аргументов опубликованы в официальных статистических сборниках. Значение $H_{\text{н. с. т. } t}$ рассчитано по формуле:

$$H_{\text{н. с. т. } t} = (H_{\text{с. т. } t} - H_{\text{с. т. } t-1}) \cdot 1 - \frac{H_{\text{з. с. т. } t}}{H_{\text{с. т. } t}}, \quad (3)$$

где:

- $H_{\text{с. т. } t}$ — количество жителей региона старше трудоспособного возраста, зафиксированное в периоде t ;

- $H_{\text{с. т. } t-1}$ — количество жителей региона старше трудоспособного возраста, зафиксированное в периоде t ;

- $H_{\text{з. с. т. } t}$ — среднесписочная численность жителей региона старше трудоспособного возраста, зафиксированная в периоде t .

Для определения значения $N_{\text{эк. рост. } t}$ необходимы статистические данные отсутствуют. Поэтому для получения данных о потребности в кадрах, вызванной экономическим ростом (за период предыстории) использована следующая формула:

$$N_{\text{эк. рост. } t} = N_{\text{общ. } t} - N_{\text{с. т. н. } t} \quad (4)$$

Соответственно, пришлось оценивать $N_{\text{общ. } t}$ как единый показатель, а не как сумму потребности, вызванной экономическим ростом и сокращением численности занятого населения. Для этого были использованы данные о количестве вакансий, возникших в регионе, по данным Службы занятости населения. Поскольку в Службу занятости населения заявляются не все вакансии, возникающие в организациях, при расчете был использован поправоч-

ный коэффициент $K_{д.в.}$, определенный на основе результатов экспертного опроса.

Значение $N_{общ.т}$ рассчитано следующим образом:

$$N_{общ.т} = \frac{V_t}{K_{д.в.}} - V_{дв.т}, \quad (5)$$

где:

- V_t — количество вакансий, заявленных в центр занятости в течение периода t ;
- $K_{д.в.}$ — средняя доля вакансий, заявленных в службу занятости от общего количества вакансий (значение определено по результатам экспертного опроса работодателей);
- $V_{дв.т}$ — количество вакансий, возникших в результате движения рабочей силы в течение периода t .

Показатель $V_{дв.т}$ отражает количество вакансий, которые возникают в результате увольнений работников по собственному желанию и заполняются в результате мобильности работников на региональном рынке труда. Эти вакансии не формируют дополнительную потребность региона в работниках. Данный показатель рассчитывается по формуле:

$$V_{дв.т} = V_t \cdot K_{дв.т}, \quad (6)$$

где: $K_{дв.т}$ — доля работников, сменивших работу, но оставшихся на рынке труда региона (значение определено по результатам экспертного опроса работодателей).

Подставив формулы (2), (5) и (6) в формулу (4), получим формулу для ретроспективной оценки фактического значения $N_{эк.рост.т}$:

$$N_{эк.рост.т} = \frac{V_t}{K_{д.в.т}} - V_t \cdot K_{дв.т} - H_{ум.т} - H_{им.т} - H_{н.с.т.т.} \quad (7)$$

Таким образом, получены формулы для нахождения всех составляющих формулы (1). При оценке параметров формул были использованы статистические данные за период с 2000 по 2006 г. (данные 1998-1999 гг. использовать нецелесообразно из-за серьезных изменений зна-

чений показателей в результате кризиса 1998 г.). Таким образом, были оценены требуемые параметры за период предыстории, равный семи годам.

На втором этапе прогнозирования необходимо было выбрать вид математической модели прогнозирования и оценить ее параметры. Прогнозирование потребности, вызванной экономическим ростом и потребности, вызванной сокращением численности населения, занятого в экономике, осуществлялось отдельно. При прогнозировании $N_{общ.т}$ (общей потребности региона в кадрах) использована формула (1).

При прогнозировании $N_{эк.рост.}$ предполагалось использовать многофакторную регрессионную модель. На основе анализа имеющихся теоретических подходов, в модель были включены три фактора: валовый региональный продукт (ВРП), объем инвестиций и численность постоянного населения региона. Однако, в связи с тем, что ряд фактических данных составляет всего 7 уровней (лет), оказалось невозможным определить статистически значимое влияние на прогнозируемый показатель сразу трёх факторов. В связи с этим, для построения прогноза $N_{эк.рост.}$ вместо многофакторной регрессионной модели использована модель линейного тренда. В такой модели оценивается влияние на прогнозируемый показатель всех факторов, которые влияли на него в течение имеющегося периода предыстории. Это влияние выражено в единственном параметре модели, при этом предполагается, что влияние факторов не изменится на протяжении всего периода упреждения прогноза. В результате была получена модель следующего вида:

$$N_{эк.рост.р.т} = -1456,2 + 2760,2 \cdot t, \quad t=1 \dots n. \quad (8)$$

где:

- $N_{эк.рост.р.т}$ — расчетное значение потребности региона в кадрах, вызванной экономическим ростом в течение периода t ;

- t — период, на который рассчитывается прогнозируемое значение;

- n — период упреждения прогноза (до 2020 г.).

Значения параметров были получены методом наименьших квадратов. На основе оценки отклонения значений, полученных с помощью этой модели и фактических данных за период предыстории, был вычислен доверительный полуинтервал.

Прогнозные значения $N_{c.t.n.t}$ были найдены как доля, которую составляет потребность, вызванная сокращением численности населения, занятого в экономике (уходом работников с рынка труда), к численности постоянного населения региона. Для получения этой доли по формуле (2) на основании фактических данных были вычислены фактические значения потребности, вызванной уходом работников с рынка труда, за каждый год с 2000 по 2006 г. В результате для получения прогнозных данных была сформулирована математическая модель:

$$N_{c.t.n.t} = N_{пост.t} \cdot K_{c.t.n.t} \quad (9)$$

где:

- $N_{c.t.n.t}$ — расчётное значение потребности, вызванной сокращением численности занятых в экономике, в течение периода t ;

- $K_{c.t.n.t}$ — доля, которую составляет потребность, вызванная сокращением численности занятых в экономике, к численности постоянного населения региона;

- $N_{пост.t}$ — численность постоянного населения региона, зафиксированная на конец периода t .

При сопоставлении данных, полученных с помощью этой модели, и фактических данных был вычислен доверительный полуинтервал. Значения $N_{c.t.n.p.t}$ были рассчитаны на основании двух вариантов прогноза изменения численности постоянного населения региона (инерционного и стратегического).

При расчёте инерционного варианта прогноза общая потребность ($N_{общ.t}$) была найдена по формуле (1), с использованием прогнозных значений, найденных по формулам (8) и (9). В качестве значений $N_{c.t.n.t}$ использовались расчётные значения $N_{c.t.n.t}$ по инерционному варианту.

При расчёте стратегического варианта прогноза в качестве значений $N_{c.t.n.t}$ использовались расчётные значения $N_{c.t.n.t}$ по стратегическому варианту. Полученные значения $N_{общ.t}$ были скорректированы: учтена потребность в кадрах, которая возникнет при реализации на территории региона различных инвестиционных проектов ($N_{инв.p.t}$). Используются сведения о подготовленных к реализации инвестиционных проектах Департамента инвестиционной политики Администрации Иркутской области. Таким образом, прогнозные значения $N_{общ.t}$ в стратегическом варианте были найдены по формуле:

$$N_{общ.t} = N_{эк.рост.t} + N_{c.t.n.t} + N_{инв.p.t} \quad (10)$$

Помимо определения объема потребности, была выявлена ее структура по уровням образования и группам специальностей. Для этого полученные прогнозные значения потребности в кадрах были распределены по уровням образования с использованием коэффициентов, отражающих долю потребности в кадрах с начальным, средним и высшим профессиональным образованием в общей потребности. Данные коэффициенты были получены в результате экспертного опроса. Значения потребности по уровням образования были распределены по группам специальностей с использованием коэффициентов, полученных в ходе экспертного опроса. Кроме того, была определена потребность в выпускниках образовательных учреждений начального, среднего и высшего профессионального образования.

Согласно инерционному варианту прогноза, общая потребность экономики обла-

Таблица 2

Прогноз потребности региона в выпускниках образовательных учреждений с 2007 по 2020 г. (инерционный вариант), по уровням образования

Год	Потребность в выпускниках		
	Начальное профессиональное образование	Среднее профессиональное образование	Высшее профессиональное образование
2007	7896	3561	4025
2008	8168	3684	4164
2009	8442	3807	4304
2010	8716	3931	4443
2011	8990	4054	4583
2012	9264	4178	4723
2013	9538	4302	4863
2014	9813	4425	5003
2015	10088	4549	5143
2016	10363	4673	5283
2017	10638	4797	5423
2018	10913	4922	5563
2019	11188	5046	5704
2020	11464	5170	5844

сти в кадрах составит в 2008 г. 73809 чел., в том числе выпускников образовательных учреждений — 16016 чел., в 2015 г. — 91152 и 19780 чел., в 2020 г. — 103588 и 22479 соответственно. Стратегический вариант прогноза предполагает увеличение и общей потребности в кадрах, и потребности в выпускниках: в 2008 г. — 77280 и 18898 чел., в 2015 г. — 99160 и 24727 чел., в 2020 г. — 115003 и 28937 человек, соответственно. Необходимо отметить, что прогнозные значения (по стратегическому варианту) можно считать минимальными, так как они рассчитаны исходя из доступных для анализа инвестиционных проектов.

Структура потребности в кадрах определена на основе данных экспертного опроса. В табл. 2 и 3 представлен прогноз потребности в выпускниках образователь-

ных учреждений начального, среднего и высшего профессионального образования (инерционный и стратегический варианты).

Около половины потребности в кадрах составляет потребность в выпускниках начального профессионального образования (рабочих профессий), что составит в 2008 г. (по стратегическому варианту прогноза) 9638 человек. Наиболее востребованы выпускники следующих профессий: электромонтер, машинист, слесарь, монтажник, водитель, повар, продавец, тракторист.

Потребность в выпускниках среднего профессионального образования составляет 23% (в 2008 г. — 4347 человек). Это выпускники таких групп специальностей

Таблица 3

Прогноз потребности региона в выпускниках образовательных учреждений с 2007 г. по 2020 г. (стратегический вариант), по уровням образования

Год	Потребность в выпускниках		
	Начальное профессиональное образование	Среднее профессиональное образование	Высшее профессиональное образование
2007	9229	4162	4705
2008	9638	4347	4914
2009	10060	4537	5129
2010	10483	4728	5344
2011	10906	4919	5560
2012	11329	5109	5776
2013	11753	5300	5992
2014	12182	5494	6210
2015	12611	5687	6429
2016	13040	5881	6648
2017	13469	6074	6867
2018	13899	6268	7086
2019	14328	6462	7305
2020	14758	6656	7524

как образование и педагогика, социальные науки, культура и искусство, геология.

Около 27% потребности в выпускниках составляет потребность в выпускниках вузов (в 2008 г. — 4914 человек). Наиболее востребованы выпускники следующих групп специальностей: экономика и управление, здравоохранение, физико-математические науки, образование и педагогика, энергетика и другие технические специальности.

Полученные прогнозные оценки используются администрацией Иркутской области при обосновании госзаказа для образовательных учреждений начального и среднего профессионального образования по укрупненным группам специальностей. Прогноз по потребности в выпускниках учреждений начального професси-

онального образования представлен не по укрупненным группам, а по конкретным рабочим профессиям, что позволит обосновать направления развития профессиональной подготовки рабочих кадров в Иркутской области.

Безусловно, такая сложная проблема, как прогнозирование потребности региона в кадрах, не может быть полностью решена в рамках одного исследования. Целесообразно продолжение исследований в следующих направлениях:

- проведение оценки и прогноза потребности в кадрах в разрезе отдельных муниципальных образований, отдельных видов экономической деятельности (например, в здравоохранении, строительстве и пр.);

- исследование потребности в специалистах по уточненной классификации специальностей «внутри» укрупненных групп (например, исследования потребности в экономистах и менеджерах различных специальностей);

- в контексте реформы системы образования особенно актуальным направлением исследований становится изучение потребности рынка труда в бакалаврах и магистрах, а также отношение потребителей образовательных услуг к этим новым уровням профессиональной подготовки.

Литература

1. Вопросы планирования потребности в специалистах: сб. науч. тр. / Отв. ред. С. Джалалов. М.: Би., 1985.
2. Гуртова Е. С. Экономические и методологические проблемы прогнозирования подготовки кадров специалистов // Проблемы планирования и управления подготовкой специалистов в высшей школе. Тезисы докладов и сообщений. Рига: Риж. политехн. ин-т, 1985.
3. Васильев В. Н., Гуртов В. А., Питухин Е. А., Рудаков М. Н. Рынок труда и образовательных услуг в субъектах Российской Федерации. М.: ТЕХНОСФЕРА, 2007.
4. Гуртов В. А., Мезенцев А. Г., Питухин Е. А. Прогнозирование потребностей региональных экономик в выпускниках системы высшего профессионального образования // <http://www.labourmarket.ru>
5. Утинова С. С. Изоморфный рынок труда в России / С. С. Утинова; Ин-т экономики. М.: Наука, 2003.
6. Кривошеев В. Т., Малкина С. М., Овинова Ю. В., Устьянцев В. Б., Шваков А. В. Рынок труда и образовательных услуг в крупном городе: стратегии и потенциалы роста. Саратов: Приволжское кн. изд-во, 2006.

Статья поступила в редакцию 22.04.2008

T. Ozernikova,

Doctor of Economics, Labor Economy and HR Management Chair, the Baikal State University of Economics and Law;

D. Markov, postgraduate student, the Baikal State University of Economics and Law, Irkutsk

THE IRKUTSK REGION BUSINESSES' FUTURE NEEDS AND VOCATIONAL INSTITUTIONS' GRADUATES' SHARE IN THE HUMAN RESOURCE INFLOW

The article describes the methodology and the results of the forecasts made to determine the future Irkutsk regional economy HR needs (within the period that ends before 2020). The human resources are divided into groups depending on the level of the training they get (basic, vocational school, higher education institution). The forecast is made concerning the total number of graduates. The number is subdivided into groups that show the required number of vocational school and university graduates and the groups of interrelated specializations that are in demand. There are two types of forecasts: a strategic one and an inertial development-based one. The authors describe the approaches that can be used to make HR future needs forecasts, the work stages and the mathematical methods used. The article includes some forecast results that relate to the needs in the personnel with various level of training.

УДК 338.001.36

Мальцев А. А., сотрудник отдела развития региональных социально-экономических систем ИЭ УрО РАН, г. Екатеринбург

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ «ГОЛЛАНДСКОЙ БОЛЕЗНИ» ДЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ

В статье изучается генезис теории «голландской болезни». Исследуются причины возникновения и систематизируются основные симптомы «голландской болезни». Особое внимание уделено диагностированию наличия «голландской болезни» в России. Доказывается, что «голландская болезнь деиндустриализации» не всегда связана с добычей и экспортом природных ископаемых.

В экономической литературе последнего времени нередко встречается термин «голландская болезнь». Однако сплошь и рядом этот термин употребляется в контексте несколько иной проблемы, нежели той, для описания которой изначально вводился в экономическую науку. Оригинальный смысл термина «голландская болезнь» относится к ситуации, когда «открытие в стране запасов некоторого естественного ресурса отрицательно сказывается на развитии других, как правило, обрабатывающих отраслей экономики, товары которых экспортируются на мировой рынок»¹. Такое явление может также спровоцировать неожиданный рост на мировом рынке цены на естественный ресурс, экспортером которого является рассматриваемая страна.

Довольно часто термин «голландская болезнь» не совсем корректно употребляется в контексте объяснения возможного негативного влияния естественных ресурсов на долгосрочное развитие страны или объявляется первопричиной снижения темпов роста экономики, богатой природными ресурсами².

Сегодня стало «модным» критиковать российский минерально-сырьевой сектор, якобы заразивший не привитую от внешних инфекций российскую экономику «голландской болезнью»³, считать наличие минерально-сырьевых запасов причиной развращенности хозяйствующих субъектов «легкими» деньгами от экспорта сырья. При этом иногда делаются удивительные обобщения, согласно которым нефтядобывающие страны стагнируют и не

¹ Волчкова Н.А. Является ли «голландская болезнь» причиной энергозависимой структуры российской промышленности? // Торговая политика и значение вступления в ВТО для развития России и стран СНГ. М. 2006. С. 521.

² Sachs J., Warner A. Natural Resource Abundance and Economic Growth // NBER Working Paper No W5398. December 1995. P.22-23.

³ Latsis O. Dutch Disease Hits Russia // Moscow News. June 8-14. 2005.

Таблица 1.

Динамика валового внутреннего продукта (% к предыдущему году)

Страна	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Великобритания	2,4	2,1	2,7	3,3	1,9	2,7	2,9*
Германия	1,2	–	-0,2	1,2	0,9	2,7	1,8*
Италия	1,8	0,3	–	1,2	0,1	1,9	1,8*
Канада	1,8	2,9	1,8	3,3	2,9	2,7	2,4*
Норвегия	2,0	1,5	1,0	3,9	2,7	2,9	3,8*
США	0,8	1,6	2,5	3,9	3,2	3,3	2,2*
Саудовская Аравия	0,5	0,1	7,7	5,3	6,6	4,6	4,8*
Российская Федерация	5,1	4,7	7,3	7,2	6,4	6,7	8,1
Франция	1,8	1,1	1,1	2,0	1,2	2,0	2,0*
Япония	0,2	0,3	1,4	2,7	1,9	2,2	2,3*

*Прогноз.

Составлено по: IMF World Economic Outlook. April 2007. P. 218–226, Российский статистический ежегодник за соответствующие годы.

становятся развитыми только потому, что добывают нефть⁴. Между тем даже простое сравнение темпов роста ВВП крупнейших сырьедобывающих и ведущих сырьепотребляющих стран (табл. 1) заставляет для начала усомниться в справедливости подобных выводов.

Само понятие «голландская болезнь» возникло в 1960-е гг., когда в Голландии началась активная разработка газового месторождения Слочтерен (*Slochteren*) в провинции Гронинген. К 1976 г. Голландия на добыче газа заработала 5,5 млрд дол. Вырученные средства вкладывались, прежде всего, в развитие социальной сферы. Однако «раздувание» государственных расходов привело к значительному укреплению гульдена, а также способствовало резкому увеличению инфляции. Одновременно с этим началось — вследствие

удорожания национальной валюты — снижение конкурентоспособности продукции обрабатывающего сектора, за которым последовал рост безработицы, которая к началу 1980-х гг. достигла в промышленности 16%⁵.

Впервые термин «голландская болезнь» появился в 1977 г. в журнале *The Economist*⁶. В 1981 г. это явление описал М. Эллман (*M. Ellman*)⁷. При этом обращает на себя внимание, что его работа была посвящена не столько проблемам обменного курса, сколько неэффективному

⁵ Hopkins M. Macro-socio-economic context and challenges for effective hydrocarbon management // State of Qatar / UNDP / NECA / UNEP / CIDA High-Level Meeting on Oil and Gas Development: Sharing Experiences and Lessons within the framework of South-South Cooperation. Doha. Qatar. 8-10 September. 2007. P.2.

⁶ *The Dutch Disease* // The Economist. 1977. November 26.

⁷ Ellman M. Natural Gas, Restructuring and re-Industrialization: The Dutch Experience of Economic Policy // London. Academic press. 1981.P.27-29.

⁴ Sala-i-Martin X., Subramanian A. Addressing the natural resource curse: an illustration from Nigeria //IMF Working Paper 03/139. 2003.

вложению государством доходов от экспорта газа и нефти в социальную сферу Голландии.

С начала 1980-х гг. активные исследования механизма возникновения и протекания «голландской болезни» вели такие ученые, как М. Аоки (*M. Aoki*), Р. Иствуд (*R. Eastwood*), У.М. Корден (*W. M. Corden*), Дж. П. Нири (*J. P. Neary*), Л. Тейлор (*L. Taylor*), С. Эдвардс (*S. Edwards*). В 1990-х гг. большое внимание проблеме изучения «голландской болезни» уделяли Р. М. Аутти (*R. M. Auty*), Р. Брунстад (*R. Brunstad*), Х. Бьерланд (*H. Bjorland*), Т. Гильфасон (*T. Gylfason*), Г. Доппелхофер (*G. Doppelhofer*), Э. Ларсен (*E. Larsen*), Х. Сала-и-Мартин (*X. Sala-i-Martin*), Дж. Сакс (*J. Sachs*), Н. Спатофора (*N. Spatafora*), Дж. Стиглиц (*J. Stiglitz*), А. Уорнер (*A. Warner*), М. М. Хатчисон (*M. M. Hutchison*).

У. М. Корден и Дж. П. Нири в своей работе «Стремительно развивающийся сектор и деиндустриализация в малой открытой экономике»⁸ на основе теории спроса и предложения факторов производства создали так называемую модель стремительно развивающегося сектора. С точки зрения экономической теории, данная модель является универсальным инструментом для описания эффектов, возникающих в связи с бумом в одном из секторов малой (начинающей расти) экономики. С помощью данной модели экономисты смогли осветить такие исторические события, как влияние притока драгоценных металлов на экономику Испании в XVI в., воздействие открытия золота на австралийскую экономику в XIX в., пр. В дальнейшем У. М. Корден усовершенствовал данную модель, введя в нее монетарный фактор⁹. В ис-

следовании С. Эдвардса и М. Аоки¹⁰ предпринята попытка продемонстрировать эффект стремительного развития одного из экспорториентированных секторов экономики на конкурентоспособность остальных отраслей.

Рассмотрим теоретическую постановку вопроса. В упрощенном виде «анамнез» «голландской болезни» можно представить следующим образом: национальная экономика является малой (внутренние события в стране не оказывают никакого влияния на мировые цены) и открытой (другими словами, цены на внутреннем рынке устанавливаются исходя из соотношения спроса и предложения). Экономика состоит из трех секторов: экспорториентированного сырьевого *M* (*mineral resources sector*); торгуемого *T* (*tradable sector*), производящего обработанную продукцию, которую можно свободно экспортировать и импортировать, и неторгуемого сектора *N* (*non-tradable sector*). К последнему относят строительство, розничную торговлю, индустрию развлечений и др. При этом *N*-сектор не конкурирует с иностранными товаропроизводителями, так как «выпускаемые» в нем товары и услуги невозможно вывезти за рубеж.

Причиной возникновения «голландской болезни» является стремительный рост в секторе *M*. В результате открытия и разработки крупного сырьевого месторождения экономика страны получает значительный объем природной ренты, душевой ВВП и реальные доходы населения растут. Вследствие этих процессов общее увеличение спроса приводит к расширению выпуска неторгуемых товаров *N*-сектора. Прирост занятости и увеличение концентрации других факторов производства в секторе *N* при этом может поглотить высвобождающуюся из *T* рабочую силу. Именно этот процесс У. М. Корден и Дж. П. Нири

⁸ Corden W. M., Neary J. P. Booming Sector and De-Industrialization in a Small Open Economy // The Economic Journal. December 1982. P. 825-828.

⁹ Corden W. M. Booming Sector and Dutch Disease Economics: Survey and Consolidation // Oxford Economic Papers. vol. 36. 1984. P.360-362.

¹⁰ Edwards S., Aoki M. Oil Exports and Dutch-Disease: A Dynamic Analysis // Resources and Energy. 1983. P. 219-242.

Таблица 2

Основные осложнения, порождаемые «голландской болезнью»

Симптомы	Осложнения
Быстрое увеличение доли сырья в экспорте	Повышение обменного курса национальной валюты, обусловленное массированным поступлением иностранной валюты. «Разогрев» инфляции за счет увеличения общего уровня заработной платы, особенно в сырьевом секторе экономики. Концентрация основных факторов производства в добывающем секторе, ограничивающая конкурентоспособность обрабатывающих отраслей
Переукрепление курса национальной валюты	Блокирование несырьевого экспорта и опережающий рост импорта, ухудшающие внешнеторговый и «напрягающие» платежный баланс страны. Вытеснение отечественной продукции импортной, прежде всего, на рынке готовых изделий. Стимулирование притока иностранных инвестиций в сырьевой и третичный сектора экономики с дальнейшим недоинвестированием обрабатывающей промышленности
Спад производства в обрабатывающей промышленности	Наращение убыточности и банкротств предприятий обрабатывающей промышленности. Уменьшение заработной платы в обрабатывающем секторе и наукоемких отраслях. Снижение общего уровня занятости, а соответственно, рост социального недовольства

называют «прямой деиндустриализацией» (*directde-industrialization*)¹¹.

В экономической литературе принято связывать наличие «голландской болезни» со следующими главными симптомами:

- быстрое увеличение доли сырья в экспорте;
- переукрепление курса национальной валюты;
- спад производства в обрабатывающей промышленности.

Основные осложнения, порождаемые «голландской болезнью», сведены в табл. 2.

В 1970-е гг. Голландия стала первой страной, в которой диагностировались данные макроэкономические эффекты. Чуть позже симптомы «голландской болезни» проявились в Великобритании и Норвегии, которые именно в этот период начали активную добычу нефти и газа в своих секторах Северного моря. В строгом соответствии с теорией доля сырьевого сектора в ВВП данных стран за 1960–1987 гг. увеличилась в 1,3 (Великобритания) и 22 раза (Норвегия), а доля обрабатывающих

отраслей в ВВП стабильно снижалась. Одновременно в экономике Нидерландов и Великобритании сектор услуг занял доминирующие позиции (табл. 3).

Вместе с тем, на наш взгляд, отсутствуют достаточные основания полагать, что гипертрофированное увеличение доли сектора услуг и «обвал» обрабатывающих отраслей связаны лишь с открытием и началом разработки нефтегазовых месторождений. Проведенный нами анализ показал: в период 1960–1990-х гг. во многих развитых странах отмечалось снижение доли обрабатывающей промышленности с одновременным ростом сферы услуг. Например, в США в 1960 г. на долю промышленности приходилось 34% ВВП, услуг — 58%, но уже в 1980 г. это соотношение изменилось на 30 и 62% соответственно. Еще более яркий пример — Франция, где доля промышленности в ВВП снизилась с 40% в 1960 г. до 30% в 1980 г., а доля сферы услуг возросла с 43 до 60%¹². Вдвойне примечательно, что в этих странах в 1960–1980-е гг. активизировалась разработка новых месторождений полезных ископаемых. Так, в 1967 г. на Аляске открыто одно из крупнейших

¹¹ Corden W. M., Neary J. P. Booming Sector and De-Industrialization in a Small Open Economy // The Economic Journal. December 1982. P. 360–364.

¹² UN Monthly Bulletin of Statistics. 1998. № 7. P. 34–36.

Таблица 3

История протекания «голландской болезни» в Нидерландах, Норвегии, Великобритании

Страна	1960	1970	1980	1987
Нидерланды				
Производство углеводородов, в млн т нефтяного эквивалента	11,2	29,7	73,0	62,9
Доля сырьевого сектора в ВВП, %	2	1	7	6
Доля обрабатывающего сектора в ВВП, %	33	28	18	16
Доля сектора услуг в ВВП, %	35	39	44	47
Норвегия				
Производство углеводородов, в млн т нефтяного эквивалента	4,5	9,0	61,2	93,9
Доля сырьевого сектора в ВВП, %	0,5	0,5	15	11
Доля обрабатывающего сектора в ВВП, %	22	21	15	14
Доля сектора услуг в ВВП, %	47	40	34	35
Великобритания				
Производство углеводородов, в млн т нефтяного эквивалента	116,1	101,8	197,7	240,6
Доля сырьевого сектора в ВВП, %	3	1,5	7	4
Доля обрабатывающего сектора в ВВП, %	32	28	23	21
Доля сектора услуг в ВВП, %	35	37	36	42

Составлено по: Hutchison M.M. Manufacturing Sector Resiliency to Energy Booms: Empirical Evidence from Norway, the Netherlands and the United Kingdom // Bank for the International Settlements. Monetary and Economic Department. Basle. September 1990. P. 20–22.

ших в мире месторождений нефти — Прудо Бэй (*Prudhoe Bay*) с запасами 3,6 млрд т, а в 1974 г. началось строительство Трансальяскинского трубопровода¹³. Всего на Аляске за 1959–2002 гг. добыто минеральных ресурсов на сумму в 350 млрд долл¹⁴. Во Франции после Второй мировой войны правительство активно стимулировало разведку нефти и газа. Толчком к развитию французской нефтегазовой промышленности стало начало эксплуатации в 1956 г. месторождения природного газа Лак (*Lacq*) в провинции Аквитания (запасы 150 млрд м³), пик

добычи (11 млрд м³) на котором достигнут в 1978 г.¹⁵. При этом, несмотря на активную разработку новых месторождений полезных ископаемых в сопоставимый период (1960–1980 гг.), в экономике указанных стран следов проявления «голландской болезни» обнаружить не удалось. Возможно, высокая «сопротивляемость» экономик США и Франции «голландской болезни» объясняется фактическим отсутствием экспорта энергетического сырья новых месторождений. В США, кстати, вето на экспорт аляскинской нефти было снято толь-

¹³ <http://www.inalaska.com>

¹⁴ Cole T. Cravez P. Blinded by Riches: The Prudhoe Bay Effect // Institute of Social and Economic Research. University of Alaska. Anchorage. February. 2004. P. 1.

¹⁵ Finon D. French gas industry in transition: Breach in the public service model // Institut d'économie et de politique de l'énergie. Grenoble. August. 2001. P. 3.

ко в 1994 г.¹⁶, а Франция, практически синхронно, начала экспорт природного газа из Аквитании в Испанию в 1993 г.¹⁷.

Дальнейший анализ позволил установить, что доля обрабатывающей промышленности в ВВП развитых стран увеличивалась до достижения определенного уровня доходов на душу населения — примерно 12–15 тыс. долл., которого эти страны достигли в начале 1970-х гг. Затем происходила ее стабилизация или снижение. Другой важной тенденцией развития промышленно развитых стран в 1960–1990 гг. стало превращение сектора услуг в преобладающую часть экономики.

Резюмируя вышеизложенное, можно предположить, что та макроэкономическая ситуация, которая сложилась в 1970 гг. в Нидерландах, Норвегии и Великобритании, вызвана, скорее всего, переходом страны к этапу постиндустриального развития, а вовсе не открытием нефтегазовых месторождений и форсированием экспорта углеводородов. Или это открытие ускорило переход к новому технологическому укладу. Некоторые ученые¹⁸, изучая другие причины, вызвавшие стагнацию в промышленности указанных стран, обращают внимание, прежде всего на жесткую фискальную политику правительства М. Тэтчер, усилившую падение спроса и спад в промышленности Великобритании в этот период, а эконометрические расчеты М. М. Хатчисона¹⁹ показали, что в случае Великобритании такие факторы, как

удорожание энергетических товаров и монетарные ограничения оказали большее тормозящее воздействие, чем нефть Северного моря. Любопытно, что отдельные западные экономисты квалифицируют отрицательный эффект от расширения добычи углеводородов на обрабатывающую промышленность Голландии как крайне незначительный. Так, Т. Гильфасон (*T. Gylfason*) ситуацию, сложившуюся в Голландии в 1970 гг., и впоследствии названную «голландской болезнью», вообще охарактеризовал «не голландской и не болезнью»²⁰. Кроме того, и в примере с Великобританией, и в случае Голландии больше фактов, указывающих на положительный эффект энергетического бума на обрабатывающую промышленность в краткосрочном периоде. Эксперты подчеркивают, что в некоторых странах природные ресурсы не только не приводят к «голландской болезни», но и в ряде случаев помогают бороться с ее первыми симптомами. Так, норвежские ученые Р. Брунстад, Х. Бьерланд и Э. Ларсен считают, что обрабатывающая промышленность в большинстве случаев выигрывает от наличия в стране природных ископаемых²¹.

К тому же «голландская болезнь» не обязательно связана с добычей природных ископаемых. Например, в конце 1970-х гг. Бразилию поразили заморозки, и соседние страны-конкуренты на мировом рынке кофе получили неожиданный «бонус». В 1979 г. в Колумбии, в результате резко возросшего в силу данных обстоятельств притока «кофедолларов» курс песо к доллару

¹⁶ *LaRocca J.* Alaska Agonistes: The Age of Petroleum: How Big Oil Bought Alaska // North East. Pennsylvania: North East Rare Books Ink. 2004. P. 14.

¹⁷ <http://www.tigf.fr/en>

¹⁸ *Buiter W., Miller M.* Changing the Rules: Economic Consequences of the Thatcher Regime // Brookings Papers on Economic Activity 2. 1983. P. 315–380.

¹⁹ *Hutchison M.M.* Manufacturing Sector Resiliency to Energy Booms: Empirical Evidence from Norway, the Netherlands, and the United Kingdom // Oxford Economic Papers New Series. 46 (2). 1994. P. 311–329.

²⁰ *Gylfason T.* Lessons from the Dutch Disease: Causes, Treatment, and Cures // Institute of economic studies. Working paper series. W 01:06. University of Iceland. August 2001. P. 2.

²¹ *Larsen E.* Escaping the natural resource curse and the Dutch disease? Escaping the Resource Curse and the Dutch Disease? When and Why Norway Caught up with and Forged ahead of Its Neighbors // Discussion Papers. No. 377. Statistics Norway. Research Department. May 2004. P. 3–8.

вырос почти в 1,5 раза. Как следствие, пострадали практически все секторы экономики (кроме госсектора, строительства и аренды жилья): в перерабатывающей промышленности, включая химию и металлургию, рост замедлился вдвое, а в легкой — и вовсе наступил спад²².

Подводя промежуточные итоги, полагаем возможным сделать следующий вывод: прямой связи между бумом в сырьевом секторе экономики и якобы деиндустриализацией промышленности нет. Действительно, «голландская болезнь» может породить различные последствия монетарного и структурного порядка. Однако вопрос, скорее, переходит в плоскость эффективного управления сверхдоходами от непредсказуемо подорожавшего сырья странами, добывающими природные ресурсы.

В этой связи большой интерес представляет вопрос о наличии «голландской болезни» в России. В последние годы ее российским проявлениям немало внимания уделяли как отечественные авторы: Н. А. Волчкова, Е. Т. Гайдар, С. М. Гуриев, О. В. Дынникова, О. В. Забелина, О. А. Замулин, А. Н. Илларионов, В. А. Мау, К. И. Сонин, К. А. Сосунов, Г. Г. Фетисов, А. Д. Чирягин, так и зарубежные экономисты: Р. Арэнд (*R. Ahrend*), А. Брич (*A. Breach*), Д. де Роза (*D. de Rosa*), У. Томпсон (*W. Tompson*).

При этом, как показал проведенный нами анализ, среди ученых нет единого мнения по поводу «инфицированности» российской экономики «голландской болезнью» (табл. 4). В таком случае постараемся сами по ранее выявленным симптомам поставить диагноз российской экономике на предмет ее зараженности «голландской болезнью».

Главный симптом — быстрое увеличение доли сырья в экспорте — отрицать не-

²² Гуриев С.М., Сонин К.И. Экономика «ресурсного проклятия» // Вопросы экономики. №4. 2008. С. 63.

возможно. Доля сырой нефти, нефтепродуктов и природного газа в суммарном российском экспорте возросла с 41,0 в 1994 г. до 61,8% в 2007²³. При этом темпы добычи и ее экспорта в последние годы замедляются (рис. 1). Это косвенно свидетельствует о постепенной переориентации нефтяного сектора на внутренний рынок.

Не приходится спорить и с продолжающимся укреплением рубля. С 2001 г. реальный курс рубля по отношению к доллару, согласно расчетам ОЭСР, укрепился более чем на 50%²⁴. Однако наблюдаемые результаты — ускорение экономического роста на фоне высоких темпов укрепления рубля — позволяют утверждать, что дорожающий рубль пока не тормозит развитие промышленности благодаря позитивному влиянию на ее динамику роста инвестиций через удешевление зарубежных кредитов и расширение импорта технологического оборудования.

Расчеты зарубежных экспертов показывают, что российская обрабатывающая промышленность не потеряла своей конкурентоспособности и в ценовом плане, по сравнению, например, с аналогичной продукцией из стран Прибалтики или Польши²⁵. Что называется, от противного, можно заметить, что стремительный рост курса евро относительно американского доллара, продолжавшийся с 2002 г.²⁶, не обернулся утратой лидирующих позиций

²³ БИКИ. 2008. 1 апреля.

²⁴ Ahrend R., de Rosa D., Tompson W. Russian manufacturing and the threat of “Dutch Disease” a comparison of competitiveness developments in Russian and Ukrainian Industry // OECD Economic department Working Papers № 540. 25-January 2007. P. 10.

²⁵ International Monetary Fund. Russian Federation: 2006 Article IV Consultation — Staff Report Staff Statement and Public Information Notice on the Executive Board Discussion. December 2006.

²⁶ Буторина О. В. Валютный театр: драма без зрителей // Россия в глобальной политике. №2. март-апрель 2008 г. С. 167.

Таблица 4

Наличие «голландской болезни» в российской экономике

Автор	Год публикации	Основная работа	Отсутствие/ присутствие «голландской болезни» в современной российской практике
Е.Т. Гайдар	2001	Голландская болезнь, структурные реформы и приоритеты правительства: ретроспектива и перспективы	Отсутствие
А. Брич	2003	Путь России к процветанию в постиндустриальном мире	Отсутствие
О.В. Дынникова	2003	Как лечить «голландскую болезнь» России?	Присутствие
В.А. Мау	2003	Падение цен на нефть подтолкнет российские реформы	Присутствие
О.В. Забелина	2004	Российская специфика «голландской болезни»	Присутствие
А.Н. Илларионов	2005	Все болезни в одном флаконе	Присутствие
Н.А. Волчкова	2006	Является ли «голландская болезнь» причиной энергозависимой структуры российской промышленности?	Отсутствие
К.А. Сосунов, О.А. Замулин	2006	Can Oil Prices Explain the Real Appreciation of the Russian Ruble in 1998-2005?	Отсутствие
Г.Г. Фетисов	2006	«Голландская болезнь» в России: макроэкономические и структурные аспекты	Присутствие
К.А. Сосунов, О.А. Замулин	2007	Monetary Policy in an Economy Sick with Dutch Disease	Отсутствие
Р. Аренд, Д. де Роса, У. Томпсон	2007	Russian Manufacturing and the Threat of "Dutch Disease" — A Comparison of Competitiveness Developments in Russian and Ukrainian Industry	Отсутствие
С.М. Гуриев, К.И. Сонин	2008	Экономика «ресурсного проклятия»	Отсутствие
К.И. Сонин	2008	Неуловимое проклятие	Отсутствие
А.Д. Чиригин	2008	Производить невыгодно: последствия «голландской болезни» в России	Присутствие

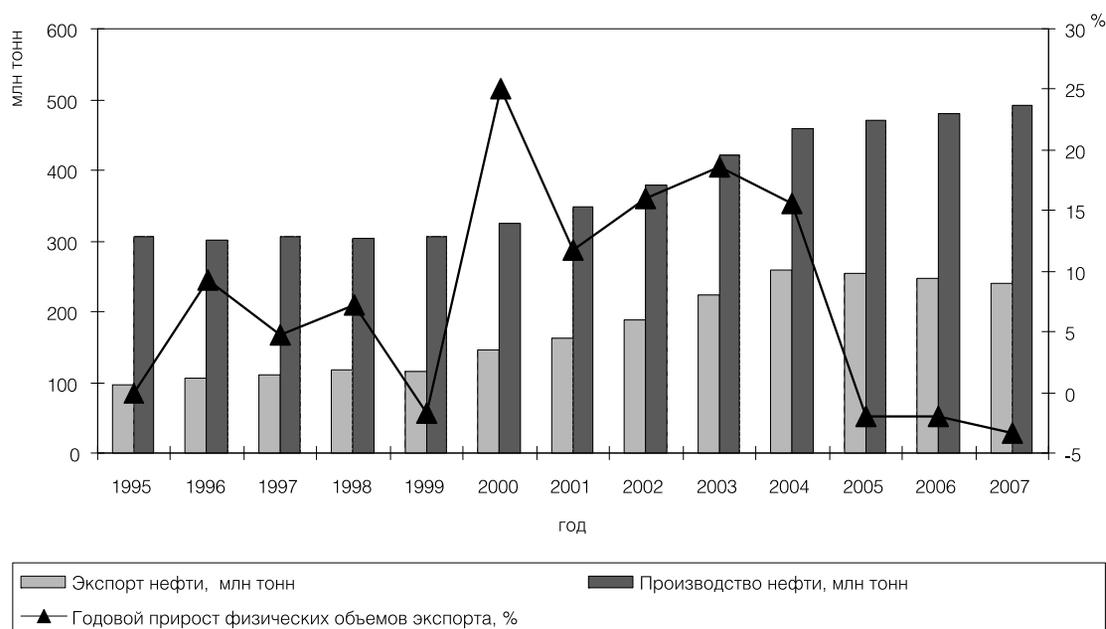
европейской обрабатывающей промышленности. Более того, в 2007 г. Германия пятый раз подряд удержала за собой позицию ведущего мирового экспортера, прежде всего готовой продукции²⁷.

Что можно сказать о российском обрабатывающем секторе? Да, до 2003 г. добывающая промышленность росла бы-

стрее обрабатывающего сектора. Но в 2003 г. темпы развития обрабатывающих производств обогнали сырьевой сектор. Правда, по «скорости» роста обрабатывающая промышленность «не успевает» за сектором услуг, особенно транспортом, финансами и строительством (табл. 5).

Кстати, в этой связи заслуживает отточия следующий момент. Р. Бек, А. Кампс,

²⁷ БИКИ. 2008. 29 апреля.



Рассчитано по: Российский статистический ежегодник за соответствующие годы.

Рис. 1. Производство и экспорт нефти в Российской Федерации (1995–2007 гг.)

Таблица 5

Темпы роста валового внутреннего продукта РФ по отдельным видам экономической деятельности (% к предыдущему году)

Вид экономической деятельности	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Добыча полезных ископаемых	6,0	6,8	8,7	6,8	1,3	2,3
Обрабатывающие производства	2,0	1,1	10,3	10,5	5,7	4,4
Оптовая и розничная торговля	11,3	12,6	9,7	8,2
Строительство	13,9	10,0	10,4	15,2
Транспорт и связь	7,9	10,7	7,2	9,1
Финансовая деятельность	9,2	10,7	7,5	10,1

Источник: Российский статистический ежегодник за соответствующие годы.

Э. Милева²⁸ полагают, что транспортные, финансовые, информационные услуги больше не являются неторгуемыми, так как Россия занимается их экспортом. Кроме

того, по мнению указанных экономистов, опережающее развитие сектора услуг связано не с «голландской болезнью», а с затянувшимся переходом от плановой экономики, в которой сектор услуг фактически не был представлен, к рыночной. Таким образом, можно согласиться, что «надо быть, однако же, большим мазохистом,

²⁸ Beck R., Kamps A., Mileva E. Long term growth prospects for the Russian economy // European Central Bank. Occasional paper series. №58. March 2007. P.15.

Таблица 6

Соотношение экспорта минерально-сырьевых продуктов / МСП и валового внутреннего продукта в РФ и Норвегии

Показатели	2002		2006	
	РФ	Норвегия	РФ	Норвегия
Валовой внутренний продукт, млрд дол.	345,4	167,1	985,0	199,5
Экспорт минерально-сырьевых продуктов / МСП, млрд долл.	58,9	41,1	198,6	86,9
Доля минерально-сырьевых продуктов / МСП в экспорте, %	55,2	69,1	65,8	72,1
Соотношение экспорта минерально-сырьевых продуктов /МСП и ВВП, %	17,0	24,6	20,1	43,5
Валовой внутренний продукт на душу населения, тыс. дол.	2,4	36,8	6,9	43,2
Экспорт минерально-сырьевых продуктов / МСП на душу населения, тыс. долл.	0,4	9,0	1,4	18,8

Составлено по: Российский статистический ежегодник за соответствующие годы, Statistics Norway 2002–2006, Statistics Norway: External Economy. 2002–2006.

чтобы огорчаться бумирующему развитию этих важных кусков нашей, все еще такой неосвоенной страны»²⁹.

Убедительнее всего об отсутствии «голландской болезни» в России говорят сравнительные данные развития российской и норвежской экономики начала XXI столетия (табл. 6). За пятилетие (2002–2006 гг.) российский ВВП (в долларовом эквиваленте) практически утроился, а норвежский — вырос почти на 1/5. Безусловно, вклад экспорта МСП в эту динамику в обоих случаях более чем значим. Если в Норвегии отношение экспорта минерально-сырьевых продуктов к ВВП фактически удвоилось (с 24,6 до 43,5 %), то в российском ВВП осталось практически неизменным (17,0–20,1%). Показатель среднедушевого экспорта МСП в России (2006 г.) вообще составляет только 7,5 % от норвежской «медианы» (2002 г. — 4,4%). Это дает все основания утверждать, что экспорт минерального сырья не является неким «тормозом» роста российской экономики. Сдерживают ее развитие, скорее, монетарные власти, не сумевшие грамотно использовать доходы от сверхблагоприятной конъюнктуры

мирового рынка сырья начала XXI в., да с завидной регулярностью пережимающие дефляционный рычаг. Не случайно, двукратный спад производства в РФ в 1990-е гг. укладывается в 3 волны сжатия денежного предложения³⁰. Но это тема уже для отдельного разговора.

В настоящее время в научной литературе утверждается предположение, что «голландскую болезнь» лечить в отдельно взятой стране бессмысленно. Другими словами, «голландская болезнь» — «подтормаживающее» влияние на общеэкономический рост переукрепления национальной валюты в силу ускоренного развития сырьевого экспорта — проблема не только стран-экспортеров сырья. Это структурная болезнь мировой экономики, связанная с глобальным переделом рынков сбыта³¹. Для объяснения данного феномена журнал *The Economist* ввел специальный термин «китайский синдром»³²,

³⁰ Эксперт. 2008. №5. С.20.

³¹ Чирягин А. Д. Производить невыгодно: последствия «голландской болезни» в России // ЭКО. 2008. №1. С.17.

³² How China runs the world economy // *The Economist*. 2005. July 28.

²⁹ Эксперт. 2007. №15. С. 19.

Таблица 7

Удельный вес Китая в мировом импорте минерального сырья и топлива, %

Статьи импорта	1970	1995	2000
Минеральное сырье и топливо в том числе:			
руды и минералы	0,9	3,1	6,5
топливо	...	1,3	3,0

Составлено по: IMF World Development Indicators 2006, UNCTAD Commodity Yearbook 2003. Volume I. P. 47–50.

который в последнее время начинает вытеснять из оборота понятие «голландская болезнь»³³. Дешевизна труда, огромный внутренний рынок, сверхвысокие темпы экономического роста, требующие для своего материального воплощения все большего количества сырьевых ресурсов, приводят к тому, что Китай «проводит коренную ломку цен на все товары и факторы производства»³⁴.

Другим важным проявлением мировой «голландской болезни» является переход Китая из экспортеров в импортеры сырья. Состоятельные китайские потребители, а также растущий средний класс начинают все активнее покупать квартиры, дома, автомобили, дорогую бытовую технику. Параллельно возникает повышенный спрос на сырьевые товары, что находит отражение в резко возросшем удельном весе КНР в мировом импорте природных ресурсов (табл. 7).

Однако Китай не всегда был импортером сырья. В 1959 г. в Китае было открыто крупное нефтегазовое месторождение — Дацин (Daqing), благодаря которому страна на несколько десятилетий закрыла свои основные потребности в нефти и газе. Более того, в 1960–1980-е гг. Китай экспортировал нефть в страны Юго-Восточной Азии. В конце 1980-х гг. сверхбыстрые темпы экономического роста вкупе с быстро-

растущим населением выявили недостаток собственных энергетических ресурсов. С 1993 г. китайская экономика стала нетто-импортером нефти³⁵, а в 2006 г. Китай занял третье место в мире по ее импорту (145,2 млн т), пропустив вперед лишь США (529,4) и Японию (208,7 млн т)³⁶. Если в 1990 г. Китай импортировал энергетического сырья на 1,2 млрд дол., то в 2006 г. эта цифра составила 89,1 млрд долл.³⁷ Огромных масштабов достиг импорт железной руды для бурно развивающейся черной металлургии: в 2003 г. — 148, 2007 г. — 375 млн т³⁸.

Стремительное развитие экономики Китая стимулирует быстрое увеличение суммарного импорта. В 1948 г. доля Китая в общемировом импорте составляла 0,6%, в 2006 г. — 6,5%. Одновременно доля некоторых развитых стран значительно снизилась. Например, Великобритания, в 1948 г. занимавшая первое место в мире по объемам импорта с показателем 13,4 %, в 2006 г. «скатилась» на четвертое место (5,1%)³⁹.

Как известно, цены на большинство сырьевых товаров с начала XXI столетия к середине 2000-х гг. выросли в разы, что не

³³ Macdonald R. Not Dutch Disease, It's China syndrome // Insights on the Canadian Economy. Ottawa. August 2007. P.5-14.

³⁴ How China runs the world economy // The Economist. 2005. July 28.

³⁵ Bahgat G. China's Energy Policy: Strategic Implications // Middle East Economic Survey VOL. XLIX. № 3. Department of Political Science. Indiana University of Pennsylvania. 15. January 2007.

³⁶ БИКИ. 2008. 6 мая.

³⁷ International Trade Statistics. World Trade Organization. 2007. P.56.

³⁸ БИКИ. 2008. 24 апреля.

³⁹ International Trade Statistics. World Trade Organization. 2007. P. 11.

привело, как раньше, к замедлению роста мировой экономики. Это в значительной мере предопределено увеличением потребления сырья Китаем, а не сбоями в его поставках. Поэтому мировая экономика переживает повышение сырьевых цен относительно безболезненно. Несмотря на рекордные цены на нефть, темпы инфляции в промышленно-развитых странах остаются стабильными. Дело в том, что цены на бытовую технику, одежду, ширпотреб, производимые в Китае, длительное время держались на сравнительно низком уровне, что «амортизировало» повышение цен на сырьевые товары (в мировом экспорте Китая с 11 места — 0,9% суммарного итога в 1948 г. поднялся на 3-ю ступень — 8,2% в 2006 г.⁴⁰). Значительное увеличение цен на недвижимость во многих странах мира имело также «китайское» происхождение. Поразительная дешевизна китайских товаров существенно облегчала работу центральных банков по борьбе с инфляцией. Денежные власти развитых стран в таких условиях без особой необходимости не повышали процентные ставки, что «подстегивало» кредитный ажиотаж, в результате чего «дешевые» деньги уходили на рынок недвижимости, вызывая быстрый рост цен в этом секторе экономики.

Однако «китайский синдром» влечет за собой не только рост цен на сырье, но и ведет к постепенному снижению конкурентоспособности обрабатывающей промышленности развитых стран. Высокие ставки налогообложения и уровня заработной платы объясняют природу массового переноса многими мировыми концернами своего производства за границу, в первую очередь в Китай, с вытекающими отсюда социально-экономическими последствиями. Не случайно, некоторые экономисты⁴¹ начинают

говорить о «волне деиндустриализации» в промышленно развитых странах. Например, Франция с 2002 г. потеряла почти 0,5 млн рабочих мест в промышленности. Этот процесс наблюдается во всех развитых странах с высоким уровнем заработной платы. Действительно, здесь фактически невозможно производить одежду, обувь, бытовую технику, мебель. По соотношению «цена-качество» эта продукция серьезно проигрывает китайской. Тем не менее, наряду с отрицательными эффектами «китайского синдрома», стоит отметить и положительные моменты: повышенный спрос Китая на сырьевые товары уже принес крупные дивиденды странам, специализирующимся на их экспорте. Неудивительно, что наиболее значительные темпы экономического роста на 2008–2009 гг. прогнозируются для сырьедобывающих стран — Австралии (3,3%), России (5,9%)⁴².

Негативное отношение Запада к сырьевому росту имеет долгую историю. В экономической науке сложилось мнение, что сама идея развития увязывается только с индустриально-технологической направленностью. Однако в XXI в. сырьевым ресурсам будет уделяться особо пристальное внимание: постиндустриальная стадия развития сделает наиболее востребованными новейшие сырьевые источники — редкоземельные элементы, лантаноиды, многие неметаллические руды. Именно они будут предопределять технологический облик нового столетия. Поэтому уже сейчас следует «закрепить» эти сырьевые материалы за российской промышленностью. Тем более что сырьевая база — Россия по запасам редкоземельных металлов занимает второе место в мире после Китая⁴³ — к тому располагает. Конкурировать с развитыми странами и КНР в производстве большей части массовой промышленной продукции

⁴⁰ *International Trade Statistics*. World Trade Organization. 2007. P.10.

⁴¹ *Solomou S.N.* Industrialization and De-Industrialization // <http://uk.encarta.msn.com>

⁴² IMF World Economic Outlook. April 2007. P. 218–225.

⁴³ Уральский рынок металлов. 2007. №10. С. 76.

бессмысленно — рыночный «нокаут» гарантирован. Российским производителям придется уходить с рынков серийной, простой техники в сегмент такой узкоспециализированной продукции, как нанотехнологии, биотехнологии, оптико-волоконная техника, которые относятся к так называемому пятому технологическому укладу. Однако для их развития также необходимы минеральные ресурсы. Как говорится, круг замкнулся. Таким образом, именно от наличия в стране достаточного количества полезных ископаемых и эффективного их использования будет зависеть конкурентоспособность российской промышленности и экономики в целом.

На основе вышесказанного можно сделать следующий вывод: невозполнимые минерально-сырьевые ресурсы планеты быстро истощаются, а потребность в них нарастает. В условиях, когда открытия «легких» месторождений уже не приходится ожидать, а старые находятся на грани полной выработки, разведка, добыча и создание соответствующей инфраструктуры в минерально-сырьевом комплексе требуют научного, инженерного и технологического обеспечения, ничуть не менее, а может быть, и более совершенного, чем в *high-tech*-индустрии.

Возрастающие потребности мировых ресурсных рынков стимулируют развитие научных и инженерных школ. Поэтому добывающие отрасли в структуре экономики России отнюдь не лишают ее интеллектуального капитала, что не раз доказали успехи стран, богатых сырьевыми ресурсами. Так, высокая ресурсная составляющая в товарах была одним из основных факторов, обеспечивших конкурентоспособность американского экспорта в конце XIX — начале XX вв. Именно сырье стало основой технологического превосходства США⁴⁴. В десятку наиболее конкурентоспо-

собных стран входят экспортирующие сырье Австралия, Канада, Норвегия, другие западные страны. Эти же страны фигурируют и среди первых пятнадцати стран с наиболее высоким уровнем благосостояния.

При этом в качестве залога иммунитета к «голландской болезни» целого ряда стран, располагающих значительными природными ресурсами и их активно экспортирующих, как правило, выступает совокупность факторов:

- наличие устойчивых демократических институтов;
- низкий уровень коррупции в стране;
- высокий уровень налогообложения предприятий минерально-сырьевого сектора;
- устойчивость банковской системы;
- крупные государственные вложения в образование, здравоохранение, НИОКР;
- экономически активное и высокообразованное население;
- постепенная переориентация ресурсного сектора экономики на внутренний рынок.

Однако недостаточно «просто» соответствовать данным критериям. Необходимо еще правильно распорядиться изъятой ресурсной рентой. Пассивная стратегия состоит в том, что государство сберегает доходы от сырьевого экспорта, пополняя золотовалютные резервы и стабилизационный фонд. Ее главный недостаток — из системы изымаются ресурсы, которые могли бы быть направлены на инвестиции в производство или в развитие новых технологий.

Активная политика должна заключаться в инновационном использовании изымаемых доходов сырьевого сектора. Для осуществления этого весьма тонкого маневра необходима система интерактивного планирования, обеспечивающая согласование интересов и эффективное взаимодействие разных групп общества — предпринимателей, потребителей и го-

⁴⁴ Wright G., Czelusta J. Exorcizing the resource curse: minerals as a knowledge industry, past and present // Stanford University. July 2002. P. 3–7.

сударственного аппарата. В этом случае представляется справедливым замечание Нобелевского лауреата по экономике (2001 г.) Дж. Стиглица: «Огромные природные ресурсы могут и должны быть благом, а не проклятием... Что отсутствует? — Политическая воля сделать это»⁴⁵.

В современной России рациональное освоение минерального сырья — ключевое направление социально-экономического развития. Горячие дискуссии о превращении России «в сырьевой придаток Запада», «голландской болезни», «нефтяной игле», на наш взгляд, представляют собой просто политическую риторику. В ближайшем будущем Россия останется крупнейшей сырьедобывающей державой мира. России предстоит, проанализировав весь этот опыт, разработать собственную линию поведения в данной сфере. Условно ее можно назвать «стратегией развития человеческого капитала в стране с богатыми сырьевыми ресурсами» — наподобие той, что еще во второй половине XX в. сумели, несмотря на имевшиеся сложности, выработать и успешно претворить в жизнь Австралия, Канада, Норвегия и США.

Литература

1. Волчкова Н. А. Является ли «голландская болезнь» причиной энергозависимой структуры
2. Sachs J., Warner A. Natural Resource Abundance and Economic Growth // NBER Working Paper No W5398. December 1995.
3. Latsis O. Dutch Disease Hits Russia // Moscow News. June 8–14. 2005.
4. Sala-i-Martin X., Subramanian A. Addressing the natural resource curse: an illustration from Nigeria // IMF Working Paper 03/139. 2003.
5. Hopkins M. Macro-socio-economic context and challenges for effective hydrocarbon management // State of Qatar / UNDP / NECA / UNEP /CIDA High-Level Meeting on Oil and Gas Development: Sharing Experiences and Lessons within the framework of South-South Cooperation. Doha. Qatar. 8-10 September. 2007.
6. Corden W. M., Neary J. P. Booming Sector and De-Industrialization in a Small Open Economy // The Economic Journal. December 1982.
7. Cole T. Cravez P. Blinded by Riches: The Prudhoe Bay Effect // Institute of Social and Economic Research. University of Alaska. Anchorage. February. 2004.
8. Finon D. French gas industry in transition: Breach in the public service model // Institut d'economie et de politique de l'energie. Grenoble. August. 2001.
9. Gylfason T. Lessons from the Dutch Disease: Causes, Treatment, and Cures // Institute of economic studies. Working paper series. W 01:06. University of Iceland. August 2001..
10. Larsen E. Escaping the natural resource curse and the Dutch disease? Escaping the Resource Curse and the Dutch Disease? When and Why Norway Caught up with and Forged ahead of Its Neighbors // Discussion Papers. No. 377. Statistics Norway. Research Department. May 2004.
11. Гурьев С. М., Сонин К. И. Экономика «ресурсного проклятия» // Вопросы экономики. №4. 2008.

⁴⁵ Stiglitz J. We Can Now Cure Dutch Disease // Guardian. 2004. August 18.

Статья поступила в редакцию 25.06.2008

Maltsev A. A.
Institute Economics RAS, Yekaterinburg

THE CHARACTERISTICS OF “DUTCH DISEASE OF DE-INDUSTRIALIZATION” EVIDENCE IN MODERN RUSSIAN AND FOREIGN PRACTICES

The article researches into the genesis of the “Dutch Disease” theory. The work considers the reasons and systematizes the key symptoms of “Dutch disease”. Special emphasis is being put on the Russian “Dutch disease” presence diagnosis. It has been proven that “Dutch disease of de-industrialization” is not always connected with the mineral resources extraction and export.

УДК 332.14

Аналитический доклад Центра региональных экономических исследований экономического факультета УрГУ

Авторы доклада:

Алейникова И. С., Воробьев П. В., Исакидис В. А., Кадочников С. М., Кожин Д. Е., Коробейникова А. В., Лопатина Т. А., Михно М. В.

МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ: ОБЗОР МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

Целью данного доклада является анализ на основе международного опыта моделей организации региональных промышленных кластеров. Промышленные кластеры представляют собой одну из наиболее эффективных форм организации производства в регионах. Они позволяют выявить и реализовать экономический потенциал регионов на базе развития конкурентоспособных экспортных производств. Поэтому тема развития промышленных кластеров актуальна для современного этапа развития экономики российских регионов. Первая часть доклада содержит изложение теоретических основ промышленных кластеров: определение и критерии отнесения к промышленным кластерам, анализ взаимосвязей между фирмами внутри кластера, предпосылки создания кластеров и этапы их развития. Особое внимание уделяется тому, за счет каких факторов кластеры могут активно развиваться и достигать конкурентных преимуществ на мировом рынке.

Во второй части доклада проводится выделение и анализ моделей организации промышленных кластеров на примере различных стран и отраслей. Рассматривается опыт США, Германии, Италии, Японии, Финляндии, Индии, Китая, Южной Кореи. В качестве отраслей для анализа используются автомобилестроение, фармацевтика, электротехническая промышленность, деревообработка, химическая промышленность, керамика. Для каждой выделенной модели организации промышленного кластера проводится оценка условий её применимости. Особое внимание в докладе уделено международному опыту функционирования институтов развития в промышленных кластерах, а также мерам государственной кластерной политики. Выделяемые в докладе модели организации промышленных кластеров позволяют представить альтернативы для выбора пути развития промышленных кластеров в регионе, в частности, в Свердловской области.

Функционирование промышленных кластеров: базовые принципы

Определение промышленного кластера

Промышленный кластер — это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с

ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга (М. Портер, 1990).

Для выделения кластера важны три характеристики:

- наличие географической локализации;
- общность производимой продукции (ресурсов, технологии);
- тесные взаимосвязи между фирмами внутри кластера.

Таблица 1

Примеры промышленных кластеров

Кластер	Страна	Отрасль
Силиконовая долина	США	Компьютеры
Детройт	США	Автомобилестроение
Голливуд	США	Индустрия развлечений
Сассуоло	Италия	Керамическая плитка
Штутгарт	Германия	Автомобилестроение
Бангалор	Индия	Программное обеспечение

Таблица 2

Тест на отнесение группы фирм к кластерам

Вопросы теста	Баллы за ответы	
	«Да»	«Нет»
Можно ли однозначно определить регион, в котором расположен кластер?	5	1
Можно ли четко определить продуктовую группу, на которой специализируется кластер?	4	1
Существуют ли поддерживающие отрасли, сервисные компании, специализированные институты?	3	2
Стоят ли перед участниками кластера общие угрозы и возможности?	1	1
Существуют ли тесные взаимосвязи между участниками кластера?	5	0

Наиболее важной особенностью промышленного кластера является сочетание конкуренции и кооперации между участвующими фирмами. Тесные кооперационные связи между фирмами в кластере приводят к положительным синергетическим эффектам, поэтому успех одной фирмы в кластере не отделим от общего успеха кластера.

Для определения того, является ли наблюдаемая группа фирм кластером необходимо ответить на следующие вопросы теста (табл. 2).

Промышленные кластеры: кейс Германии

Баден-Вюртемберг (Baden-Wuerttemberg) — третий по величине и по количеству на-

селения (около 11 млн чел.) регион в Германии (рис. 1). Самый крупный город — Штутгарт (население около 600 тыс. чел.). Автомобильная промышленность – крупнейшая экспортная отрасль в регионе (в 2002 г. экспорт автомобилей составил 26,32 млрд евро или 25,2% от общего экспорта).

История зарождения кластера

Автомобильный кластер начал зарождаться в 50-е гг. XX века, когда американская фирма «Студебекер» начала инвестиции в совместное строительство нового завода *Porsche*. Началось серийное производство первых немецких спортивных автомобилей. Конструкции *Porsche* наполовину состояли из деталей производства



Рис. 1. Автомобильный кластер в Баден-Вюртемберге

Volkswagen. Был заключен контракт на поставку комплектующих деталей фирмы *Volkswagen* для *Porsche* и реализацию автомобилей через общую сеть. Время выхода на внешние рынки: 60-е гг. XX в.

Основные факторы развития кластера:

- **Технологии:** автомобильные конструкторские бюро, созданные в земле Баден-Вюртемберг в начале XX в., являются одними из самых первых в истории мирового автомобилестроения

- **Спрос:** Развитию автомобильной промышленности способствует активная поддержка государства. Так, в 30-е гг. правительство А. Гитлера посредством госзаказов осуществляет поддержку при создании «народного автомобиля» (*Volkswagen*). В 40-е гг., во время войны, конструкторские бюро осуществляют производство танков и орудий.

Таким образом, состояние спроса на продукцию автомобильной промышленности (в первой половине XX в.) сыграло решающую роль в создании автомобильного кластера в земле Баден-Вюртемберг.

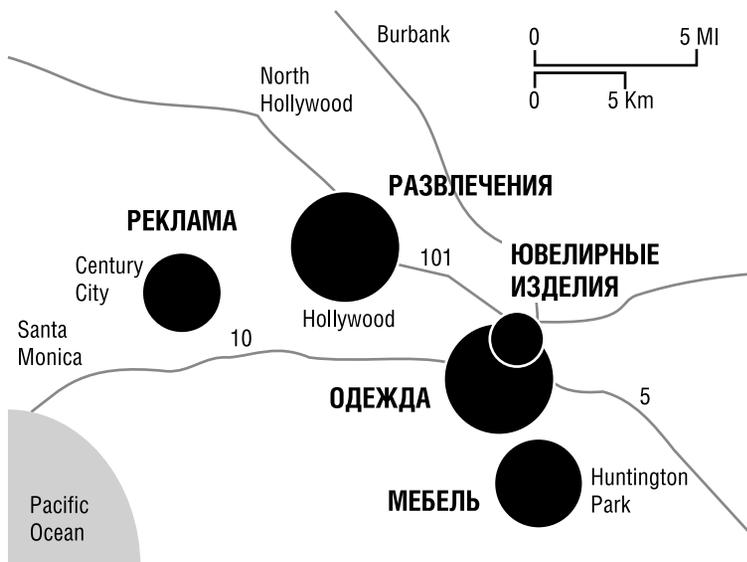


Рис. 2. Промышленные кластеры внутри города: пример Лос-Анджелеса (США)

География кластера

Размеры и местоположение кластера

Не существует определенного эталонного ге-

Таблица 3

Классификация межфирменных взаимоотношений

Горизонтальные связи	Вертикальные связи
Покупатель-продавец	Продажа информации, технологий, продажа оборудования. Поставки сырья и материалов. Оказание специализированных услуг
Конкурент-партнер	Совместный маркетинг. Технологический обмен. Совместный контроль качества (сертификация, разработка стандартов). Совместная разработка продукта
Пользователи общих ресурсов	Совместная покупка сырья и материалов. Совместное обучение сотрудников. Совместное приобретение информации. Совместное приобретение технологий. Совместное финансирование

ографического размера для кластера. Для выделения кластера важно просто уметь очертить его географические границы. Выбрав размер кластера в качестве критерия, можно предложить следующую классификацию промышленных кластеров:

- **Кластеры внутри города:** располагаются внутри крупного города, формируя одну из отраслей городской экономики (рис. 2).

- **Кластеры-города:** промышленный кластер настолько велик, что самостоятельно может сформировать вокруг себя городскую инфраструктуру. В России кластеры-города достаточно распространены в форме так называемых градообразующих предприятий.

- **Кластеры-регионы:** промышленный кластер состоит из фирм, расположенных в пределах определенного региона (например, отдельного субъекта в рамках Федерации).

- **Кластеры-страны:** промышленный кластер состоит из фирм, расположенных в пределах одной страны (предполагается, что размер страны не велик).

Географическое местоположение кластера тяготеет к некоторому географическому «якорю» Им может быть крупный город, объект инфраструктуры (морской порт, аэропорт, железнодорожная станция, дорога), крупное предприятие.

Система межфирменных взаимосвязей внутри кластера

Типы фирм и взаимосвязи между ними

Как правило, лицом промышленного кластера является одна отрасль, продукцию которой кластер экспортирует – это «ядро» кластера.

На экспортную отрасль в кластере «работают» смежные и поддерживающие отрасли. Смежные отрасли поставляют сырье и материалы. К поддерживающим отраслям относятся инфраструктурные отрасли (строительство, транспорт и связь, электроэнергетика и т.д.), отрасли сферы услуг. Также развиваются отрасли, производящие оборудование для предприятий кластера.

Между всеми перечисленными типами фирм в кластере существуют разнообразные взаимосвязи. Для их классификации можно использовать два критерия: направление взаимосвязей и роли взаимодействующих фирм (табл. 3).

Классификация взаимосвязей

Направление взаимосвязей:

- Вертикальные связи (нисходящие, восходящие) — кооперация между фирмами, занимающими различные уровни в производственной цепочке.

- Горизонтальные связи — кооперация между фирмами, занимающими одинаковый уровень в производственной цепочке.

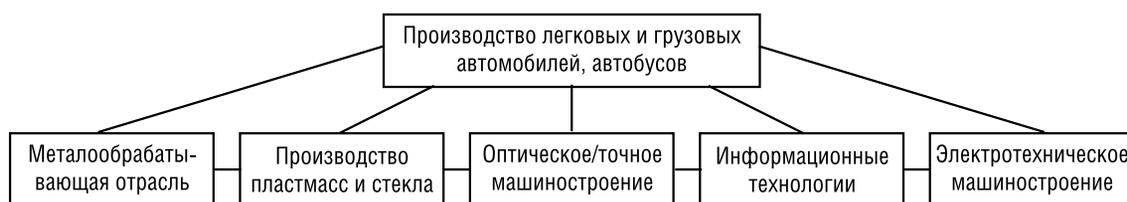


Рис. 3. Входящие отрасли и взаимосвязи между смежными отраслями

Роли взаимодействующих фирм:

- Покупатель-продавец
- Конкурент-партнер: конкурирующие фирмы в кластере, являясь конкурентами, осознают, что совместно они могут намного эффективнее решать общие проблемы. В результате, возникает множество форм кооперации, за счет которых увеличивается конкурентоспособность всего кластера в целом.
- Пользователи общих ресурсов: связи возникают в результате кооперации фирм по использованию общих ресурсов.

Межфирменные взаимосвязи: кейс автомобилестроения в Германии

Ведущие производители автомобилей в регионе:

- *Volkswagen Group*, включая *Audi* (с 1964 г.)
- *DaimlerChrysler*, включая *Mercedes-Benz*
- *BMW*
- *Porsche*
- *Ford* и *Opel* (материнские компании: Ford Premier Auto Group (PAG) и General Motors (GM)).
- В регионе присутствуют также производители грузовых автомобилей, сельскохозяйственных машин и автобусов (*Kyssbohrer*, *Neoplan*, *Iveco*, *John Deere*, *Evo Bus* и *Mercedes-Benz*).

Прямые поставщики, такие как *Behr*, *Bosch*, *Eberspacher*, *Knecht*, *Mahle* и *ZF Friedrichshafen AG* производят компоненты с высокой степенью переработки на 194 заводах.

Помимо крупных компаний существует большое **средних и малых число поставщиков** (в основном это семейные компании).

Основная часть компонентов производится внутри кластера. Всего более 2000 предприятий, включая вспомогательных поставщиков, дистрибьюторов и производителей специализированных машин, имеют отношение к автопрому региона. Отношения между отраслями выстроены по принципу субподряда.

Наибольшее значение для развития кластера имеет наличие в регионе большого числа предприятий электронной промышленности (их около 1000). Это обусловлено тем, что по прогнозам к 2015 г. на долю электронных компонентов в небольшом легковом автомобиле будет приходиться 40% общих затрат.

В регионе присутствуют ведущие компании таких секторов, как авиация и аэронавтика (например, *EADS*, *DASA* и *Zeppelin Luftschifftechnik*). Большую роль для развития кластера играют технологии, используемые в данных секторах, а также опыт в области инженерной механики.

Факторы успешного развития кластера

Факторы успеха: $4+2+1=7$

Согласно Майклу Портеру, существует четыре основных предпосылки для успешного развития кластера в регионе:

1. **Условия спроса:** регион обладает развитым спросом на продукцию отрасли.
2. **Условия факторов производства:** регион обладает ресурсами, интенсивно используемыми в отрасли.
3. **Развитие смежных и поддерживающих отраслей:** в регионе развиты фирмы-поставщики сырья и материа-

Таблица 4

Этапы развития промышленного кластера

Фаза	Структура кластера	Рынки сбыта
Зарождение	Существует несколько фирм, слабые связи между фирмами	Отдельные ниши регионального рынка
Рост	Количество фирм достигает критической массы. Инновационные прорывы. Создание специализированных институтов по развитию кластера. Развитие смежных и поддерживающих отраслей, производителей оборудования. Развитие системы специального образования. Приток ресурсов в кластер из других отраслей и регионов	Насыщение регионального рынка. Активная дифференциация продукции
Зрелость	Стабилизация и воспроизводство структуры кластера. Замедление роста инвестиций в кластере	Расширение продуктового ряда. Насыщение странового рынка. Переход к масштабному экспорту продукции. Экспорт продукции смежных отраслей. Экспорт услуг и технологий
Трансформирование	Исчерпание прежнего потенциала развития кластера. Поиск новых направлений развития	Продуктовые инновации. Диверсификация

лов, производители оборудования, сектор услуг и прочая инфраструктура.

4. **Стратегия фирм:** в регионе есть производители, которые способны сформировать и воплощать в жизнь конкурентоспособные стратегии развития.

Структура рынка и конкуренция: в регионе существует большое количество фирм в отрасли.

Помимо этого М. Портер указывает ещё на два фактора:

5. **Случай.**

6. **Политика правительства:** государство может целенаправленно влиять на формирование кластеров.

И отдельно на основе опыта Финляндии можно выделить 7 фактор: **международная бизнес-активность:** взаимосвязи фирм в кластере с иностранными партнерами.

Этапы развития кластера: кейс итальянской керамики

Керамический кластер начал зарождаться после второй мировой войны, благодаря тому, что в Италии, которая восста-

навливалась после разрушений, был высоким спрос на строительные материалы и, в частности, керамическую плитку (рис. 4).

Толчком для освоения новых технологий стал энергетический кризис 1973-1974 гг. Для снижения издержек была разработана технология однократного обжига. Данная технология позволила сократить производственный цикл с 16-20 часов до 1 часа, а также сократить численность занятых более чем в 2 раза.

Изначально предприятиям приходилось импортировать сырье — белую глину, а также производственное оборудование (печи для обжига, прессы для формовки, глазурировочные машины). Однако постепенно стали переходить на местное сырье — красную глину. Началось освоение собственного производства технологического оборудования. Первоначально оно использовалось для оснащения предприятий кластера, однако затем начался уже экспорт оборудования в другие страны мира, который превысил продажи на внутреннем рынке.

Развитие кластера привлекало к себе рабочих из других отраслей и компаний.

Год	1945	1950	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995
Новые направления деятельности								Экспорт дизайнерских услуг			
Поддерживающие институты				Создание ассоциации Assopiastrelle			Создание центра Керамики в Болонье (1976)		Создание торговых представительств за рубежом		
Сырье и материалы	Импорт белой глины		Переход на собственную красную глину и газ								
Оборудование	Импорт оборудования		Производство оборудования для собственных нужд			Производство оборудования для экспорта					
Важнейшие инновации							Технология однократного обжига (1973)		Переход на непрерывный процесс обжига		
Трудовые ресурсы				Приход квалифицированных кадров из других отраслей							
Основной рынок сбыта	Внутренний					Внешний					

Рис. 4. Эволюция керамического кластера в Сассуоло, округ Эмилия-Романья (Италия)

Так, происходил рост занятости в производстве керамической плитки за счет перехода работников с крупных автомобилестроительных компаний *Ferrari, Maseratti, Lambordgini*. Также развивались поддерживающие отрасли: производство упаковки, глазури, форм, оказание транспортных услуг).

Предприятия объединяли свои ресурсы для развития в рамках ассоциации Assopiastrelle. Она осуществляла оптовые закупки сырья и материалов, проводила исследования внешних рынков, создавала торговые представительства за рубежом, оказывала консультационные услуги (законодательство, бухгалтерский учет).

Для проведения производственно-технических исследований был создан Центр керамики в Болонье. Его учредителями являются Университет, ассоциация Assopiastrelle и региональное агентство.

Факторы развития кластера: кейс производства телефонов в Китае

Китай стал крупнейшей производственной базой мобильных телефонов в мире. По данным Министерства информационной индустрии, выпуск мобильных телефо-

нов в Китае в 2004 г. составил 143 миллиона шт. (что составляет 40% мирового выпуска), а экспорт достиг 100 миллионов. В настоящее время кластер по производству мобильных телефонов формируется в северной провинции Китая *Zhejiang*.

Ряд зарубежных компаний, таких как *Motorola, Mitsubishi, Nokia, Siemens* и *Sagem*, учредили предприятия и исследовательские центры в этой провинции.

Условия спроса

Производство мобильных телефонов находится в Китае в фазе роста. Отечественные производители активно создают новые поколения продукта, чтобы удовлетворить динамично растущий спрос.

Условия факторов производства, связанные с поддерживающими производствами

Географическое положение выгодно с точки зрения продажи продукции близлежащим метрополиям — большим городам, экономически и культурно доминирующим в данном регионе. Кроме того, фирмы имеют в своем распоряжении большое количество работников с высшим образова-

нием — выпускников университетов, расположенных в дельте реки Янцзы. Другим преимуществом является наличие мощных вспомогательных поставщиков, как, например, Foxconn — знаменитый тайваньский производитель системных плат.

Стратегия, исследования и разработки

По сравнению с фирмами традиционной промышленности, производители телефонов намного более активно перенимают технологическую стратегию и пристально следят за исследованиями и разработками. Например, *Bird* — крупнейший китайский производитель, — 6% ежегодных продаж вкладывает в исследования и разработки. Эти фирмы также привлекают высококлассный персонал, например, зарубежных студентов, для усиления технологических возможностей. Имеет место кооперация с иностранными фирмами в сфере исследований и разработок, а также производства.

Способы и результаты технологического внедрения

Китайские производители мобильных телефонов используют различные подходы, включая совместное производство, совместные исследования и поглощения. Большинство отечественных фирм организовали совместные предприятия с зарубежными партнерами.

- Eastcom имеет долгосрочные отношения по совместному производству продукции с *Motorola*. Узнав от зарубежного партнера механизм контроля качества, *Eastcom* стал известен на отечественном рынке высоким качеством своей продукции.

- *Bird* поддерживает аналогичные отношения с французским партнером *Sagem*.

- В то же время другой китайский производитель *Soyea* организовал совместное производство и исследования с *Mitsubishi*.

- Следующее поколение мобильных телефонов стандарта 3G — шанс для лю-

бого конкурента. Определение индустрии мобильных телефонов можно расширить, включив в рассмотрение программное обеспечение станций радиосвязи. В итоге, можно обнаружить новую форму технологического трансфера. В Китае *Nokia* использует аутсорсинг в развитии программного обеспечения, предлагая фирмам необходимое обучение и техническую поддержку.

- Другой интересный феномен — компании, приходящие из других отраслей. *Holly* — крупнейший производитель электрических счетчиков в мире. В 2001 г. *Holly* поглотила *CDMA* (одно из отделений *Philips*), став активным конкурентом в развитии 3G-технологии.

Таким образом, китайские фирмы перенимают технологии и постепенно совершенствуют дизайн и улучшают контроль качества.

Почему промышленные кластеры эффективны

Можно выделить три типа эффективности фирм внутри промышленного кластера:

- *Cost* — снижение издержек,
- *Growth* — ускорение инвестиций и роста,
- *Innovation* — усиление инновационной активности.

Далее перечисляются эффекты, приводящие к повышению конкурентоспособности фирм в кластере. При этом мы классифицируем уровни, на которых данные эффекты возникают.

Уровень отдельной фирмы

- Низкие издержки начала бизнеса (*Cost*)

Межфирменный уровень

- Сокращение транспортных издержек: поставки промежуточных продуктов внутри кластера создают экономию на транс-

портных издержках. Общая логистика (*Cost*).

- Сокращение транзакционных издержек: фирмам внутри кластера проще договариваться, так как все хорошо друг друга знают (*Cost*).

- Развитие смежных производств и производителей технологического оборудования (*Growth*).

- Положительные внешние эффекты: обмен технологиями, например, распространение новых знаний через контакты работников фирм (*Innovation*).

- Совместное финансирование общих ресурсов, например, совместная закупка оптовых партий сырья, приобретение дорогостоящего оборудования (*Cost*).

- Высокая инновационная активность фирм за счет высокой конкуренции (*Innovation*).

Уровень региональной внешней среды

- Развитие специализированных ресурсов в первую очередь человеческого капитала (*Growth*).

- Развитие поддерживающих секторов: специализированные материалы, услуги, инфраструктура (*Growth*).

- Развитие специализированных институтов: образование, научно-технические исследования, маркетинг, финансы, дизайн и т.д. (*Growth*).

- Низкие агентские издержки финансирования: финансирование идет из местных банков и венчурных фондов, которые хорошо знают предприятия, входящие в кластер (*Growth*).

Уровень международной внешней среды

- Формирование международного имиджа кластера, например, китайский фарфор, чешское стекло, итальянская обувь, итальянская керамика (*Growth*).

- Приток иностранных инвестиций за счет понятной для инвесторов отраслевой специализации региона (*Growth*).

- Приток специализированной рабочей силы из других регионов (*Growth*).

Продолжение следует.

Герасименко Н.А.

ФАС: ПРОБЛЕМЫ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Ответы на вопросы читателей по конкурентному законодательству

Разъясните, пожалуйста, что следует понимать под «участием в хозяйственном обществе» физического или юридического лица согласно п. 1 части первой ст. 9 Закона о защите конкуренции.

О. В. Фешев, г. Москва

В соответствии с теорией предпринимательского права и законодательством субъектами конкуренции являются отдельные хозяйствующие субъекты и группы лиц. Понятие «группа лиц» раскрывается в ст. 9 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» путем перечисления совокупности юридических признаков лиц, взаимосвязанных и взаимовлияющих друг на друга. Поэтому положения названной нормы нуждаются в толковании.

На основании п. 1 части первой ст. 9 Закона о защите конкуренции группой лиц признаются хозяйственное общество (товарищество) и физическое лицо или юридическое лицо, если такое физическое лицо или такое юридическое лицо имеет в силу своего участия в этом хозяйственном обществе (товариществе) либо в соответствии с полномочиями, полученными от других лиц, более чем пятьдесят процентов общего количества голосов, принадлежащих на голосующие акции (доли) в уставном (складочном) капитале этого хозяйственного общества (товарищества). По мнению большинства специалистов в области предпринимательского права, проблема «участия в хозяйственном обществе» указанных субъектов тесно связана с решением вопроса о правовой природе отношений между юридическим лицом и его участником в целях выявления особен-

ностей и специфики корпоративных (или акционерных) отношений.

Во-первых, это особые имущественные отношения. Так, например, Е. А. Суханов проводит дифференциацию всех имущественных отношений, входящих в предмет гражданско-правового регулирования, на отношения, связанные с принадлежностью имущества определенным лицам (вещные правоотношения); отношения, связанные с управлением этим имуществом (корпоративные, или членские правоотношения); отношения, опосредствующие переход имущества от одних лиц к другим (обязательственные правоотношения).

Как полагает ряд ученых, корпоративные правоотношения представляют собой относительные имущественные, но отличные от обязательственных правоотношений, правовые связи между корпорацией и ее участниками, содержание которых сводится к предоставлению участникам корпорации обеспеченной законом возможности в какой-либо форме управлять делами корпорации и участвовать в имущественных результатах ее деятельности.

Во-вторых, это обязательства. Такой точки зрения придерживается, в частности, Д. В. Мурзин, по мнению которого корпоративные (или управленческие) правомочия акционера предстают как имущественные обязательственные отношения по совокупности нескольких признаков:

- 1) возможность их денежной оценки; 2) «оборотоспособность», т. е. возможность свободного отчуждения, обращения права на управление акционерным обществом; 3) возможность принудительного исполнения права на управление корпорацией.

В-третьих, это особые, сложные по структуре правоотношения, сочетающие в себе имущественные и неимущественные правомочия их участников. В частности, В.С. Ем и Н.В. Козлова полагают, что в корпоративном правоотношении в качестве элементов выступают: а) юридические связи между корпорацией и отдельными его участниками; б) юридические связи между участниками корпорации, причем в данных связях участники корпоративного правоотношения являются носителями как имущественных, так и неимущественных прав.

В-четвертых, это неимущественные отношения. По мнению Ф.О. Богатырева, корпоративные отношения существуют наряду с обязательственными и являются относительными неимущественными отношениями.

Из вышеизложенного ряд специалистов в научных работах делает выводы следующего характера.

1. Правоотношения, возникающие между корпорацией и ее участниками, — это гражданские организационно-правовые отношения. К ним относятся правоотношения, связанные с избранием органов управления акционерного общества; правоотношения, в рамках которых происходит реализация права акционера на участие в управлении делами акционерного общества, права акционера на участие в общем собрании акционеров; правоотношения, содержанием которых является право акционера на получение информации о деятельности акционерного общества и корреспондирующая этому праву обязанность акционерного общества предоставить такую информацию, и некоторые иные правоотношения. Они направлены на возникновение либо упорядочение имущественных отношений между акционерным обществом и его акционерами (в частности, отношений, связанных с выплатой дивидендов, стоимости имущества в случае ликвидации акционерного общества), имеют применительно к имущественным отношениям служебный, вспомогательный характер.

2. Понятия «корпоративные отношения», «членские отношения», «акционерные отношения», используемые в юридической литературе, — это тождественные по сути понятия, обозначающие отношения, складывающиеся между юридическим лицом и его участниками. В основе отношений между юридическим лицом и его участниками лежит либо объединение имущества, капитала («корпоративные отношения» или «акционерные отношения»), либо личное неимущественное участие в делах юридического лица, членство («членские отношения»). Это подтверждается нормами действующего гражданского законодательства. В силу положений п. 1 ст. 67 Гражданского кодекса РФ и ст. 31 Федерального закона «Об акционерных обществах» участники хозяйственного общества (акционеры) имеют следующие права:

право участвовать в управлении делами общества; право получать информацию о деятельности общества и знакомиться с его бухгалтерскими книгами и иной документацией; право принимать участие в распределении прибыли; право получать в случае ликвидации общества часть имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами, или его стоимость.

3. Понятие «корпоративные отношения» следует рассматривать как аналогичное понятию «участие в хозяйственном обществе». Оно предполагает, что участники хозяйственного общества имеют как имущественные права (право на участие в распределении прибыли, право на получение части имущества в случае ликвидации общества), так и неимущественные права (право на участие в управлении делами общества, право на получение информации).

Что касается «иного способа участия», позволяющему юридическому или физическому лицу, не являющемуся акционером, косвенно участвовать в управлении, то в данном случае необходимо пояснить следующее.

Гражданское законодательство понимает под участниками хозяйственного товарищества или общества три категории

лиц: учредители, акционеры и вкладчики. По мнению некоторых юристов, права, предоставляемые участнику (учредителю, акционеру, вкладчику) хозяйственного товарищества или общества, следует относить к обязательственным, возникающим не из договора при этом соответствующее обязательство возникает не из договора, а из сложного юридико-фактического состава, появляющегося в результате приобретения прав участника (учредителя, акционера, вкладчика) хозяйственного товарищества или общества. Обязательство, возникающее в связи с таким участием, в свою очередь, имеет особую специфику, обладает свойственным всему корпоративному праву организационным характером, что отличает его от двусторонних обязательств, вытекающих по общему правилу из сделок (договоров), причинения вреда или неосновательного обогащения.

Несмотря на то, что в п. 4 ст. 66 ГК РФ говорится лишь об участниках хозяйственных товариществ и обществ, содержащиеся в нем правила применимы как к участникам, включая акционеров и вкладчиков, так и к учредителям подобных юридических лиц. Как отмечают специалисты, в отличие от ГК РФ специальные федеральные законы, посвященные отдельным организационно-правовым формам юридических лиц, проводят различие между учредителями и участниками: учредителями признаются лица, принявшие решение о создании в форме учреждения организации и в то же время становящиеся после государственной регистрации юридического лица участниками (акционерами) юридического лица; к подобным лицам можно и далее применять наименование учредитель, даже если они впоследствии перестанут быть участниками соответствующего юридического лица. При этом права и обязанности лица как учредителя прекращаются с исполнением обязанностей, связанных с учреждением хозяйственного товарищества или общества. Права и обязанности лица как участника (акционера, вкладчика) возникают с момента государ-

ственной регистрации юридического лица и действуют, в принципе, бессрочно (за исключением случая, когда юридическое лицо создается на срок — в таком случае права участника действуют в течение срока существования юридического лица).

Закон об акционерных обществах также указывает, какие акционеры не могут участвовать в управлении делами акционерного общества (п. 1 ст. 34).

Из вышеизложенного следует, что «иной способ участия» — это участие вкладчика (участника) в деятельности хозяйственного общества в пределах, установленных законодательством. Поэтому в группу лиц по основанию, указанному в п. 1 части первой ст. 9 Закона о защите конкуренции, могут входить: учредитель, акционер (доверенное лицо), а также вкладчики, владеющие более 50 % акций (долей) в уставном (складочном) капитале хозяйственного общества (товарищества). В последнем случае такое право указанное лицо может получить на основании соглашений (доверительное управление, договор купли-продажи, о совместной деятельности, поручения и другие сделки) и согласованных действий. Косвенное распоряжение голосами возможно только путем фактического распоряжения ими через третьих лиц, по отношению к которым первое лицо обладает вышеперечисленным правом или полномочием.

В каких случаях родственники физического лица, образующего группу лиц с хозяйственным обществом, входят в указанную группу?

В. Н. Миронов, г. Зеленоград

Согласно п. 13 и 14 части первой ст. 9 Закона о защите конкуренции, если физическое лицо входит в группу лиц с хозяйственным обществом по какому-либо из указанных в п. 1–13 оснований, то в эту же группу входят также родственники первого и второго колена (очереди) указанного физического лица. Перечень данных лиц содержится в п. 13 названной статьи.

ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ

Боголюбова Н. П., Плещева В. В.

Ресурсы домашних хозяйств — внутренний инвестиционный потенциал экономики России

Ибрагимов С. Т.

Инфляция в экономике Казахстана и России и некоторые направления ее снижения

Фролова Е. Д.

Конкурентоспособность региона в глобальной экономике: геоэкономический подход

Сандлер Д. Г.

Эффективность — общая цель и основа конкурентоспособности

ПРЕДСТАВЛЯЕМ ВАШЕМУ ВНИМАНИЮ АННОТАЦИИ ОТДЕЛЬНЫХ СТАТЕЙ

Боголюбова Н.П., к. э. н., доцент кафедры экономической теории, зам. декана экономического факультета по развитию и магистратуре, УрГУ (г. Екатеринбург)

Плещева В.В., студентка магистратуры экономического факультета, УрГУ (г. Екатеринбург)

РЕСУРСЫ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ — ВНУТРЕННИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Неблагоприятная конъюнктура мирового финансового рынка и существенно сократившиеся возможности «дешевых» заимствований за рубежом остро ставят вопрос о поиске и вовлечении в оборот внутренних источников временно свободных денежных средств. Одним из таких источников являются сбережения сектора домашних хозяйств. Настройка финансовой системы страны на привлечение ресурсов домашних хозяйств дает возможность увеличить внутренний инвестиционный потенциал экономики России. За временно свободные денежные средства домашних хозяйств уже началась серьезная борьба между ключевыми игроками финансового рынка: банками, ПИФами, негосударственными пенсионными фондами, страховыми компаниями и акционерными обществами. Кому доверит (и доверит ли?) население свои сбережения? Успех конкурентной борьбы за ресурсы, сосредоточенные в руках домашних хозяйств, зависит от того, насколько полным и глубоким является понимание факторов сберегательного поведения населения; целей и мотивов, которыми ру-

ководствуются домохозяйства, совершая выбор в пользу той или иной формы сбережений. Немаловажной представляется и адекватная оценка структуры конкретного регионального рынка сбережений физических лиц, позволяющая принять эффективные решения относительно методов конкурентной борьбы и способов привлечения контрагентов.

Ибрагимов С.Т., д. э. н., депутат Мажилиса Парламента Республики Казахстан

ИНФЛЯЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ КАЗАХСТАНА И РОССИИ И НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СНИЖЕНИЯ

Всплеск роста инфляции в Казахстане по сути означает, что борьба с инфляцией становится доминантной проблемой ближайших лет. Сейчас по уровню инфляции страна отброшена почти на 10 лет назад, ухудшается социально-экономическое положение, инвестиционный климат, падает текущий индекс рейтинга конкурентоспособности и возможности ее роста в перспективе. Надо признать, что наряду с негативным действием плохо контролируемых внешних факторов, в условиях повышающейся внешнеэкономической уязвимости внутреннего рынка Казахстана, в то же время такой высокий уровень инфляции — результат недалековидной и недостаточно эффективной работы органов государственной власти. Последние на фоне достигнутых страной социально-экономических успехов ослабили поиск более эффективных и адекватных вызовам глобальной экономики форм и методов регулирования инфляции.

Дискуссия о природе инфляции с переменным успехом ведется не первое десятилетие. Между тем конкретный механизм и инструменты сдерживания инфляции разнятся в зависимости от того, какая причина инфляции превалирует. По мнению автора, опасно объяснять инфляцию действием одного фактора — быстрым ростом денежного предложения (денежной массы в обращении) как это делают многие казахстанские и российские экономисты. Это, по крайней мере, спорно применительно к состоянию и развитию современной макроэкономической и финансовой ситуации Казахстана и России. В отличие от стран развитого рыночного хозяйства, где временем отработан механизм выравнивания денежного спроса и предложения в случае нарушения относительного равновесия, в обеих странах быстро растущий денежный спрос (все в большей степени формирующейся за счет заемных средств) наталкивается на узость внутреннего рынка с постоянно увеличивающейся долей товарного импорта.

Ретроспективный анализ темпов экономического роста и уровней инфляции ряда стран мира, проведенный автором за длительный, почти двадцатилетний временной интервал в принципе не подтверждает тезис о наличии сколь-либо значимой устойчивой взаимосвязи между ними. Однако в Казахстане, да и в России, где уровень инфляции более высок, чем в странах развитой экономики и качество экономического роста значительно ниже, зависимость между темпами роста ВВП и инфляцией ошутима.

ПОДПИСКА 2008

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:

по каталогу агентства «**Роспечать**» (на I-II полугодие 2008 г.), подписной индекс **36207**;
по объединенному каталогу «**Пресса России**» (на I-II полугодие 2008 г.), подписной индекс **88060**;
через редакцию журнала, тел./факс (495) 987-4374, e-mail: book@marketds.ru
Доставка осуществляется заказной бандеролью с уведомлением.

Учредитель и издатель ООО «Маркет ДС Корпорейшн»
Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77–25191

Редакция:

Руководитель департамента периодики Н.В. Разевиг
Ответственный секретарь В.А. Волнин
Литературный редактор Л.Д. Рубан
Дизайн макета Б.В. Зипунов
Верстка С.А. Биленко

Адрес редакции:

125190, Россия, Москва, Ленинградский просп., д. 80, корп. Г, оф. 505
Тел.: (495) 987-43-74
e-mail: book@marketds.ru; www.marketds.ru

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.

Отпечатано в ОАО «Красногорская типография».
143400, Мос. обл., г. Красногорск, Коммунальный кв., д. 2
Заказ №