

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

СОВРЕМЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Май-июнь 2009 года № 3 (15)

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	14
Обзор литературы	15

Конкуренция: вопросы теории (тема номера)

От редакции	17
-----------------------	----

Фридрих фон Хайек

Смысл конкуренции	18
-----------------------------	----

Настоящая работа воспроизводит основное содержание лекции, прочитанной в Принстонском университете 20 мая 1946 г. Впоследствии она была включена в книгу «Индивидуализм и экономический порядок». В работе автор критикует неоклассический подход к теории конкуренции, а следующая цитата наиболее полно передает ее содержание: «... то, о чем идет речь в теории совершенной конкуренции, вообще имеет мало прав называться "конкуренцией"... если бы допускаемое теорией совершенной конкуренции положение вещей существовало всегда, оно не только не оставило бы места всем видам деятельности, описываемым глаголом "конкурировать", но и сделало бы их, в сущности, невозможными».

Антимонопольное регулирование

От редакции	28
-----------------------	----

Постановление от 30 апреля 2009 г., № 386

«О случаях допустимости соглашений между кредитными и страховыми организациями»	29
--	----

Бондарева Ю. Э.

К вопросу допустимости соглашений (первый опыт так называемых «групповых исключений»)	33
--	----

Дрючина Е. И.

Антимонопольное регулирование субъектов финансового рынка	42
---	----

Среди различных направлений общегосударственного регулирования и контроля субъектов финансового рынка, осуществляемого в настоящее время Министерством финансов Российской Федерации, Федеральной службой по мониторингу финансовых рынков, Центральным банком Российской Федерации, выделяется регулирование отношений, влияющих на конкуренцию субъектов финансового рынка (рынка банковских услуг, рынка страховых услуг, рынка ценных бумаг, рынка иных финансовых услуг). Стремительный рост числа субъектов финансового рынка, наблюдаемый за последние годы в России, диктует необходимость формирования добросовестной конкурентной среды в этой области. Весьма важными и актуальными являются вопросы, связанные с антимонопольным регулированием деятельности субъектов финансового рынка.

Данная статья предназначена и будет интересна для студентов, аспирантов, преподавателей экономических вузов, работников банковской системы, специалистов федеральной антимонопольной службы.

Региональная конкуренция

Рожков Ю. В., Чёрная И. П.

Новая парадигма конкуренции регионов	51
--	----

В статье раскрываются особенности различных типов конкуренции и конкурентоспособности регионов. Анализируя субъект-объектную природу межрегиональной конкуренции в современных условиях, авторы приходят к выводу, что российские регионы втянуты одновременно в экономическую, пространственную и сетевую конкуренцию, что значительно осложняет формирование и реализацию региональной политики в условиях мирового финансового кризиса.

Праздничных А. Н.

Кластерный подход — инструмент повышения конкурентоспособности региона.	63
---	----

В современном экономическом сообществе не прекращается дискуссия о преимуществах и недостатках, уровнях и формах реализации кластерного подхода теории повышения конкурентоспособности региона. Кластерная теория является в мире едва ли не самым модным инструментом государственной политики повышения конкурентоспособности. Впервые выдвинутая почти 20 лет назад профессором Майклом Портером, она уже активно используется многими странами на межгосударственном, государственном и региональном уровнях. Об успехах и возможности ее применения в России по просьбе редакции журнала рассказывает Алексей Праздничных — руководитель и участник различных программ по исследованию конкурентоспособности и экономическому развитию, один из экспертов, участвовавших в разработке первой «Концепции развития территориальных производственных кластеров», подготовленной Минэкономразвития (МЭРТ).

Романова О. А., Макарова И. В.

Кооперация как условие конкурентного развития региона	67
---	----

Авторы статьи обосновывают роль кооперации как инструмента наращивания конкурентоспособности саморазвивающихся региональных экономических систем. На примере базовых отраслей экономики Свердловской области авторы провели анализ уровня кооперации, обозначили причины ее недостаточного развития и определили стратегические направления эффективного взаимодействия между элементами хозяйственной системы.

Стратегия и тактика

Алавердов А. Р.

Кадровая стратегия предприятия в условиях системного кризиса	81
--	----

В статье аргументируется необходимость актуализации кадровой стратегии предприятия как одно из условий сохранения его конкурентоспособности в условиях системного кризиса. Аргументируется недопустимость одновекторной направленности антикризисной стратегии на сокращение издержек предприятия по кадровому направлению деятельности. Формулируются общие требования к новой кадровой стратегии и основные направления ее актуализации.

Гершман М. А.

Управление идеями в России: практическое исследование	87
---	----

В целях повышения конкурентоспособности своих предприятий западные менеджеры применяют различные подходы к управлению инновациями. В частности, управление идеями рассматривается как важный элемент инновационной деятельности, определяющий ее конечный результат. А как управляют идеями российские менеджеры? Уделяют ли они внимание данному фактору? В настоящей статье изложены и проанализированы результаты проведенного в 2008 году исследования, которые отчасти позволяют ответить на этот вопрос.

Учебно-методические материалы

Фатхутдинов Р. А.

Сущность конкурентоспособности	99
--	----

Исторические хроники

Джеймс Л. Узст

Старообрядцы и предпринимательская культура в царской России	130
--	-----

Неизменное присутствие религиозных диссидентов-старообрядцев среди первых российских предпринимателей естественным образом подталкивало историков к мысли рассматривать их как российский аналог веберовских предпринимателей-кальвинистов.

В данном очерке исследуется парадоксальная роль, которую старообрядчество сыграло в появлении и развитии частного предпринимательства в России.

Анонс

Читайте в следующем номере:	144
---------------------------------------	-----

НОВОСТИ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА

Июнь

Делегация Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) 2–5 июня 2009 года приняла участие в 8-й ежегодной конференции Международной конкурентной сети (МКС), организованной Швейцарским конкурентным ведомством в г. Цюрихе (Швейцария). На состоявшемся в ходе конференции заседании Координационного комитета МКС произошло знаковое для ФАС России событие — избрание ФАС России в постоянные члены Координационного комитета МКС.

В качестве члена Координационного комитета ФАС России сможет более эффективно отстаивать свои позиции и позиции стран СНГ по вопросам конкуренции. Данному событию предшествовали годы активной плодотворной работы ФАС России в деятельности МКС и по внедрению результатов работы МКС в национальное конкурентное законодательство и правоприменение.

В ходе конференции в Цюрихе также состоялись двусторонние встречи с руководителями ряда различных конкурентных ведомств для обсуждения перспектив двустороннего сотрудничества в области конкурентной политики и участия в Международной конференции по конкуренции под эгидой БРИК, которая будет проходить с 31 августа по 2 сентября 2009 г. в г. Казани.

В этом году Конференцию МКС посетило более 450 делегатов из 80 юрисдикций, включая более 100 негосударственных экспертов. На ежегодной Конференции МКС в этом году были освещены вопросы реальных, конкретных результатов деятельности МКС по усилению конкурентного права и политики в общемировом масштабе.

На конференции конкурентные ведомства и негосударственные эксперты совместно работали над разработкой и совершенствованием наилучших методик в сфере конкурентной политики и правоприменения в таких областях, как картели, сделки по слияниям, одностороннее поведение/доминирующее положение, эффективность работы ведомства и адвокатирующие конкуренции, что способствовало достижению более глубокого понимания общих интересов и разногласий. В рамках МКС также прошел форум, на котором обсуждались проблемы транс-национальных сделок по слияниям.

*Пресс-служба ФАС России,
11.06.2009*

★ ★ ★

8 июня 2009 года состоялось очередное заседание Правительственной комиссии по контролю за осуществлением иностранных инвестиций в Российской Федерации (Правительственная комиссия). Федеральной антимонопольной службой для рассмотрения на этом заседании были внесены 11 ходатайств иностранных инвесторов, 5 из них были рассмотрены по существу, а по 6 взаимосвязанным ходатайствам принято решение о продлении срока их рассмотрения.

В частности были поддержаны запросы, связанные с реструктуризацией стратегических активов в горнодобывающей промышленности, транспортном машиностроении и некоторых других отраслях. По нескольким сделкам Правительственная комиссия приняла решение о предварительном согласовании сделки при наличии соглашения с заявлением об обеспечении выполнения заявителем нескольких обязательств, предусмотренных ст.12 ФЗ «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства».

В этой связи сразу после получения протокольного решения Правительственной комиссии управлением контроля иностранных инвестиций ФАС России с заявителями будут прорабатываться вопросы условий исполнения этих обязательств и подписания соответствующих соглашений с иностранными инвесторами.

В настоящее время на рассмотрение ФАС России поступило более 60 ходатайств от иностранных инвесторов, кроме того, в период с октября 2008 года по май 2009 года в ФАС России поступило 261 уведомление.

Как отмечают в ФАС России, создание необходимых механизмов по контролю соблюдения ФЗ «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства» способствует усилению привлекательности национальных рынков для инвесторов и повышению их конкурентоспособности.

*Пресс-служба ФАС России,
9.06.2009*

* * *

В Санкт-Петербурге закончил свою работу XIII Международный экономический форум. В рамках форума прошло несколько десятков дискуссий, подписан целый ряд соглашений и контрактов. Форум собрал в этом году свыше 3,5 тысяч участников, больше 250 официальных делегаций, около 400 отечественных и 300 зарубежных компаний. В число участников форума вошли министры из различных стран и заместители председателей правительств.

Значение форума для обеспечения открытого диалога между странами отметил в своем выступлении на форуме Президент Российской Федерации Дмитрий Медведев. Он, в частности, сказал, что форум проходит в особенный, очень непростой для всего мира период. По оценкам большинства экспертов, мы находимся на пике глобального кризиса, в середине самой глубокой рецессии. Объем проблем в денежном выражении измеряется триллионами, причем в любой валюте. Закрыться от глобального кризиса не удалось никому.

Программа работы экономического дня форума включала в себя обсуждение антикризисных программ; новых моделей рыночной экономики и долгосрочных последствий кризиса; новых угроз глобальной безопасности, спровоцированных экономическим кризисом; вопросов усиления роли международной кооперации и противостояния протекционизму; социальной политики в условиях кризиса и др.

*РИА «Новости»,
8.06.2009*

* * *

Госдума приняла в первом чтении «антикризисные» поправки в бюджет на 2009 год. В правительственном законопроекте «О внесении изменений в федеральный закон “О федеральном бюджете на 2009 год и на плановый период 2010 и 2011 годов”» уточняется порядок предоставления государственных гарантий по невозвращенным кредитам. По мнению экспертов, получить гарантии будет легче, но закон открывает лазейку для коррупции.

Принятые депутатами поправки формально сохраняют субсидиарный принцип исполнения госгарантий. Но теперь банки могут обращаться за исполнением гарантии, не взыскивая предварительно залоги со своего отказавшегося платить по кредиту клиента. То есть фактически банк может одновременно начать взыскивать залоги и обращаться за госгарантиями.

Еще одно изменение — сокращен срок действия предоставления государственной гарантии. Раньше за ней можно было обращаться в течение двух лет с момента отказа кредитополучателя расплатиться по своим долгам, теперь банкир сможет получить причитающиеся ему деньги в течение 70 дней.

Депутаты считают, что в нынешнем варианте госгарантии должны заинтересовать банкиров и расшевелить процесс кредитования ими реального сектора.

В то же время член комитета Госдумы по бюджету и налогам, депутат Оксана Дмитриева придерживается противоположного мнения: «Банкам выгодны принятые поправки, поскольку они могут сначала получить гарантии, а потом еще реализовать залог и оставить деньги себе, то есть получить больше того, что им причитается». По ее мнению, такая растрата государственных денег — слишком большая роскошь в кризисное время.

Руководитель корпоративной практики «ФБК-право» Александр Ермоленко предполагает, что государство все же будет принимать во внимание получение денег от реализованных банком залогов и, исходя из этого, определять сумму госгарантий.

Ну и последнее. По мнению аналитиков, неопределенность в стоимости залогов может стать поводом для взяток и «откатов».

*<http://www.expert.ru>,
11.06.2009*

* * *

Реальный рост валового внутреннего продукта России в 2009 году, вероятно, сократится до отрицательного показателя — минус 6%, а уровень безработицы к концу года составит 12%. Такие данные приведены в новом докладе ООН «Экономическая ситуация в 2008–2009 годах в регионе Европейской экономической комиссии: Европа, Северная Америка и Содружество Независимых Государств».

Доклад направлен на рассмотрение участникам ежегодной сессии Экономического и социального Совета ООН (ЭКОСОС), запланированной на июль.

«Снижение темпов экономического роста в СНГ, включая Российскую Федерацию, в течение нынешнего кризиса было экстраординарным и, вероятно, представляет собой самый крутой «поворот фортуны» в какой-либо стране основных регионов мира... В Российской Федерации реальный рост ВВП, вероятно, сократится с 8,1% в 2007 году до минус 6% в 2009 году», — говорится в документе.

Эксперты ООН отмечают, что «это весьма необычно, поскольку Российская Федерация имела лишь небольшое число «токсичных» активов в разгар кризиса, большое положительное сальдо баланса по текущим платежам и весьма крупные международные валютные резервы, незначительный государственный долг и большой профицит бюджета».

Новый рабочий прогноз Минэкономразвития РФ предполагает падение ВВП РФ в текущем году на 6–8%, ряд чиновников и экспертов не исключают более глубокого спада в экономике.

Авторы доклада ООН ожидают, что «реальный рост ВВП в СНГ снизится с 8,6% в 2007 году до негативного показателя минус 5,2% в 2009 году». Это снижение почти на 14 процентных пунктов, что в два раза превышает темпы падения в Соединенных Штатах или еврозоне за тот же период, отмечают эксперты ООН.

При этом больше всех в СНГ пострадает экономика Украины, предупреждает доклад, где прогнозируется сокращение роста с 8% в 2007 году до отрицательного показателя минус 8% в 2009 году.

Что касается безработицы в России, то в феврале, по данным ООН, она составила 8,5%, «что является самым высоким показателем с марта 2004 года». При этом, как отмечают эксперты ООН, «ожидается, что к концу 2009 года показатель безработицы вырастет до 12%».

*РИА «Новости»,
9.06.2009*

* * *

Федеральная антимонопольная служба впервые возбудила дело против крупнейшего производителя программного обеспечения Microsoft. Компания слишком назойливо продвигает последнюю версию своей операционной системы Windows Vista, подозревает ФАС.

ФАС установила доминирующее положение Microsoft на рынке операционных систем, говорится в сообщении ведомства. Кроме того, ФАС обнаружила признаки нарушения антимонопольного законодательства и возбудила дело по ст. 10 ФЗ «О защите конкуренции», заявил «Ведомостям» начальник управления информационных технологий ФАС Владимир Кудрявцев. Он затруднился уточнить, какие санкции или штрафы могут быть введены против корпорации.

Служба усомнилась в том, что Microsoft имела право прекращать или снижать объем поставок в Россию коробочных и встроенных (ОЕМ) версий операционной системы (ОС) Windows XP. В рамках возбужденного дела служба направила в Microsoft запрос с требованием обосновать эти действия, сказал Кудрявцев. Рассмотрение дела назначено на 24 июля, но Microsoft пока не получала запроса от ФАС, сказал ее представитель. Компания уважает и выполняет требования регулирующих органов в России и во всем мире, добавил он.

Спрос на Windows XP еще очень высокий, говорит Кудрявцев: это подтверждается и числом заказов со стороны госучреждений, и свидетельствами розничных продавцов. Прекратив поставки лицензий на эту версию ОС, Microsoft вынуждает потребителей покупать более дорогие компьютеры со следующей версией Windows — Vista, говорит Кудрявцев. Vista с самого начала вызвала много нареканий у пользователей — им не понравилось, что она требует более мощного компьютера и совместима не со всеми программами. После покупки ПК с Vista многие предпочитают вернуться на старую версию операционной системы, констатирует Кудрявцев. Другая претензия ФАС к Microsoft — разные цены на одну и ту же версию операционной системы для производителей компьютеров. Цена зависит от объема контракта — это совершенно нормальная практика, уверен гендиректор Depo Computers Сергей Эскин.

В Европе Microsoft уже не раз объявляли нарушителем антимонопольного законодательства. Правда, претензии были другие — например, корпорация усложняла совместимость конкурирующих продуктов со своей операционной системой и встраивала в нее свой браузер и плеер.

*Ведомости,
5.06.2009*

* * *

Территориальные управления ФАС России продолжают проверки соблюдения антимонопольного законодательства региональными органами исполнительной власти на предмет создания препятствий для свободного доступа товаров на региональные рынки. В ряде субъектов Российской Федерации (Вологодская, Нижегородская, Пензенская, Тверская области, Республика Бурятия, Республика Карелия, Республика Тыва, Сахалинская область, Чувашская Республика, Ярославская область) территориальные управления в результате проведенных проверок выявили признаки нарушений ст. 15 ФЗ «О защите конкуренции». Признаки нарушений усматриваются в действиях региональных органов государственной власти, препятствующих обороту отдельных видов продукции на региональных рынках.

По выявленным фактам территориальные управления принимают меры антимонопольного реагирования, в том числе возбуждаются дела о нарушении антимонопольного законодательства, направляются предписания органам власти субъектов Российской Федерации об устранении нарушений закона о защите конкуренции.

В 16 субъектах Российской Федерации территориальные управления завершают проверки соблюдения антимонопольного законодательства. В случае выявления нарушений закона о защите конкуренции территориальные управления ФАС России будут принимать меры антимонопольного реагирования.

*Пресс-служба ФАС России,
4.06.2009*

* * *

Президент России Дмитрий Медведев попросил прокуратуру и антимонопольную службу помочь бизнесу выйти на региональные рынки. «Мне рассказали о препятствиях, которые касаются выхода на региональные рынки. Кто позволил делить наш рынок на части? Что это за феодализм! Никакой кризис это не оправдывает», — заявил президент на прошедшем вчера совещании по экономическим вопросам.

Жалобы к нему поступили на недавней встрече с предпринимателями, приуроченной к одноименному дню. Жаловались представители алкогольной отрасли. По словам помощника руководителя ФАС Алексея Кожевникова, основные проблемы с доступом предприятий на региональные рынки действительно в основном наблюдаются в алкогольной отрасли.

«Нарушения обнаружены в более 30 регионах — это достаточно серьезная цифра», — говорит Алексей Кожевников. Грешат местные власти: они выпускают нормативные акты, которые делают практически невозможным приход на рынки федеральных, иностранных игроков или из других регионов. Самые распространенные примеры: заставить чужих производителей алкоголя пройти так называемую добровольную сертификацию в специально созданной для этого региональной организации (с трудом и, естественно, не бесплатно) или «добровольную проверку качества и безопасности алкогольной продукции».

Проблемы есть не только в алкогольной отрасли. Например, для многих строительных компаний выход на региональные строительные рынки осложнен тем, что у них нет отлаженных контактов с местными властями, а региональное законодательство настолько запутанное, что выполнить его требования крайне сложно. «Более 50% нарушений закона о конкуренции совершается местными властями, которые искусственно ограничивают бизнес», — говорит помощник руководителя ФАС.

Помимо проверок, проводимых по сигналам бизнеса или в соответствии с планом, ФАС пытается урегулировать эту проблему законодательным путем. В конце мая в первом чтении были приняты поправки, подготовленные ФАС, которые предлагают новую редакцию ст. 178 УК РФ (недопущение, ограничение или устранение конкуренции). Согласно им, за нарушения, допущенные с использованием служебного положения, предусмотрено лишение свободы на срок до 6 лет со штрафом в размере до 1 млн рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 5 лет.

*Газета,
4.06.2009*

* * *

При ФАС России начал работу Экспертный совет по поддержке малого и среднего предпринимательства. 1 июня 2009 года состоялось первое заседание Экспертного совета по поддержке малого и среднего предпринимательства, на котором были обсуждены организационные вопросы.

Экспертный совет образован в мае 2009 года с целью взаимодействия ФАС России с предпринимательскими союзами, некоммерческими организациями и общественными объединениями для рассмотрения вопросов, связанных с соблюдением федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления антимонопольного законодательства, а также подготовки предложений и рекомендаций по его совершенствованию.

*Решения Совета носят рекомендательный характер.
Пресс-служба ФАС России*

* * *

Аналитическая группа ReDeal в рамках проекта Mergers.ru/«Слияния и Поглощения в России» подготовила исследование российского рынка слияний и поглощений за первый квартал 2009 года. Обзор охватывает завершённые процессы перехода прав корпоративного контроля над компаниями (процессы M&A) в России.

По итогам первого квартала 2009 года нами зафиксировано 156 сделок. Отметим 42% снижения количества сделок в сравнении с IV кварталом прошлого года (270 сделок) и 57% снижения по сравнению с I кварталом прошлого года (364 сделки).

Снижение стоимостного объёма (12 465 млн долл.) российского рынка слияний и поглощений менее значительно — на 31% в сравнении с предыдущим кварталом (18,1 млрд долл.) и 36% снижения по сравнению с I кварталом прошлого года (19,4 млрд долл.). Почти 50% стоимостного объёма пришлось на 3 завершённые сделки в нефтегазовой сфере (РуссНефть, Imperial Energy, Naftna Industrija Srbije).

Обобщённые данные российского рынка M&A:

- 1183 — количественная оценка рынка M&A в России;
- 156 — количественная оценка рынка M&A в России (MARX_Deals);
- 12,5 млрд долл. — стоимостная оценка рынка M&A в России (MARX_Value);
- 100,8 млн долл. — средняя цена сделки M&A в России (MARX_ADV);
- 4,8% — соотношение стоимостного объёма и ВВП России;
- 16 сделок стоимостью более 100 млн долл.;
- 3% стоимостного и 4% количественного объёма рынка приходится на приобретение акций менеджментом (MBO);
- 79% стоимостного и 12% количественного объёма рынка занимают сделки в ТЭК;
- 53% стоимостного и 42% количественного объёма рынка занимают сделки в форме полного приобретения (100% акций);
- 14% сделок занимают 90% стоимостного объёма рынка;
- 15% стоимостного и 25% количественного объёма рынка характеризуются круговым (диверсификация) характером;
- 10% от количественного и 23% от стоимостного объёма рынка составляют приобретения иностранными компаниями российских.

*<http://www.mergers.ru>,
1.06.2009*

* * *

Советом при Президенте РФ по кодификации и совершенствованию гражданского законодательства разработан и представлен Президенту России проект концепции развития законодательства о юридических лицах. Сейчас он проходит стадию публичных обсуждений.

Наиболее спорная идея концепции — значительное увеличение размера уставного капитала при регистрации юридических лиц. Так, для обществ с ограниченной ответственностью (ООО) он может вырасти в 100 раз, до 1 млн руб.

В данный момент минимальный размер уставного капитала составляет 100 минимальных размеров оплаты труда (10 тыс. руб.) для закрытого акционерного общества (ЗАО) и общества с ограниченной ответственностью (ООО) и 1000 МРОТ (100 тыс. руб.) для открытого акционерного общества (ОАО). Этой суммы «недостаточно для обеспечения такой функции уставного капитала, как защита прав кредиторов», говорится в проекте концепции. В качестве нового ориентира предлагается взять европейский уровень и установить минимальный размер уставного капитала для ООО в размере 1 млн руб. (порядка 25 тыс. евро), а для ОАО — менее 2 млн руб. (около 50 тыс. евро). Не устраивает авторов концепции и ситуация с формированием уставного капитала, в который сейчас помимо денег могут вноситься ценные бумаги, другие вещи и имущественные, а также иные права, имеющие денежную оценку. «Это весьма

широкое определение нуждается в конкретизации и ограничении», — считают они. В пример приводится опять Европа, где 30–50% должны быть в денежной форме. В результате нашим предпринимателям предлагается при учреждении хозяйственного общества весь уставный капитал оплачивать в денежной форме, а при последующем увеличении его размера допускается внесение и неденежных вкладов.

Эксперт Национального института системных исследований проблем предпринимательства Алексей Шестоперов считает, что такое решение возведет еще один барьер на пути отечественного предпринимательства. По его словам, больше всего от нововведения может пострадать малый бизнес, для которого ООО — самая популярная форма юридического лица. По мнению эксперта, «с одной стороны, она достаточно доступна, но с другой — при взаимодействии с потенциальными кредиторами ООО выглядит солиднее, чем ИП. Теперь же придется использовать другие формы, будет больше индивидуальных предпринимателей плюс увеличится доля теневых отношений».

«Мы говорим, что, наоборот, в нынешних условиях нужны послабления, например налоговые каникулы, а тут повышение уставного капитала. Это абсолютно неправильная политика», — считает член правления ОПОРЫ РОССИИ Наталья Чудакова. По словам эксперта, найти такие деньги для открытия собственного бизнеса будет крайне сложно. «Вы должны как физическое лицо взять где-то 1 млн и положить его в уставной фонд своего ООО. Но сегодня и юридические лица не могут взять кредит в банке, это почти невозможно, а что уж говорить о физических лицах, — сетует г-жа Чудакова. — Как тогда можно говорить о начале какого-то дела?»

Если концепция будет утверждена, то уже с 2010 года желающие зарегистрировать юридическое лицо будут делать это по новым расценкам. Что касается уже существующих хозяйственных обществ, им предлагается переходный период 1–2 года для приведения размера их уставного капитала в соответствие с новыми требованиями законодательства.

«С одной стороны, правительство тратит деньги на программы грантовой поддержки начинающих предпринимателей, с другой — если группа лиц захочет создать свое дело, зарегистрироваться в форме ООО они уже не смогут», — заметил Алексей Шестоперов.

*<http://russia-business.ru>,
1.06.2009*

Май

Госдума приняла в первом чтении проект Федерального закона «О внесении изменений в статью 178 Уголовного кодекса Российской Федерации», который ужесточает ответственность за нарушения антимонопольного законодательства. Если раньше нарушители почти всегда отделялись административными штрафами, то теперь у них гораздо больше шансов попасть под уголовную статью и сесть в тюрьму. Законопроект был разработан ФАС совместно с МВД и Минэкономразвития.

В действующей редакции ст. 178 приводится список нарушений антимонопольного законодательства, не соответствующий новому Федеральному закону «О защите конкуренции» и «криминальным реалиям», говорится в пояснительной записке к законопроекту. За 2004–2006 годы по статье было возбуждено лишь 18 уголовных дел, а обвинительный приговор вынесен только по одному.

Новый список нарушений таков: недопущение, ограничение или устранение конкуренции путем заключения ограничивающих конкуренцию соглашений или осуществления ограничивающих конкуренцию согласованных действий, неоднократное злоупотребление доминирующим положением, выразившееся в установлении и поддержании монопольно высокой или монопольно низкой цены товара, необоснованный отказ или уклонение от заключения договора, ограничение доступа на рынок, если такие деяния повлекли причинение крупно-

го ущерба гражданам, организациям или государству или повлекли извлечение дохода в крупном размере.

Ранее получение дохода в составе преступления, предусмотренного ст. 178, не фигурировало. Крупным признается ущерб, сумма которого превышает 1 млн рублей, а доходом в крупном размере признается более 5 млн рублей. Неоднократным признается совершение лицом более двух таких действий в течение 3 лет, за которые такое лицо было привлечено к административной ответственности. Лишение свободы сроком от года до 7 лет предусмотрено в случае, если недопущение, ограничение или устранение конкуренции сопровождалось насилием или угрозой насилия.

Это один из основных документов так называемого «второго антимонопольного пакета», предложенного ФАС. Антимонопольщики хотят также внести изменения в ФЗ «О защите конкуренции», ряд других законодательных актов, а также в Административный кодекс.

*Пресс-служба ФАС России,
22.05.2009*

* * *

При поддержке ФАС России на пространстве СНГ создана ассоциация юристов, специализирующихся на вопросах конкурентного права.

Членами Организационного комитета Ассоциации юристов и экономистов по развитию конкуренции на территории СНГ являются ведущие специалисты из России, Украины, Белоруссии, Киргизии, Казахстана, Армении и других стран — членов СНГ, обладающие значительным опытом в применении антимонопольного законодательства и развитии конкуренции.

Целями создания Ассоциации являются формирование эффективной государственной политики и практики применения антимонопольного законодательства в сотрудничестве с антимонопольными органами стран СНГ, содействие проведению конструктивного диалога между бизнесом и антимонопольными органами, а также взаимодействие с Европейской комиссией, Международной конкурентной сетью (МКС), национальными организациями в области конкурентного права США, стран Европы, других стран мира.

*Пресс-служба ФАС России,
14.05.2009*

* * *

ФАС России признала Правительство Москвы нарушившим ч. 1 ст. 15 ФЗ «О защите конкуренции» в части необеспечения проведения открытых конкурсов по выбору управляющей организации в г. Москве, которое может привести к ограничению конкуренции на рынке оказания услуг по управлению многоквартирными домами.

Нарушение антимонопольного законодательства было выявлено также в действиях руководителей Департамента жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства г. Москвы. В частности, было установлено, что должностные лица данного подразделения направили в адрес Префекта САО и начальника Управления Департамента жилищной политики и жилищного фонда в ЦАО обращения об оказании содействия в привлечении ГУП «МиСАТ» к работе по сбору и вывозу твердых бытовых отходов и рекомендации ГУП «Жилищник-1» в качестве управляющей организации. Подобные действия противоречат ч. 1 ст. 15 ФЗ «О защите конкуренции».

Дело в отношении Правительства г. Москвы было возбуждено по результатам контрольного мероприятия по проверке соблюдения требований антимонопольного законодательства Департаментом жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства города. Комиссия ФАС России пришла к выводу, что Правительство г. Москвы не обеспечило проведение открытых конкурсов по выбору управляющих организаций для управления многоквартирными домами в г. Москве.

На основании Решения антимонопольной службы Правительству г. Москвы будет выдано предписание с требованием проведения открытых конкурсов по выбору управляющих организаций. Департаменту жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства г. Москвы будет предписано восстановить условия конкуренции.

*Пресс-служба ФАС России,
18.05.2009*

Крупнейшие банки второй сотни смогут без согласования с ФАС поглощать банки с активами менее 6 млрд руб. Поправки, упрощающие процедуру слияния банков, согласованы с ЦБ и внесены в правительство, сообщила пресс-служба Федеральной антимонопольной службы. С 14 млрд до 24 млрд руб. будет увеличен предельный размер активов компаний, которые могут покупать другие банки без согласования с ФАС. Вырастет с 4 млрд до 6 млрд руб. и размер активов банков, поглощение которых не нуждается в одобрении Службы.

Примеров слияний банков за пределами первой сотни немало. В марте решили объединиться «Северный морской путь» (120-е место) и Международный банк торгового сотрудничества (328-е). В январе самарский банк «Солидарность» (142-е место) купил КБ «Потенциал» (268-е).

Новый порядок начнет действовать после внесения изменений в постановление правительства, регулирующее слияние финансовых организаций. Правила согласования сделок не меняются: в ФАС нужно обращаться при приобретении контроля над 25%, 50% и 75% акций компании или над 1/3, 1/2 и 2/3 долей в ООО.

Из-за быстрого роста активов банков в 2008 году ФАС пришлось контролировать слишком много сделок, говорится в пояснительной записке к поправкам. По данным ЦБ, за год к 1 января активы банков выросли на 103,4% до 56,44 трлн руб. Благодаря поправкам из-под контроля ФАС выйдут, по данным «Интерфакс-ЦЭА» на конец I квартала, сделки банков, по размерам активов занимающих места с 95-го по 140-е. Банки с активами менее 6 млрд руб. расположены начиная с 226-го места.

На согласование сделок с ФАС уходит 30–90 дней, говорит партнер «Непп Штифенхофер Лутц» Илья Рачков; по-прежнему придется согласовывать сделки с ЦБ, что занимает 3–6 месяцев.

Многим небольшим банкам не хватает капитала, поэтому упрощение сделок по их поглощению — логичная мера, говорит Максим Солнцев, председатель правления СДМ-банка (121-е место). Общая тенденция — укрупнение банковского сектора, считает представитель «БНП парибя восток» (108-е место), а изменения ускорят проведение сделок.

*Ведомости,
6.05.2009*

ФАС России по согласованию с Центральным банком Российской Федерации внесла в Правительство России предложения по изменению величин активов кредитных организаций для получения предварительного согласия и уведомления антимонопольного органа о слиянии или присоединении кредитных организаций, а также о совершении сделок с акциями (долями), активами и правами в отношении кредитных организаций, установленных постановлением Правительства РФ от 30 мая 2007 года № 335 «Об установлении величин активов кредитных организаций и совокупной доли кредитных организаций на товарном рынке в целях осуществления антимонопольного контроля».

В частности предлагается увеличение установленных ранее пороговых значений, исходя из достигнутого темпа роста совокупной стоимости активов кредитных организаций Российской Федерации за 2008 год и сохранения прежнего уровня антимонопольного контроля (проект постановления Правительства Российской Федерации «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 30 мая 2007 года № 335»).

Так, для получения предварительного согласования антимонопольного органа на слияние или присоединение кредитных организаций предполагается установить суммарную стоимость активов кредитных организаций по бухгалтерским балансам на последнюю отчетную дату в размере более 24 млрд руб. (ранее — более 14 млрд руб.).

Согласование сделок с акциями (долями), активами кредитной организации или правами в отношении кредитной организации предлагается осуществлять, если стоимость активов по последнему балансу кредитной организации превышает 6 млрд руб. (ранее — более 4 млрд руб.).

«Экономическая эффективность увеличения стоимости активов кредитных организаций заключается в недопущении создания дополнительного административного барьера», — говорит начальник управления контроля финансовых рынков ФАС России Юлия Бондарева. По ее мнению, эта мера позволит исключить дополнительную административную нагрузку на кредитные организации, ранее не подпадавшие под антимонопольный контроль и деятельность которых не может негативно повлиять на состояние конкурентной среды.

*Пресс-служба ФАС России,
5.05.2009*

* * *

Законопроекты и другие нормативные акты ФАС России будут доступны для независимой экспертизы. В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 17 марта 2009 года № 242 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» Федеральная антимонопольная служба внесла изменения в Регламент, утвержденный приказом ФАС России от 9 апреля 2007 года № 105.

Изменения коснулись Правил подготовки нормативных правовых актов ФАС России и их государственной регистрации, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 13 августа 1997 года № 1009, согласно которым при подготовке нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти такие акты подлежат независимой экспертизе на коррупциогенность.

В целях выявления положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции, проекты нормативных правовых актов, за исключением проектов, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, или сведения конфиденциального характера, будут размещаться на официальном сайте ФАС России в сети Интернет. Срок проведения независимой экспертизы на коррупциогенность — не менее 7 дней.

В целях недопущения включения в проект нормативного правового акта положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции, при подготовке проекта нормативного правового акта будет использоваться Методика проведения экспертизы проектов нормативных правовых актов и иных документов в целях выявления в них положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 5 марта 2009 года № 196.

При представлении актов на регистрацию в Минюст России ФАС России будет одновременно прилагать сведения о проведении независимой экспертизы с приложением копий экспертных заключений. При этом в регистрации нормативного правового акта может быть отказано в случае, если будет установлено наличие в этом акте положений, способствующих созданию условий для проявления коррупции.

Аналогичная экспертиза должна проводиться при разработке законопроектов.

*Пресс-служба ФАС России,
4.05.2009*

КАЛЕНДАРЬ МЕРОПРИЯТИЙ

Дата	Наименование, тема	Организатор	Место проведения	Телефон, факс, e-mail
Семинары и конференции				
9–10 июля	Laytime & Demurrage for Dry Cargo Chartering	Vostock Capital	Kiev, Ukraine	Тел.: +442073943090 E-mail: khatuna@vostockcapital.com
24–27 августа	«ФИНАНСОВЫЙ ФОРУМ В СОЧИ»	FINEXPO	Сочи	Тел.: (495) 646–14–15 E-mail: info@finexpo.ru
2 сентября	Event Show 2009. Идеи и технологии успешного мероприятия	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956–25–36 E-mail: conference@vedomosti.ru
3 сентября	Стратегия компании: системы внутреннего контроля и аудита	abcForum	Москва	Тел.: (495) 276–06–27 E-mail: khalitova@abcforum.ru
16 сентября	Развитие малого и среднего бизнеса. Стратегическое направление в новых условиях	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956–25–36 E-mail: conference@vedomosti.ru
16 сентября	Золото. Вечные ценности commodities в портфеле инвестора	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956–25–36 E-mail: conference@vedomosti.ru
20 сентября	Форум финансовых директоров	abcForum	Москва	Тел.: (495) 276–06–27 E-mail: khalitova@abcforum.ru
21–22 сентября	X Саммит HR-директоров России и СНГ	LBS International Conferences	Москва	Тел.: (495) 926–78–70 E-mail: contact@lbsglobal.com
24 сентября	III Российский конгресс участников рынка акций	Cbonds IA Cbonds	Москва	Тел.: +7 (812) 336–97–21, доб. 124 E-mail: nastya@cbonds.info
25 сентября	IV Заседание клуба финансовых директоров	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956–25–36 E-mail: conference@vedomosti.ru
27–29 сентября	Международная научная конференция «Маркетинг взаимодействия в инновационной экономике»	Федеральное агентство по образованию, Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов	Санкт-Петербург	Тел.: (812) 710–56–23 E-Mail: intermarketing@finec.ru
30 сентября	II Международный форум «Экономическое сотрудничество России и Германии: диалог в Сибири»	АНО ВПО «ОМСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»	Омск	Тел.: (3812) 75–23–60 E-Mail: nayka@omeconom.ru

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Гайдар Е. Т. (редактор).

Финансовый кризис в России и в мире. — М.: Проспект, 2009.

Российская экономика, подошедшая к осени 2008 г., как казалось, в отличной форме, вскоре была ввергнута в кризис, сначала охвативший финансовую сферу, а затем распространившийся и на реальный сектор. Что вызвало столь масштабные кризисные явления? В какой степени кризис в России является следствием глобализации мировой экономики, а в какой — вызван внутренними причинами? Каковы эти причины? Как долго продлится кризис? Каковы рецепты преодоления кризиса в мире и в России? Возможен ли для России свой, в обход от мировых тенденций, выход из кризиса?

Книга представляет интерес 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.

Егоров А. В.

Международная финансовая инфраструктура. — М.: Линор, 2009.

Наверное, в наши дни нет человека, не знающего, что такое МВФ, ВТО или Европейский союз. Однако инфраструктура международных финансов не исчерпывается этими организациями. Региональные банки развития и Международная торговая палата, международные банковские и биржевые, страховые и бухгалтерские организации оказывают на международные потоки капитала не столь очевидное, но не менее существенное влияние. В книге систематизированы сведения о более 100 международных финансовых организациях, исследованы вопросы их тактики и стратегии, механизмы управления и источники формирования капитала, роль этих организаций в возникновении глобальных финансовых кризисов и борьбе с ними.

Книга будет интересна как специалистам в области экономики и финансов, преподавателям, аспирантам и студентам экономических вузов, так и широкой аудитории, интересующейся современной мировой экономикой и политикой.

Аттали Ж.

Мировой экономический кризис. Что дальше? — СПб.: Питер, 2009.

В чем причина мирового кризиса? Казалось, все шло неплохо, экономики ведущих стран стремительно росли, бурно развивался технический прогресс... И вдруг человечество оказалось перед лицом катастрофы поистине планетарного масштаба! По словам известного французского политика, экономиста и теоретика «нового мирового порядка» Жака Аттали, сегодняшняя «великая депрессия» во всех сферах жизни человечества — самая угрожающая за последние 80 лет, если даже американские семьи не способны выплатить кредит за жилье...

Автор этой книги доходчиво объясняет, в чем причина такой тяжелой ситуации, каковы будут ее последствия, чего нам всем ждать дальше и что надо сделать, чтобы подобный кризис никогда больше не повторился.

Мальцева Л. А., Орлов А. А., Рыбаков С. А.

Организация бизнеса. Грамотное построение своего дела. — М.: Эксмо, 2009.

Настоящее издание предназначено для тех, кто открывает свое дело и стремится изначально построить его правильно. Как распределить в компании доли или акции? Стоит ли нанимать руководство или лучше владельцу бизнеса самому возглавить предприятие? Почему надо правильно

оформлять кадровую документацию? Как и зачем следует приобретать активы и что с ними делать потом, по мере роста новой компании? Как наладить отношения с партнерами?... Ответы на эти и другие вопросы должны быть детально проработаны задолго до регистрации новой фирмы.

Эта книга поможет вам сориентироваться в первых, судьбоносных шагах развития своего дела и создать прочную, надежную и уверенную на рынке компанию.

Пантин В. И.

Мировые циклы и перспективы России в первой половине XXI века.

Основные вызовы и возможные ответы. — М.: Феникс+, 2009.

В книге исследуется влияние циклов и волн мирового развития на эволюцию России в прошлом, настоящем и будущем. Рассмотрены основные политические, социальные, экономические, культурные, экологические проблемы, стоящие перед российским обществом и государством в первой половине XXI века, а также возможные ответы на внутренние и внешние вызовы. Проанализированы роль и место России в мире, описаны основные варианты развития России в условиях кризиса и изменения мирового порядка, начавшихся глобальных политических и экономических потрясений. Дан научный прогноз международного развития, основанный на исследовании ритмов и циклов социально-политической динамики.

Книга адресована философам, социологам, политологам, студентам и преподавателям гуманитарных вузов, всем интересующимся перспективами развития России и других стран.

Патласов О. Ю., Сергиенко О. В.

Антикризисное управление. Финансовое моделирование и диагностика банкротства коммерческой организации. — М.: Высшая школа, 2009.

В учебном пособии предлагается теоретико-методологическое исследование антикризисного менеджмента, описан его механизм. Раскрывается экономическая сущность банкротства, проведен анализ зарубежного опыта банкротства. Описаны правовое регулирование несостоятельности коммерческих организаций и особенности учета и аудита банкротств. Изложены методики диагностики несостоятельности организаций и мониторинга финансового состояния коммерческой организации. Определены основные пути и методы кризисного регулирования и финансового оздоровления организаций. Наряду с критическим рассмотрением применяемых отечественных и зарубежных методик диагностики банкротства предлагаются свои модели такой диагностики. Приведенный в работе материал позволяет целенаправленно определить систему конкретных мер по повышению эффективности функционирования бизнеса.

Книга предназначена для магистрантов, изучающих антикризисный менеджмент, слушателей системы дополнительного профессионального образования (МБИ), преподавателей, аспирантов экономических специальностей. Она также может быть полезна для менеджеров, антикризисных управляющих, руководителей коммерческих организаций.

Шумилин А. И.

Энергетическая стратегия России и США. — М.: Международные отношения, 2008.

В данной монографии рассматривается энергетическая стратегия России и США на «Большом Ближнем Востоке» — как в его традиционной части, так и в регионе Центральной Азии, Закавказья и Каспия. «Фактор нефти» всегда был далеко не последним в разжигании войн и конфликтов на традиционном Ближнем Востоке. Теперь же его значимость еще больше возрастает, а зона энергетических угроз расширяется, вплотную подступая к границам России. Война в Грузии вписывается в этот контекст. Главная идея монографии сводится к необходимости для России и США перехода к рациональному согласованию своих интересов и стратегий в энергосфере в данном регионе.

Книга предназначена для научных работников, бизнесменов, специалистов в области мировой и российской экономики, преподавателей, аспирантов и студентов вузов.

ОТ РЕДАКЦИИ

С этого номера редакция журнала «Современная конкуренция» открывает дискуссионные рубрики по проблемам конкуренции и конкурентоспособности. Нет необходимости говорить о том, насколько важен в настоящее время научный анализ тех многочисленных проблем, которые существуют в данной сфере. Обсуждение вопросов конкуренции давно вышло за рамки чисто научной дискуссии и приобрело практический смысл, став реальностью современной российской экономики. Сегодня не только предприниматели, но и менеджеры стоят перед проблемой выживания и обеспечения конкурентоспособности своих компаний. Наконец, одним из важнейших достижений экономики той или иной страны является ее текущая конкурентоспособность на мировом рынке. Все это, вместе взятое, придает проблеме, выносимой журналом на обсуждение, по сути, национальный масштаб.

В течение последних десятилетий опубликовано достаточно много работ по темам конкуренции, конкурентоспособности, однако большое количество вопросов методологического характера так и не стало предметом научного обсуждения.

Редакция журнала открывает дискуссию работой **Фридриха фон Хайека «Смысл конкуренции»**. Его подходы к пониманию смысла конкуренции вызывают интерес многих исследователей и, по мнению редакции, могут быть предметом активного обсуждения.

С точки зрения Хайека, **«то, о чем идет речь в теории совершенной конкуренции, вообще имеет мало прав называться “конкуренцией”... Если бы допускаемое теорией совершенной конкуренции положение вещей существовало всегда, оно не только не оставило бы места всем видам деятельности, описываемым глаголом “конкурировать”, но и сделало бы их, в сущности, невозможными»**.

Редакция журнала призывает всех желающих принять участие в открытой дискуссии и высказать свою точку зрения по поводу того, в чем состоит смысл конкуренции в целом и в современный период в частности.

Формат последующего обсуждения, в котором могут участвовать все авторы, будет расширяться, при этом затрагиваться будут не только конкретные сюжеты данной статьи, но и более общие сюжеты. Страницы журнала открыты для любых новых идей и дискуссий, способных придать развитию теории конкуренции новый импульс.

Надеемся, что открытая журналом дискуссия позволит всем заинтересованным лицам лучше ориентироваться в современном состоянии и новейших тенденциях развития теории конкуренции.

Главный редактор
Т. С. Новашина

УДК 339.137.2

Фридрих фон Хайек¹, английский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике 1974 года, dborsuk@mfa.ru

СМЫСЛ КОНКУРЕНЦИИ

Настоящая работа воспроизводит основное содержание лекции, прочитанной в Принстонском университете 20 мая 1946 г. Впоследствии она была включена в книгу «Индивидуализм и экономический порядок». В работе автор критикует неоклассический подход к теории конкуренции, а следующая цитата наиболее полно передает ее содержание: «... то, о чем идет речь в теории совершенной конкуренции, вообще имеет мало прав называться “конкуренцией”... если бы допускаемое теорией совершенной конкуренции положение вещей существовало всегда, оно не только не оставило бы места всем видам деятельности, описываемым глаголом “конкурировать”, но и сделало бы их, в сущности, невозможными».

Ключевые слова: конкуренция, реальная конкуренция, совершенная конкуренция, функция конкуренции, теория конкуренции, теория конкурентного равновесия

1

Появились признаки растущего осознания экономистами того, что предмет их споров последних лет по име-

ни «конкуренция» — это не то же самое, что называется так на обыденном языке. Однако, хотя предпринимались некоторые смелые попытки вернуть обсуждение обратно на землю и направить внимание на проблемы реальной жизни, особенно Дж. М. Кларком и Ф. Махлу-

¹ ХАЙЕК (Науек), Фридрих фон (8 мая 1899 г. — 23 марта 1992 г.) На протяжении 20-х гг. Хайек опубликовал большое число статей по торговому циклу, монетарной теории и экономической политике. Согласно Хайеку, существует равновесная структура образования капитала. В период экономического подъема (как это было в конце 20-х гг.) происходит принудительное сбережение, обусловленное кредитной экспансией (даже при условии неизменности уровня цен), что ведет к увеличению запасов капитала сверх желаемых размеров. Рано или поздно это перенакопление капитала по сравнению с добровольными сбережениями приводит к кризису. Концепция Хайека предвосхитила монетаристское объяснение Великой депрессии. Другим существенным вкладом Хайека в экономическую теорию стала его книга «Чистая теория капитала» («The Pure Theory of Capital»), опубликованная в 1941 г.

Книга Хайека «Дорога к рабству» («The Road to Serfdom», 1944 г.) явилась его атакой на социализм. Опираясь аргументами из области политики, Хайек адресовал ее обычному читателю. Он утверждал, что демократические правительства, которые воспринимали такие социалистические цели, как равное

распределение дохода, и такую социалистическую тактику вмешательства в рыночные отношения, как установление контроля над ценами, с неизбежной обреченностью превращались в тоталитарные режимы. Точно так же любые попытки ввести конкурентные рынки в тоталитарном государстве в конечном счете вызовут политические потрясения, т. к. свобода выбора, лежащая в основе рынка, несовместима с авторитарными целями.

Хайек разделил Премию памяти Нобеля 1974 г. по экономике с Гуннаром Мюрдалем (шведский экономист, политик и международный деятель, лауреат Нобелевской премии по экономике 1974 г.) «за основополагающие работы по теории денег и глубокий анализ взаимозависимости экономических, социальных и институциональных явлений».

Кроме Нобелевской премии, Хайек получил много других наград, включая медаль за достижения в науках и искусстве от австрийского правительства (1976 г.). Он является членом Британской академии, Австрийской академии наук, Аргентинской академии экономических наук. Ему присвоено также большое число почетных ученых степеней и званий.

пом², похоже все-таки, что понятие конкуренции, используемое сегодня экономистами, считается всеми важным, а представление о ней делового человека рассматривается как заблуждение. По-видимому, широко распространено мнение, что так называемая теория совершенной конкуренции дает подходящую модель для оценки эффективности конкуренции в реальной жизни и что в той мере, в какой реальная конкуренция отклоняется от этой модели, она является нежелательной и даже вредной.

Мне подобная установка представляется малооправданной. Я попытаюсь показать, что то, о чем идет речь в теории совершенной конкуренции, вообще имеет мало прав называться «конкуренцией» и что выводы из этой теории не могут принести почти никакой пользы в качестве руководства для политики. Причина, как мне кажется, кроется в том, что эта теория везде предполагает уже существующим то положение вещей, на создание которого (или приближение к нему) — согласно давнему, но более верному подходу — устремлен процесс конкуренции. И если бы допускаемое теорией совершенной конкуренции положение вещей существовало всегда, оно не только не оставило бы места всем видам деятельности, описываемым глаголом «конкурировать», но и сделало бы их, в сущности, невозможными.

Если бы дело касалось только употребления слова «конкуренция», это не имело бы серьезного значения. Но все выглядит так, как будто почти все экономисты из-за подобного специфического словоупотребления внушили самим себе и другим ложное представление, будто, рассматривая «конкуренцию», они что-то говорят о природе и значении процесса, с помощью которого возникает положение вещей, существование которого ими просто предполагается.

Фактически же эта движущая сила экономической жизни почти не обсуждается.

Я не хочу сколько-нибудь подробно рассматривать здесь те причины, которые завели теорию конкуренции в столь курьезное положение. Как я говорил, тавтологический метод, подходящий и незаменимый для анализа индивидуальных действий, в данном случае был, по-видимому, незаконно распространен на проблемы, где нам приходится иметь дело с некоторым социальным процессом, когда решения множества индивидов влияют друг на друга и неизбежно следуют друг за другом во времени. Экономический расчет (чистая логика выбора), имеющий дело с проблемами первого рода, состоит из аппарата по классификации возможных человеческих установок (*attitudes*) и дает нам технику описания взаимосвязей различных частей одного плана. Его выводы подразумеваются его допущениями: желания и знание фактов, одновременное присутствие которых предполагается в каком-то одном уме, предопределяют единственность решения. Отношения, рассматриваемые в анализе такого типа, есть логические отношения, касающиеся только выводов, которые для разума планирующего индивида вытекают из заданных предпосылок.

Однако, сталкиваясь с ситуацией, когда множество лиц пытаются разрабатывать свои разрозненные планы, мы не можем более предполагать, что данные одинаковы для всех этих планирующих умов. Проблема начинает касаться того, как «данные» различных индивидов, на основе которых они строят свои планы, приспособляются к объективным фактам из их окружения (включающего и действия других людей). И хотя при решении проблем этого типа мы все еще должны применять выработанную нами технику для быстрого выведения следствий из заданного набора данных, нам предстоит теперь иметь дело не просто с несколькими отдельными наборами данных различных лиц, но также — а это куда важнее — с процессом, обязательно включающим непрерывные изменения в дан-

² Clark J. M. Toward a Concept of Workable Competition // American Economic Review. Vol. XXX (June, 1940); Machlup F. Competition, Plolopoly and Profit // Economica. Vol. IX (new ser.; February и May, 1942).

ных у разных индивидов. Как я уже говорил ранее, причинный фактор входит сюда только тогда, когда речь заходит об обретении нового знания различными индивидами и об изменениях в имеющихся у них данных вследствие контактов между ними.

Связь всего этого с интересующей меня здесь проблемой станет очевидна, если вспомнить, что современная теория конкуренции имеет дело почти исключительно с состоянием, именуемым «конкурентным равновесием», когда предполагается, что данные разных индивидов полностью взаимосогласованы друг с другом, тогда как проблема, требующая объяснения, касается природы процесса, порождающего такое взаимосогласование данных. Иными словами, модель конкурентного равновесия даже не пытается говорить, что если мы обнаруживаем такие-то и такие-то условия, то из них будут вытекать такие-то и такие-то следствия, но ограничивается определением условий, в которых ее выводы уже неявно содержатся и которые предположительно могут существовать, но о которых она ничего не сообщает, как они вообще могли возникнуть. Или, предвосхищая в одной фразе наш главный вывод: конкуренция по своей природе есть динамический процесс, неотъемлемые особенности которого отбрасываются допущениями, лежащими в основании статического анализа.

2

То, что современная теория конкурентного равновесия допускает существование такого состояния, тогда как действительное объяснение должно показывать, как оно возникает в результате процесса конкуренции, лучше всего видно из списка условий, который приводится в любом современном учебнике. Большая часть этих условий, между прочим, не только лежит в основании анализа «совершенной» конкуренции, но и равно допускается при обсуждении разнообразных «несовершенных» или «монополистических» рынков, где на всем про-

тяжении анализа предполагаются определенные нереалистические «совершенства» (особенно предположения, что единая цена всегда должна быть правилом на всем рынке данного товара и что продавцам известна форма кривой спроса). Однако для нашей непосредственной задачи теория совершенной конкуренции будет представлять наиболее поучительный случай.

Хотя разные авторы могут по-разному формулировать список важнейших условий совершенной конкуренции, приводимый мною перечень, вероятно, более чем достаточен для нашей задачи, поскольку, как мы убедимся, эти условия в действительности не существуют независимо друг от друга. Согласно общепринятой точке зрения, совершенная конкуренция предполагает:

- однородность товаров, которые предлагаются и на которые предъявляется спрос большим числом достаточно мелких продавцов и покупателей; однако никто из них не рассчитывает оказать своими действиями заметного влияния на цену;
- свободное вступление на рынок и отсутствие других ограничений на движение цен и ресурсов;
- полное знание значимых (relevant) факторов всеми участниками рынка.

На данной стадии не будем спрашивать, для чего именно требуются эти условия или что подразумевается, когда они принимаются как данные. Однако нам надо еще поинтересоваться их значением, обратившись для этого к третьему условию, которое является критическим и в то же время туманным. Обладание совершенным знанием обо всем, что влияет на рынок, всеми его участниками явно не может быть нормой. Я не буду вдаваться здесь в известный парадокс о парализующем воздействии, которое оказало бы на всю деятельность вообще совершенное знание и предвидение³. Очевидно, что ничего не реша-

³ См.: *Morgenstern O. Vollkommene Voraussicht und wirtschaftliches Gleichgewicht // Zeitschrift für Nationalökonomie. Vol. VI. 1935.*

ется, когда мы допускаем, что все знают всё, и реальная проблема состоит в том, как можно достичь состояния, при котором будет использоваться максимально возможный объем имеющихся данных. Вопрос, встающий перед конкурентным обществом, заключается не в том, как мы можем «найти» людей, которые всё знают лучше всех, но, скорее, в том, какое институциональное устройство необходимо для того, чтобы неизвестные лица, обладающие более всего подходящим для той или иной задачи знанием, с наибольшей вероятностью привлекались для ее решения. Нам, однако, надо еще спросить: какого рода знание, как предполагается, находится в распоряжении участников рынка?

Если рассмотрим рынок каких-то готовых потребительских товаров и начнем с положения их производителей, или продавцов, то обнаружим прежде всего, что производителям, как предполагается, известны самые низкие издержки, с которыми можно выпускать такой товар. Однако такое знание, предположительно являющееся данным, и составляет один из главных пунктов, где факты будут открываться только через процесс конкуренции. Мне представляется это одним из важнейших случаев, когда теория конкурентного равновесия уже в своей отправной точке отбрасывает главную задачу, решить которую способен только процесс конкуренции.

Достаточно схожую позицию она занимает и по второму пункту, предполагая, что производители полностью информированы о стремлениях и желаниях потребителей, включая информацию о том, на какие виды товаров и услуг они предъявляют спрос, а также о ценах, какие они готовы уплачивать. Все это, строго говоря, нельзя считать данными фактами, а следует рассматривать как проблемы, подлежащие решению с помощью процесса конкуренции.

Аналогичная ситуация и с потребителями, или покупателями. Опять-таки неправомерно допускать, что знание, которым они предположительно должны обладать при конкурентном равновесии, находится в их

распоряжении еще до начала процесса конкуренции. Их знание об имеющихся альтернативах есть результат того, что происходит на рынке, таких видов деятельности, как реклама и т. д. Вся организация рынка служит прежде всего потребности в распространении информации, на основании которой должен действовать покупатель.

Своеобразие допущений, с которых начинается теория конкурентного равновесия, проступит особенно отчетливо, если спросить: какие виды деятельности, к которым обычно прилагается глагол «конкурировать», окажутся еще возможны, если все эти условия будут удовлетворены? Стоит, вероятно, вспомнить, что, по д-ру Джонсону, конкуренция есть «старание получить то, что кто-то другой старается получить в это же самое время». Так сколько же средств, служащих этим целям в повседневной жизни, еще останется продавцу на рынке, где господствует так называемая совершенная конкуренция? Я убежден, что ответ: ровно ни одного. Реклама, сбивание цен и улучшение («дифференциация») производимых товаров и услуг — все это исключено по определению; совершенная конкуренция и в самом деле означает отсутствие всякой конкурентной деятельности.

Особенно примечательно здесь явное и полное исключение из теории совершенной конкуренции всех личных отношений, существующих между участниками⁴. В реальной жизни наше неполное знание об имеющихся в наличии товарах и услугах компенсируется опытом общения с лицами или фирмами, поставляющими их, — такая конкуренция во многом есть конкуренция ради поддержания репутации или демонстрации доброй воли — и это является одним из важнейших факторов, позволяющих нам ре-

⁴ Сравните: «Экономические отношения никогда не бывают вполне конкурентными, если они включают какие-либо личные отношения между экономическими агентами» (*Stigler G. J. The Theory of Price (1946). P. 24*). См. также: *Ibid.* P. 226.

шать свои повседневные проблемы. Функция конкуренции в этом случае состоит именно в том, чтобы показать нам, кто нас хорошо обслуживает: от какого бакалейщика или туристического агентства, от какого универмага или отеля, от какого врача или адвоката мы могли бы ожидать наиболее удовлетворительного решения любой конкретной проблемы, с которой можем столкнуться. Очевидно, что во всех этих областях конкуренция может быть очень напряженной именно потому, что услуги различных фирм или лиц никогда не будут абсолютно одинаковыми. Благодаря именно такой конкуренции уровень нашего обслуживания может быть высок настолько, насколько это встречается в реальной жизни. Причины, по которым конкуренция в этой области считается несовершенной, не имеют в действительности никакого отношения к конкурентному характеру деятельности этих людей; они кроются в природе самих этих товаров или услуг. Если какие-то два врача не являются абсолютно одинаковыми, это означает не то, что конкуренция между ними носит менее напряженный характер, а просто то, что никакая степень конкуренции между ними не даст точно таких же результатов, как это было бы в случае полного подобия их услуг. И дело тут не просто в словах. За разговорами о недостатках конкуренции — тогда как на самом деле речь должна идти о неизбежных различиях между товарами и услугами — кроется весьма серьезное смешение понятий, ведущее подчас к абсурдным выводам.

Хотя на первый взгляд предположение о совершенном знании, имеющемся в распоряжении участников, может показаться наиболее поразительным и искусственным из всех допущений, лежащих в основании теории совершенной конкуренции, на деле оно может быть не более чем следствием, частично даже оправданным, другой предпосылки, из которой она исходит. Если только мы начнем с допущения, что множество людей производят одинаковый товар и имеют в своем распоряжении одинаковые объективные

средства и возможности для этого, тогда действительно может оказаться вероятным (хотя, насколько мне известно, попыток установить это никогда не предпринималось), что со временем они все придут к овладению большинством фактов, релевантных для вынесения оценок на рынке данного товара. Всякий производитель не только познает из опыта те же самые факты, что и любой другой, но и поймет, что известно его собратьям, а следовательно, узнает эластичность спроса на свой продукт. Ситуация, когда разные производители выпускают идентичный продукт в идентичных условиях, является действительно наиболее благоприятной для приведения их знаний в состояние, потребное для совершенной конкуренции. Для этого, по-видимому, достаточно, чтобы товары могли быть идентичными только в смысле, единственно значимом для понимания человеческой деятельности, т. е. чтобы люди одинаково их воспринимали и, кроме того, чтобы возможно было обеспечить некий набор физических условий, благоприятствующих всем, кто, будучи вовлечен в круг тесно взаимосвязанных видов деятельности, занят выяснением фактов, релевантных для их решений.

Как бы то ни было, ясно, что обстоятельства не всегда будут настолько благоприятны для получения результата, достижимого в том случае, когда множество людей, по крайней мере, потенциально способны производить одинаковый товар. В общем-то представление об экономической системе, разделенной на различные рынки отдельных товаров, во многом есть плод воображения экономистов, и это, безусловно, не является правилом в обрабатывающей промышленности и сфере личных услуг, на которые так часто ссылались в спорах о конкуренции. В самом деле, вряд ли надо говорить, что никакие изделия двух производителей никогда не бывают в точности одинаковыми — хотя бы только потому, что, покинув завод, они должны оказаться в разных местах. Эти различия составляют часть фактов, создающих нашу экономическую проблему,

и допущение, что они отсутствуют, не слишком помогает ее решению.

Убежденность в преимуществах совершенной конкуренции часто заставляет ее энтузиастов даже доказывать, что можно добиться лучшего использования ресурсов, если сузить существующее разнообразие продуктов путем обязательной стандартизации. Так вот, несомненно, во многих сферах есть что сказать в защиту вспомогательной стандартизации на основе согласованных рекомендаций или стандартов, которые должны применяться, если только контракты в явной форме не предусматривают иных условий. Однако это совершенно отличается от требований тех, кто считает, что надо пренебречь разнообразием людских вкусов и пресечь непрекращающееся экспериментирование с усовершенствованиями, дабы обрести преимущества совершенной конкуренции. Очевидно, что не произошло бы никакого улучшения, если бы все дома стали строить в точности одинаковыми, чтобы создать совершенный рынок жилья; то же верно и в отношении большинства других сфер, где различия между отдельными продуктами не дают конкуренции возможности вообще когда-либо стать совершенной.

3

Вероятно, мы больше узнаем о природе и смысле конкурентного процесса, если забудем на время об искусственных допущениях, лежащих в основе теории совершенной конкуренции, и спросим, будет ли конкуренция менее важна, если, например, никакие два товара никогда не будут полностью одинаковыми. Если бы не сложности анализа подобной ситуации, стоило бы подробно рассмотреть случай, когда разные товары нельзя легко расклассифицировать по отдельным группам и мы должны иметь дело с непрерывным рядом близких заменителей, где каждая единица несколько отличалась бы от другой, но без каких-либо заметных разрывов в этом ряду. Результаты анализа конкуренции

в такой ситуации имели бы во многих смыслах больше отношения к условиям реальной жизни, нежели конкуренции в какой-то одной отрасли, производящей однородный товар, резко отличный от всех прочих товаров. Или же, если случай, где никакие два товара не являются одинаковыми, представляется слишком крайним, мы могли бы обратиться хотя бы к ситуации, где никакие два производителя не выпускают в точности одинаковые товары, что является правилом не только для всех личных услуг, но и для рынков многих товаров обрабатывающей промышленности — например, для рынков книг или музыкальных инструментов.

Для нашей нынешней задачи мне нет нужды предпринимать сколько-нибудь полный анализ рынков такого типа, но следует просто спросить: какой была бы на них роль конкуренции? Хотя результат был бы, конечно, неопределенным в весьма широких пределах, рынок все-таки порождал бы набор цен, по которым каждый товар продавался бы достаточно дешево, чтобы вытеснить близкие потенциальные заменители. И само по себе это вовсе не мелочь, если мы примем во внимание непреодолимые сложности создания хотя бы такой системы цен любым другим методом, помимо проб и ошибок на рынке, когда индивидуальные участники постепенно познают релевантные для них факты. Конечно, верно, что на таком рынке соответствия между ценами и предельными издержками следует ожидать только в той мере, в какой эластичность спроса на отдельные товары приближается к условиям, предполагаемым теорией совершенной конкуренции, или в какой эластичность замещения между различными товарами приближается к бесконечности. Но все дело в том, что в данном случае абсолютно нелепо считать такой эталон совершенства желательным или ставить целью его достижение. Основой для сравнения при вынесении суждений о достижениях конкуренции не может служить ситуация, которая не согласуется с объективными фактами и которую нельзя создать никакими извест-

ными средствами. Это должна быть ситуация, которая сложилась бы, если бы конкуренции помешали действовать. Критерием должно быть не приближение к недостижимому и бессмысленному идеалу, а усовершенствование условий, которые существовали бы без конкуренции.

Как отличались бы условия в ситуации «свободной» в традиционном смысле конкуренции от условий, которые бы существовали, например, если бы только людям с лицензией от властей было разрешено производить определенные товары, или если бы цены устанавливались властями, или и то и другое вместе? Ясно, что не только не было бы никаких шансов на то, чтобы различные товары стали производить те, кто лучше всех знает, как это делать, и потому может производить их с наименьшими издержками. Не было бы шансов и на то, чтобы все те вещи, которые понравились покупателям больше всего при наличии выбора, вообще стали производиться. Была бы очень слабая связь между наблюдаемыми ценами и наименьшим уровнем издержек, при котором кто-то мог бы производить эти товары. Действительно, альтернативы, между которыми могли бы выбирать как производители, так и потребители, т. е. имеющиеся у них «данные», полностью отличались бы от тех, что они имели бы при конкуренции.

Реальная проблема состоит здесь не в том, получим ли мы данные товары и услуги при данных предельных издержках, но прежде всего в том, посредством каких товаров и услуг потребности людей могут быть удовлетворены с наименьшими затратами. Решение экономической проблемы общества в этом смысле есть всегда разведка, путешествие в неведомое, попытка открыть новые способы делать вещи лучше, чем их делали прежде. И так должно оставаться всегда, пока вообще есть какие-либо нерешенные экономические проблемы, поскольку все экономические проблемы порождаются непредвиденными изменениями, вызывающими необходимость адаптации. Новых

решений требует только то, что мы не предвидели и к чему не подготовились. Если бы не нужны были никакие адаптации, если бы в какой-то момент мы поняли, что всякое изменение прекратилось и всё будет всегда идти точно так, как теперь, не осталось бы больше никаких требующих решения вопросов об использовании ресурсов.

Человек, который владеет исключительным знанием или мастерством, позволяющим ему снизить издержки производства товара на 50 %, уже оказывает громадную услугу обществу, если приступает к его производству и снизит цену лишь на 25 %, — не только этим снижением цены, но и дополнительной экономией затрат. Но только благодаря конкуренции мы можем предполагать, что такая возможная экономия затрат будет достигаться. Даже если бы в каждом случае цены были достаточно низки для удержания в стороне производителей, не обладающих теми или иными сопоставимыми преимуществами, так что каждый товар производился бы настолько дешево, насколько это возможно, хотя при этом многие из них продавались бы по ценам значительно выше издержек, даже такого результата, вероятно, нельзя было бы достичь никаким другим способом, кроме как разрешив действовать конкуренции.

4

То, что в реальных условиях едва ли когда-либо отыщется хотя бы пара производителей, находящихся в одинаковом положении, объясняется фактами, которые теория совершенной конкуренции отбрасывает, сосредоточиваясь на долгосрочном равновесии, которого никогда нельзя достичь в вечно меняющемся мире. В любой данный момент характер оборудования какой-либо конкретной фирмы всегда в значительной мере предопределен исторической случайностью, и проблема в том, как добиться наилучшего использования фирмой данного оборудования (а также приобретенных навыков ее работников), а не в том, как ей сле-

довало бы поступать, если бы ей предоставили неограниченное время на приспособление к постоянным условиям. К проблеме наилучшего использования долговечных, но истощаемых ресурсов долгосрочная цена равновесия, которой призвана заниматься теория совершенной конкуренции, не имеет никакого отношения. Поглощенность этой моделью ведет к политическим выводам, которые в высшей степени ошибочны и даже опасны. Идея, что при совершенной конкуренции цены должны быть равны долговременным издержкам, часто приводит к одобрению таких антисоциальных популистских требований, как требование «упорядоченной конкуренции», обеспечивающей справедливую прибыль на капитал, и уничтожения избыточных производственных мощностей. Энтузиазм по поводу совершенной конкуренции в теории, на удивление, часто совмещается с поддержкой монополии на практике.

Это, однако, лишь один из многих вопросов, где пренебрежение фактором времени бесконечно отдаляет теоретическую картину совершенной конкуренции от всего, что важно для понимания процесса конкуренции. Если мы представляем его себе, как и подобает, в виде последовательности событий, то становится еще более очевидно, что в реальной жизни в любой момент времени будет, как правило, только один производитель, изготавливающий определенное изделие с самыми низкими издержками и фактически продающий его по цене ниже издержек своего ближайшего конкурента, но которого при попытке увеличить свою долю рынка зачастую догонит кто-нибудь еще, кому, в свою очередь, помешает захватить весь рынок кто-то другой, и т.д. Ясно, что такой рынок никогда не будет в состоянии совершенной конкуренции, хотя конкуренция на нем не только может быть предельно интенсивной, но и служить важнейшим условием, благодаря которому изделие во всякое время будет поставляться потребителю настолько дешево, насколько этого можно достичь каким бы то ни было из известных нам методов.

Когда мы сравниваем «несовершенный» рынок, как этот, с относительно «совершенным» рынком, как, скажем, рынок зерна, нам легче выявить разграничение, лежащее в основе всех наших рассуждений, — разграничение между основополагающими объективными фактами ситуации, которую нельзя изменить с помощью человеческой деятельности, и характером конкурентной деятельности, посредством которой люди приспосабливаются к ситуации. Там, где, как во втором случае, мы имеем высокоорганизованный рынок выпускаемого многими производителями полностью стандартизованного товара, есть мало нужды или простора для конкурентной деятельности, поскольку положение таково, что условия, порождаемые такой деятельностью, наличествуют уже с самого начала. Лучшие способы изготовления товара, его особенности и способы его употребления большую часть времени известны почти в равной степени всем участникам такого рынка. Информация о каком-либо серьезном изменении распространяется так быстро и приспособление к нему осуществляется так скоро, что мы обычно просто не обращаем внимания на то, что происходит в этот короткий переходный период, и ограничиваемся сопоставлением двух положений почти-равновесия, существующих до и после него. Однако именно во время этих коротких и игнорируемых интервалов действуют и становятся видимыми силы конкуренции, и нам надо изучать события именно в этом промежутке, если мы хотим «объяснить» следующее за ним равновесие.

Только на рынке, где адаптация происходит медленно по сравнению со скоростью изменений, процесс конкуренции идет непрерывно. И хотя причина медленной адаптации может заключаться в слабости конкуренции, т.е. в том, что существуют специфические препятствия к вступлению на рынок или другие факторы типа естественных монополий, медленная адаптация никоим образом не подразумевает непременно слабую конкуренцию. Когда разнообразие близких

заменителей велико и быстро меняется, так что требуется много времени на выяснение относительных достоинств имеющихся вариантов, или когда потребность в целом классе товаров или услуг возникает лишь с перерывами, через нерегулярные промежутки времени, адаптация должна быть медленной, даже если конкуренция сильна и активна.

Путаница между объективными условиями ситуации и характером человеческой реакции на нее, похоже, скрывает от нас то существенное обстоятельство, что конкуренция тем важнее, чем сложнее или «несовершеннее» объективные условия, в которых ей приходится действовать. Действительно, отнюдь не считая конкуренцию полезной только тогда, когда она «совершенна», я склонен утверждать, что она нигде так не необходима, как в тех сферах, где характер товаров или услуг, в принципе, не дает возможности создать совершенный рынок в теоретическом смысле. Неизбежные реальные несовершенства конкуренции являются аргументом против конкуренции не более, чем сложности в достижении идеального решения любой другой задачи — аргументом против попыток вообще ее решать или плохое здоровье — аргументом против здоровья.

В ситуации, при которой никогда нельзя иметь множество людей, предлагающих те же самые однородные товар или услугу из-за вечно меняющегося характера наших потребностей и наших знаний или из-за бесконечного разнообразия человеческих навыков и способностей, условием идеального состояния не может считаться идентичность больших масс таких товаров и услуг. Экономическая проблема — это проблема наилучшего использования имеющихся у нас ресурсов, а не проблема того, как нам следовало бы поступать, если бы ситуация отличалась от той, что есть на самом деле. Нет смысла говорить об использовании ресурсов, «как будто» совершенный рынок существует — если это означает, что ресурсы должны были бы быть иными, чем они есть, — или обсуждать, что сделал бы

кто-нибудь, обладай он совершенным знанием, если наша задача — обеспечить наилучшее использование знаний, которыми обладают реально существующие люди.

5

Аргумент в пользу конкуренции не опирается на условия, которые существовали бы, будь она совершенной. Хотя там, где объективные обстоятельства позволили бы конкуренции достичь совершенства, это тоже обеспечило бы наиболее эффективное использование ресурсов, и хотя, следовательно, есть все основания для устранения созданных человеком препятствий на пути конкуренции, это не означает, что она не приводит к столь же эффективному использованию ресурсов, которого можно достичь любым из известных нам способов, и там, где в силу характера самой ситуации она вынуждена оставаться несовершенной. Даже там, где свободное вступление на рынок обеспечит лишь то, что в каждый момент времени все товары и услуги, на которые, имеясь они в наличии, будет существовать эффективный спрос, станут реально производиться при наименьших из всех возможных в данной исторической ситуации текущих затратах ресурсов («текущие» издержки в данном случае не включают фактические затраты, совершенные в прошлом, но, разумеется, к ним относятся «издержки пользователя»), пусть даже цена, которую потребитель будет вынужден платить за них, окажется значительно выше издержек, лишь чуть-чуть уступая стоимости следующего наилучшего варианта удовлетворения его потребности, то и это, настаивая я, намного больше, чем мы можем ждать от любой другой известной нам системы. Решающий момент опять-таки элементарен: почти невероятно, чтобы при отсутствии искусственных препятствий, которые создаются деятельностью государства и им же могут устраняться, какой-либо товар или услуга были доступны все время только по це-

не, при которой аутсайдеры, проникни они в эту сферу, могли бы рассчитывать на более чем нормальную прибыль.

Практический урок из всего этого, я думаю, состоит в том, что нам надо гораздо меньше беспокоиться, является ли конкуренция в том или ином случае совершенной, и гораздо больше — есть ли там конкуренция вообще. Наши теоретические модели отдельных отраслей скрывают, что на практике гораздо более глубокая пропасть отделяет конкуренцию от ее отсутствия, чем совершенную конкуренцию от несовершенной. Однако общая тенденция в нынешних дискуссиях состоит в том, чтобы нетерпимо относиться к несовершенствам конкуренции и обходить молчанием ее недопущение. Мы можем, вероятно, еще больше узнать о действительном смысле конкуренции, изучая результаты, регулярно появляющиеся там, где конкуренция намеренно подавляется, чем сосредоточенно сравнивая недостатки реальной конкуренции с идеалом, не имеющим отношения к существующим обстоятельствам. Я специально говорю «где конкуренция намеренно подавляется», а не просто «где она отсутствует», поскольку ее главные результаты обычно сказываются, пусть и медленнее, до тех пор, пока она полностью не подавлена с помощью или при попустительстве государства. Бедствия, являющиеся, как показывает опыт, регулярным следствием

подавления конкуренции, находятся в иной плоскости, нежели те, что могут быть вызваны ее несовершенствами. То, что цены могут не соответствовать предельным издержкам, куда менее важно, чем то, что при утвердившейся монополии издержки, вероятно, будут намного выше, чем необходимо. В то же время монополия, основанная на превосходстве в эффективности, приносит сравнительно небольшой вред, пока есть уверенность, что она исчезнет, как только кто-то еще достигнет более высокой эффективности в удовлетворении нужд потребителей.

В заключение я хочу вернуться на минуту к тому моменту, с которого начал, и вновь сформулировать главный вывод в более общем виде. По существу, конкуренция есть процесс формирования мнения: путем распространения информации она создает единство и согласованность экономической системы, что мы и подразумеваем, когда представляем ее себе как единый рынок. Она формирует мнения людей о том, что есть самое лучшее и самое дешевое, и все, что люди реально знают о шансах и благоприятных возможностях, им известно благодаря ей. Таким образом, это процесс, который включает непрерывное изменение данных и смысл которого, следовательно, должен оставаться полностью недоступным для теорий, принимающих эти данные как неизменные.

ОТ РЕДАКЦИИ

В мае 2009 года опубликовано постановление Правительства РФ от 30 апреля 2009 г. № 386 «О случаях допустимости соглашений между кредитными и страховыми организациями».

Постановление, по сути, запрещает соглашения между хозяйствующими субъектами, приводящие к ограничению конкуренции. Однако при определенных условиях такие соглашения могут быть признаны допустимыми.

Принятое постановление фактически запрещает банкам отбирать для своих клиентов страховщиков по собственным критериям и навязывать их услуги получателям ипотечного, потребительского и автокредитов. В этом документе также отмечается, что банк должен принимать полисы любого страховщика, отвечающего требованиям банка, даже если он не заключил соответствующее соглашение с банком.

Состав требований к страховщикам, которые допускаются постановлением правительства, направлен на оценку их финансовой устойчивости и платежеспособности, а также на раскрытие информации о собственниках. При этом от страховщиков запрещено требовать информацию об определенном размере уставного капитала, страховой премии, страховых резервов или наличии структурных подразделений вне местонахождения страховой компании, а также о ее соответствии российским или международным рейтингам.

Появление данного постановления вызвало не только большой интерес в банковской среде, среди страховщиков и потенциальных кредитозаемщиков, но и его неоднозначную оценку. По мнению специалистов, постановление правительства вряд ли положительно повлияет на стабильность рынка кредитования. Количество страховщиков в России сейчас настолько велико, что проверить финансовую состоятельность каждого из них практически невозможно. А это значит, что банки будут вынуждены минимизировать свои риски за счет клиентов, повышая процентные ставки по кредитам.

Учитывая важность данного документа, редакция журнала публикует полный текст постановления и мнение о нем начальника *Управления контроля финансовых рынков ФАС России кандидата экономических наук* **Бондаревой Юлии Эдуардовны**.

Главный редактор
Т. С. Новашина

Правительство Российской Федерации

Постановление

30 апреля 2009 г.

№ 386

О случаях допустимости соглашений между кредитными и страховыми организациями

В соответствии с частью 2 статьи 13 Федерального закона «О защите конкуренции» Правительство Российской Федерации постановляет:

1. Утвердить прилагаемые общие исключения в отношении соглашений между кредитными и страховыми организациями.
2. Установить, что общие исключения, утвержденные настоящим постановлением, действуют в течение 5 лет со дня вступления в силу настоящего постановления.
3. Кредитные и страховые организации — стороны соглашения вправе обратиться в антимонопольный орган с заявлением о проверке соответствия проекта соглашения общим исключениям, утвержденным настоящим постановлением.

Председатель Правительства
Российской Федерации

В. Путин

Общие исключения в отношении соглашений между кредитными и страховыми организациями (утв. постановлением Правительства РФ от 30 апреля 2009 г. № 386)

1. Настоящий документ применяется к соглашениям между кредитными и страховыми организациями, в отношении которых соблюдаются следующие условия (далее — соглашения):

- соглашения определяют порядок взаимодействия сторон при страховании рисков заемщиков кредитной организации, включая потенциальных заемщиков, являющихся юридическими и физическими лицами (за исключением взаимодействия сторон при страховании рисков заемщиков в рамках реализации программ ипотечного кредитования);
- страхование рисков является обязательным условием предоставления займа или кредитования заемщиков (далее — кредитование) в соответствии с законодательством Российской Федерации и (или) условиями договора займа или кредитного договора, заключаемого между кредитной организацией и заемщиком.

2. Соглашение признается допустимым в случае, если кредитная организация, являющаяся стороной такого соглашения, принимает страховые полисы (договоры страхования) любой страховой организации, отвечающей требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги, и выполняет одновременно следующие условия:

а) устанавливает для страховых организаций исчерпывающий перечень требований, которые:

- направлены на оценку финансовой устойчивости и платежеспособности страховой организации, а также на раскрытие информации о собственниках страховой организации;
- сформулированы четко и исключают их неоднозначное толкование;
- не предусматривают обязательного наличия у страховой организации определенного размера уставного капитала, за исключением случая, когда этот размер соответствует установленному страховым законодательством минимальному размеру уставного капитала страховой организации;
- определенного размера собранной страховой премии (в абсолютном выражении) в целом или по видам страхования;
- определенного размера страховых резервов или собственных средств;
- опыта осуществления страховой деятельности, за исключением случая, когда требование к минимальному сроку осуществления страховой деятельности составляет не более 3 лет;
- филиалов, представительств, иных структурных подразделений, а также страховых агентов вне места нахождения страховой организации;
- рейтинга российских или международных рейтинговых агентств;

б) устанавливает исчерпывающий перечень требований к условиям предоставления страховой услуги, при этом указанные требования:

- не содержат явно обременительных для заемщиков условий, которые исходя из разумно понимаемых интересов они не приняли бы при наличии у них возможности участвовать в определении условий договоров страхования;
- не относятся к предмету договора страхования;
- сформулированы четко и исключают их неоднозначное толкование;
- не предусматривают обязанность заемщика заключать договор страхования на срок, равный сроку кредитования, в том случае, когда кредитование осуществляется на срок свыше 1 года;
- не предусматривают ограничений в отношении размера страховой суммы, за исключением установления страховой суммы в размере общей суммы долга по договору займа или кредитному договору (общая сумма долга по указанному договору не включает платежи, связанные с несоблюдением заемщиком условий договора);

в) устанавливает перечень сведений и документов, которые страховая организация должна представить в кредитную организацию для проверки ее соответствия требованиям к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги;

г) устанавливает сроки направления страховой организации, которая обратилась с соответствующей просьбой, перечня требований кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги, а также перечня сведений и документов, которые страховая организация должна представить в кредитную организацию для проверки ее соответствия указанным требованиям;

д) устанавливает сроки рассмотрения представленных страховой организацией сведений и документов для проверки ее соответствия требованиям к страховым орга-

низациям и условиям предоставления страховой услуги, а также сроки направления мотивированного ответа страховой организации о ее соответствии или несоответствии указанным требованиям;

е) устанавливает сроки включения страховой организации в перечень страховых организаций, отвечающих требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги, а также порядок формирования перечня страховых организаций, отвечающих требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги, в том числе основания для включения и исключения страховой организации из указанного перечня;

ж) устанавливает порядок информирования заемщиков о праве выбора любой страховой организации, отвечающей требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги;

з) доводит до сведения заемщиков на официальном сайте кредитной организации в сети Интернет (при его наличии), на информационных стендах в помещениях кредитной организации и местах обслуживания клиентов, а также при устном обращении в кредитную организацию следующую информацию:

- сведения о возможности заемщиков страховать риски в любой страховой организации, отвечающей требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги;
- перечень страховых организаций, отвечающих требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги;
- требования кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги;
- перечень сведений и документов, которые страховая организация должна представить в кредитную организацию для проверки ее соответствия требованиям к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги;

и) не устанавливает ограничений (лимитов) на количество договоров страхования, которые могут заключать с заемщиками страховые организации, отвечающие требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги, ограничений (лимитов) на размер страховой суммы, которую могут устанавливать в договорах страхования, заключаемых с заемщиком, страховые организации, отвечающие требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги, а также ограничений (лимитов) на размер страховой премии, которая может быть получена страховой организацией, отвечающей требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги, по договорам страхования, заключаемым с заемщиками.

3. Не могут быть признаны допустимыми условия соглашений, которые устанавливают:

а) обязанность сторон соглашения не заключать аналогичные соглашения с иными кредитными и страховыми организациями, за исключением договоров, по которым страховым агентом выступает кредитная организация;

б) обязанность сторон требовать от заемщика страховать риски в одной страховой организации в течение всего срока кредитования;

в) обязанность сторон требовать от заемщика страховать иные риски, чем риск утраты или повреждения заложенного имущества, за исключением случая, когда соглашение предусматривает обязанность кредитной организации предложить заемщику кредитование на сопоставимых по срокам и размерам кредитования условиях, исключающих обязанность заемщика страховать иные риски, чем риск утраты или повреждения заложенного имущества;

г) ограничение права кредитной организации формировать несколько перечней страховых организаций, отвечающих требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги, а также предъявлять различные требования к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги в зависимости от вида (программы) кредитования;

д) ограничение права кредитной организации использовать такие характеристики, как размер уставного капитала, размер собранной страховой премии, размер страховых резервов и собственных средств страховой организации при расчете относительных показателей, характеризующих финансовую устойчивость и платежеспособность страховой организации.

4. В целях обеспечения конкуренции соглашение должно содержать условие, согласно которому кредитная организация обязана принимать страховой полис (договор страхования) любой страховой организации, выбранной заемщиком, при условии, что страховая организация соответствует требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги.

5. Соглашение, в отношении которого выполняются условия, указанные в пунктах 2–4 настоящего документа, является допустимым, если его заключение не является обязательным условием включения страховой организации в перечень страховых организаций, отвечающих требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги.

УДК 336.719

Бондарева Ю. Э., канд. экон. наук, начальник Управления контроля финансовых рынков
ФАС России, г. Москва, bozhko@fas.gov.ru

К ВОПРОСУ ДОПУСТИМОСТИ СОГЛАШЕНИЙ

(первый опыт так называемых «групповых исключений»)

Ключевые слова: антимонопольные правила, обеспечение конкуренции, допустимые соглашения, конгломератные соглашения, эксклюзивные соглашения, соглашения аффилированных лиц.

Правовое регулирование «изъятий», «исключений», «освобождений» в антимонопольном законодательстве

Впервые в истории антимонопольного законодательства России разработана и применена правовая конструкция «общих исключений» в отношении соглашений определенного вида между кредитными и страховыми организациями. Эти «общие исключения» утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 30 апреля 2009 года № 386. Тем самым на ближайшие 5 лет установлены специальные антимонопольные правила в отдельном сегменте финансового рынка, который относится к сфере кредитного страхования. В соответствии с указанным постановлением определяются виды допустимых (разрешенных) соглашений, а также условия соглашений, которые не могут рассматриваться как допустимые. Кроме того, предусматриваются обязательные условия для обеспечения конкуренции, которые должны содержаться в таких соглашениях.

Следует отметить, что применение такой правовой конструкции основывается на положениях Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции),

устанавливающих общие правила допустимости. Согласно ст. 13 Закона о защите конкуренции отдельные действия (бездействие), которые по своей форме хотя и относятся к монопольной практике (например, ограничивающие конкуренцию соглашения), но в силу тех или иных причин не создают угрозы устранения конкуренции, могут быть признаны допустимыми. Обязательными условиями признания указанных действий допустимыми являются их позитивные результаты для производства и сбыта товаров, а также преимущества (выгоды) для покупателей. При этом принимаются во внимание не только реальные положительные последствия, но и их потенциальная возможность.

Законодательство о конкуренции до октября 2006 года не предусматривало групповых исключений для определенных видов соглашений. Можно говорить лишь об отдельных элементах такого подхода в нормах Закона РСФСР от 22 марта 1991 года № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Так, в п. 2 ст. 5 этого закона говорилось о том, что в исключительных случаях действия (бездействие) хозяйствующего субъекта, указанные в п. 1 настоящей статьи (злоупотребление доминирующим положением), могут быть признаны правомерными, если хозяйствующий субъект докажет, что положительный эффект от его действий, в том

числе в социально-экономической сфере, превысит негативные последствия для рассматриваемого товарного рынка. В то же время Федеральный закон от 23 июня 1999 г. № 117-ФЗ «О защите конкуренции на финансовых рынках» допускал применение изъятий только в отношении отдельных сделок, подлежащих антимонопольному контролю. Никакие виды монополистической деятельности финансовых организаций в форме злоупотреблений доминирующим положением или ограничивающих конкуренцию соглашений либо согласованных действий не подпадали под освобождение от применения соответствующих норм закона. Однако этот закон содержал примерный перечень соглашений или согласованных действий, которые не подлежали запрету.

В Законе о защите конкуренции новый правовой инструмент — правило «допустимости» — направлен прежде всего на освобождение от установленных законом запретов тех действий, соглашений и сделок, которые не способны в значительной степени повлиять на ограничение конкуренции. Однако при этом следует иметь в виду, что не могут быть признаны допустимыми соглашения и согласованные действия, прямо указанные в ч. 1 ст. 11 Закона. Это соглашения, которые создают наибольшие проблемы для рыночной экономики, так как препятствуют конкуренции в области ценообразования и объемов выпуска и реализации продукции, ограничивают доступ на рынок новых конкурентов, осуществляют раздел рынка на сферы влияния и т. д. Вместе с тем соглашения могут быть посвящены и другим вопросам — например, качеству предоставления финансовых услуг, разработке и применению общих стандартов, совместным научно-исследовательским работам и т. д. Воздействие таких соглашений на конкуренцию неоднозначно, поскольку многое зависит от конкретных обстоятельств. Поэтому в соответствии с ч. 1 ст. 13 Закона о защите конкуренции такие соглашения при соблюдении определенных условий могут быть признаны

допустимыми. Более того, в силу ч. 2 этой статьи правительство Российской Федерации по предложению федерального антимонопольного органа вправе определять «общие исключения» в отношении соглашений и согласованных действий, указанных в ч. 2 ст. 11 Закона о защите конкуренции.

Конгломератные соглашения финансовых организаций

Соглашения банков и страховщиков попали в сферу внимания антимонопольной службы примерно 3 года назад. Основная масса поступавших в антимонопольный орган жалоб была связана с тем, что кредитные организации отказывались принимать в качестве залога по кредиту имущество, застрахованное в страховых компаниях, не входящих в число «аккредитованных» банком.

Кредитные организации, обосновывая свои действия, говорили о том, что для уверенности в наличии надлежащего обеспечения по кредиту необходимо, чтобы страховая компания была финансово устойчивой и могла осуществить надлежащую страховую выплату. Банки ссылались также на Положение Банка России № 254-П, которое предусматривало обязательную оценку финансового положения страховых организаций для формирования соответствующего резерва на возможные потери по ссудам.

Страховщики, в свою очередь, справедливо указывали на то, что критерии, которыми руководствуются банки при отборе страховщиков, являются непрозрачными и не позволяют установить, каким именно требованиям банка не удовлетворяет страховая компания и, соответственно, что именно необходимо улучшить, чтобы этим требованиям отвечать.

Эти и другие аспекты взаимодействия банков и страховщиков обсуждались в феврале 2006 года на совместном заседании банковской и страховой секций Экспертного совета по защите конкуренции на рынке

финансовых услуг при ФАС России. В частности, была поддержана позиция ФАС России о недопустимости навязывания кредитными организациями при заключении соглашений о сотрудничестве по вопросам страхования при предоставлении кредитов третьим лицам условий, предусматривающих размещение страховыми организациями денежных средств на расчетных и депозитных счетах, в векселя и иные ценные бумаги кредитных организаций.

После тщательного изучения ситуации в сфере кредитного страхования антимонопольная служба пришла к выводу о наличии определенных отклонений, которые отрицательно влияют на конкуренцию и общие условия обращения финансовых услуг.

В целях определения масштаба наблюдаемого явления и его опасности для конкуренции было проведено на всей территории России исследование сложившейся практики страхования (имущественное, ответственности, страхование от несчастных случаев) при выдаче кредитов.

Результаты исследования оказались неутешительными. Признаки ограничительной деловой практики наблюдались в действиях основных участников рынка на территории более чем половины регионов страны. В связи с этим ФАС России разработала Рекомендации по расследованию взаимодействия банков и страховщиков на предмет соблюдения ими требований антимонопольного законодательства. Всем территориальным органам было поручено провести соответствующие расследования.

Выявленные в ходе расследований признаки нарушений ст. 11 («Ограничивающие конкуренцию соглашения») Закона о защите конкуренции стали основанием для возбуждения антимонопольными органами в отношении банков и страховщиков 119 дел в 2007 году и 139 дел в 2008 году.

Что показали расследования? Если в общих чертах описать рассматриваемое явление, то его можно свести к следующему. Банки при выдаче кредитов фактически на-

вязывают заемщикам страховые компании, в которых они должны застраховать заложенное имущество. Без оформления такой страховки банк не выдает кредит, в то же время условия страхования часто оказываются невыгодными для потребителей.

Было установлено, что соглашения банков и страховщиков предусматривают установление фиксированных, базовых, минимальных и/или максимальных страховых тарифов, которые применяются страховой организацией при осуществлении страхования заложенного банку имущества, а также содержат положения, в соответствии с которыми страховщик должен согласовывать с кредитной организацией применяемые им страховые тарифы.

При этом проведенный антимонопольными органами сравнительный анализ показал, что внутри соглашения между банком и страховщиком цена на страховой продукт устанавливается, как правило, выше, чем на открытом рынке. Условно говоря, при покупке автомобиля с использованием кредита его страхование обойдется покупателю значительно дороже, чем такое же страхование этого автомобиля, купленного без помощи кредита.

Таким образом, получается, что страховщик устанавливает разные цены на один и тот же товар (услугу). При этом повышающие коэффициенты к страховому тарифу, применяемые страховщиком в условиях достигнутого с банком соглашения, компенсируют страховщику его затраты на агентское вознаграждение кредитной организации. В рассмотренных нами случаях комиссия, получаемая банками от страховых компаний, колебалась в размерах от 10 до 60% величины страховой премии по каждому договору.

В чем опасность выявленных антимонопольными органами соглашений? Помимо уже упомянутого навязывания покупателям невыгодных условий страхования, следует указать, что наибольший ущерб экономике страны наносится вследствие элиминирования конкуренции в рамках ограничительных соглашений. Устранение конкуренции ста-

новится результатом сговора банка со страховщиками об установлении фиксированных цен (страховых тарифов) и об ограничении доступа на рынок другим страховщикам. Возникающие при этом дополнительные издержки перекладываются участниками ограничительных соглашений на плечи потребителей. Одновременно в результате отказа от конкуренции в рамках рассматриваемых соглашений происходит замедление процессов развития страхового рынка, поскольку цена и основные параметры страховой услуги не формируются на основе рыночного механизма спроса и предложения.

Классификация ограничивающих конкуренцию соглашений в сфере кредитного страхования

Договоренности в сфере кредитного страхования обычно оформляются путем подписания генеральных соглашений о сотрудничестве, соглашений по отдельным направлениям кредитования (ипотечное, потребительское, автокредитование) и страхования (имущественное, ответственности, страхование от несчастных случаев), а также существуют на основе устного соглашения. Согласно п. 18 ст. 4 Закона о защите конкуренции соглашение — это договоренность в письменной форме, содержащаяся в документе или нескольких документах, а также договоренность в устной форме.

Сложившуюся ограничительную деловую практику банков и страховых организаций можно условно классифицировать по признаку формы антиконкурентных соглашений. В этом случае все рассмотренные нами соглашения подразделяются на три большие группы:

- *эксклюзивные соглашения*, т. е. соглашения между банком и одной либо несколькими страховыми организациями, которые не допускают в свой круг каких-либо иных хозяйствующих субъектов. Например, соглашение КАБ «Банк «Сосьете Женераль Вос-

ток» (ЗАО) со страховыми организациями — ОАО «РОСНО», ООО «Группа «Ренессанс Страхование», СЗАО «Союзник»;

- *соглашения аффилированных лиц*. По сути дела, это те же самые эксклюзивные соглашения, только заключаемые между материнской компанией — банком и дочерней компанией — страховщиком. К примеру, соглашение между банком «Авангард» и СК «Авангард-Гарант», а также банком «Русский Стандарт» и СК «Русский Стандарт»;

- *соглашения банков с «аккредитованными страховщиками»*. Это наиболее распространенная форма ограничительных соглашений. Банки заключают соглашения со страховыми компаниями, которые включены в их списки «аккредитованных страховщиков», и требуют от клиентов страхования только в этих компаниях. Например, соглашение между ЗАО «ЮниКредит Банк» и 15 страховщиками.

К настоящему времени ФАС России завершила рассмотрение и вынесла решения по фактам нарушения антимонопольного законодательства в отношении банков и страховых организаций в 65 случаях.

Отдельно следует указать, что часть дел было возбуждено на основании добровольных заявлений участников соглашений, направленных в ФАС России в рамках программы «смягчения административной ответственности». Так, дела в отношении ОАО АКБ «Росбанк», Банка ВТБ 24 (ЗАО) и ЗАО «Райффайзенбанк» были рассмотрены с учетом таких заявлений.

Статья 14.32 Кодекса об административных правонарушениях устанавливает административную ответственность за заключение соглашений и ведение согласованных действий, которые ограничивают конкуренцию. Для юридических лиц наказание предусмотрено в виде штрафа до 15% суммы выручки от реализации товара (услуги), на рынке которого совершено правонарушение. Одновременно примечание к этой статье содержит условие освобождения от административной ответственности, которое

также называют «программой смягчения ответственности». Согласно данному примечанию лицо может быть освобождено от ответственности, если оно добровольно заявит в антимонопольный орган о заключении ограничивающего конкуренцию соглашения, откажется от участия в таком соглашении и предоставит все имеющиеся сведения и информацию о таком соглашении.

В нескольких случаях участниками соглашений решения ФАС России были обжалованы в судах. Так, решение Московского УФАС России КАБ «Банк «Сосьете Женераль Восток» (ЗАО) обжаловал в Арбитражный суд г. Москвы. Суд отказал банку в удовлетворении заявленных требований и подтвердил законность решения ФАС России по делу в отношении КАБ «Банк «Сосьете Женераль Восток» (ЗАО), ОАО «РОСНО», ООО «Группа «Ренессанс Страхование» и СЗАО «Союзник», нарушивших пп. 4, 5, 8 ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции.

Апелляционная инстанция арбитражного суда г. Челябинска также подтвердила правомерность решения антимонопольного органа в отношении ЗАО «ЮниКредит Банк» и 15 страховщиков. Суд указал, что действия банка и страховых компаний повлекли ограничение конкуренции, поскольку страховые компании, не прошедшие отбор (аккредитацию банком) и не включенные в перечень страховых компаний, оказались отстранены от участия в страховании имущества, являющегося предметом залога. Кассационная инстанция подтвердила законность решения антимонопольного органа.

Комментарий к отдельным положениям «Общих исключений в отношении соглашений между кредитными и страховыми организациями»

Постановлением Правительства Российской Федерации от 30 апреля 2009 года № 386 «Об утверждении «Общих исклю-

ний в отношении соглашений между кредитными и страховыми организациями» (далее — постановление) предусматривается, что «Общие исключения» в отношении кредитных и страховых организаций будут действовать в течение 5 лет со дня вступления в силу постановления (п. 2).

Вид соглашения

Вид соглашения, в отношении которого применяются «Общие исключения», определен в п. 1 «Общих исключений». «Общие исключения» применяются в отношении соглашений между кредитными и страховыми организациями, которые определяют порядок взаимодействия сторон при страховании рисков заемщиков кредитной организации, включая потенциальных заемщиков, являющихся юридическими и физическими лицами, в том числе индивидуальными предпринимателями. К подобным соглашениям относятся соглашения о сотрудничестве, агентские договоры и иные соглашения, заключаемые кредитными и страховыми организациями в целях организации страхования рисков заемщиков.

Общие исключения распространяются лишь на те соглашения, которые затрагивают взаимодействие банка и страховщика в рамках так называемого вмененного страхования, т. е. страхования, без осуществления которого кредитная организация не будет выдавать кредит или предоставлять заем (п. 3 «Общих исключений»).

При этом действие «Общих исключений» будет распространяться на указанные соглашения только в том случае, когда кредитная организация принимает от заемщиков полисы любых страховщиков, отвечающих требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям предоставления страховой услуги. Одновременно действия кредитной организации должны соответствовать условиям, указанным в п. 4 «Общих исключений».

Однако «Общие исключения» не распространяются на соглашения между кредитными и страховыми организациями, которые определяют порядок взаимодействия сторон при страховании рисков заемщиков в рамках реализации программ ипотечного кредитования (п. 2 «Общих исключений»).

Документом установлено, что допустимой может быть признана такая форма сотрудничества кредитных и страховых организаций, при которой банком определен исчерпывающий перечень требований к страховым организациям и их страховым продуктам, при соблюдении которых банк обязан принять полис страховщика, установлена понятная и прозрачная процедура проверки страховой организации на соответствие этим требованиям, а до заемщиков доводится информация о том, что они могут застраховать свои риски в иных страховых компаниях, если они будут удовлетворять требованиям банка.

Установление «открытого» перечня страховых организаций позволяет страховщикам, удовлетворяющим требованиям банка, пройти проверку на соответствие этим требованиям и попасть в список рекомендованных банком страховых организаций; а страховщики, не удовлетворяющие требованиям банка, должны произвести необходимые изменения в своей деятельности с тем, чтобы удовлетворять этим требованиям в будущем. Соответственно, в этом случае не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на страховом рынке.

Требования к страховым организациям

Следует отметить, что с момента вступления в силу постановления кредитные организации вправе самостоятельно определять, каким именно требованиям должны отвечать страховые организации и предлагаемые ими условия страхования.

В то же время с учетом положений ч. 1 ст. 13 Закона о защите конкуренции предъявляемые кредитной организацией требова-

ния должны отвечать критериям отсутствия ограничений, не соответствующих достижению целей соглашений, совершенствования реализации страхового продукта, а также получения заемщиками-страхователями соразмерных преимуществ.

В связи с этим согласно подп. «а» п. 2 «Общих исключений» кредитная организация вправе предъявлять к страховщикам только те требования, которые направлены на оценку финансовой устойчивости и платежеспособности страховой организации, а также на раскрытие информации о собственниках страховой организации.

Проведенное антимонопольными органами исследование соглашений банков и страховщиков свидетельствует о том, что в рамках оценки финансовой устойчивости страховых организаций банки нередко предъявляют требования, которые отражают не финансовую устойчивость, а лишь размер страховой организации. Такими требованиями, в частности, являются определенный размер уставного капитала, объем собранной страховой премии, размер страховых резервов. Установление подобных требований направлено не столько на обеспечение надлежащей страховой защиты, сколько на «отсечение» средних и мелких страховщиков, которые при этом necessarily являются неустойчивыми.

Учитывая данное обстоятельство, подп. «а» п. 2 «Общих исключений» специально указывает, что требования к страховым организациям не должны предусматривать обязательного наличия определенного размера уставного капитала, собранной страховой премии, страховых резервов или собственных средств.

Необходимо отметить, что банк не вправе требовать наличия у страховой организации филиалов, представительств, иных структурных подразделений, а также страховых агентов вне места нахождения страховой организации. Это связано с тем, что данное требование также не характеризует финансовую устойчивость страховой организации, а его установление заведомо исключает из

конкурентной борьбы небольшие страховые организации, не обладающие соответствующей развитой филиальной сетью.

Расследование ограничительной деловой практики банков и страховых организаций свидетельствует также о том, что многие кредитные организации ориентируются на рейтинги финансовой надежности, присвоенные страховщику российскими или международными рейтинговыми агентствами (например, «Стэндрд энд Пурс» и «Эксперт Ра»). Однако необходимо учитывать, что получение рейтинга является добровольным решением страховой организации, а его отсутствие не является свидетельством финансовой неустойчивости страховщика.

В связи с этим подп. «а» п. 2 «Общих исключений» также предусматривает, что отсутствие у страховой организации рейтинга российских или международных рейтинговых агентств не должно являться безусловным основанием для признания страховой организации не соответствующей требованиям кредитной организации. Это, в свою очередь, означает, что кредитная организация может предъявлять требование о наличии рейтинга определенного уровня, однако при отсутствии рейтинга страховая организация должна быть проверена на соответствие иным требованиям к финансовой устойчивости и платежеспособности и в случае положительного результата такой проверки должна быть признана соответствующей требованиям кредитной организации.

Требования к условиям страхования

В отношении требований кредитной организации к условиям страхования документ предусматривает, что такие требования не должны содержать явно обременительных для заемщиков условий, которые исходя из разумно понимаемых интересов они не приняли бы при наличии у них возможности участвовать в определении условий договоров страхования. Это общее ограничение права

банка на самостоятельное определение требований к условиям страхования основывается на положениях п. 5 ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции и направлено на предотвращение ситуаций, при которых в результате достигнутого между банком и страховщиком соглашения заемщикам будут навязываться невыгодные условия страхования.

По тем же причинам абз. 4 и 5 подп. «б» п. 2 «Общих исключений» запрещают устанавливать обязанность заемщика заключать договор страхования на срок, равный сроку кредитования, в том случае, когда кредитование осуществляется на срок свыше 1 года, а также устанавливать ограничения в отношении размера страховой суммы, за исключением установления страховой суммы в размере общей задолженности по кредиту.

Необходимо также особо отметить, что «Общие исключения» не распространяются на соглашения между банками и страховыми организациями в том случае, когда кредитная организация устанавливает ограничения (лимиты):

- на количество договоров страхования, которые могут заключать с заемщиками страховые организации, отвечающие требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям страхования;
- на размер страховой суммы, которую могут устанавливать в договорах страхования, заключаемых с заемщиком, страховые организации, отвечающие требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям страхования;
- на объем страховой премии, которая может быть получена страховой организацией, отвечающей требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям страхования, по договорам страхования, заключаемым с заемщиками (подп. «и» п. 2 «Общих исключений»).

Применение кредитной организацией подобных ограничений создает необоснованные препятствия для деятельности страховых организаций, следовательно, такие действия не могут быть разрешены.

Условия, которые не могут рассматриваться как допустимые

Во-первых, не может быть признано допустимым соглашение, если оно предусматривает обязанность сторон соглашения не заключать аналогичные соглашения с иными кредитными и страховыми организациями (подп. «а» п. 3 «Общих исключений»). Это означает, что кредитные и страховые организации не могут быть ограничены в праве вступать в партнерские отношения с иными участниками рынка в целях продвижения своих продуктов.

Единственное исключение предусматривается для случая заключения между банком и страховщиком агентского договора, по которому страховым агентом выступает кредитная организация. Признание допустимым соглашения, содержащего обязанность кредитной организации быть агентом только одного страховщика, связано с решением задачи исключения конфликта интересов, возникающего в случае уплаты комиссионного вознаграждения банку одновременно несколькими страховыми организациями.

Во-вторых, не может быть признано допустимым соглашение, устанавливающее обязанность сторон требовать от заемщика страховать риски в одной страховой организации в течение всего срока кредитования (подп. «б» п. 3 «Общих исключений»). При условии кредитования на срок свыше 1 года введение подобной обязанности заемщика может привести к тому, что в случае неудовлетворенности работой страховой организации по итогам первого года страхования заемщик не сможет отказаться от дальнейшего пользования услугами данной страховой организации, что является невыгодным для заемщика.

Соглашения, которые приводят или могут привести к навязыванию контрагенту невыгодных условий договора, запрещены п. 5 ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции и не могут быть признаны допустимыми.

В-третьих, невозможно признать соглашение допустимым, если оно предусматривает

обязанность сторон требовать от заемщика страховать иные риски, чем риск утраты или повреждения заложенного имущества (подп. «в» п. 3 «Общих исключений»). Исключением из этого условия является ситуация, когда соглашение предусматривает обязанность кредитной организации предложить заемщику кредитование на сопоставимых по срокам и объемам кредитования условиях, исключаящих обязанность заемщика страховать иные риски, чем риск утраты или повреждения заложенного имущества.

В настоящее время единственной обязанностью заемщика по страхованию, предусмотренной действующим законодательством, является обязанность страховать заложенное имущество от рисков утраты или повреждения, установленная п. 1 ст. 343 ГК РФ. Право кредитора, в том числе кредитной организации, требовать от заемщика заключения договоров по иным видам страхования законодательством Российской Федерации не установлено.

В связи с этим соглашение, обязывающее страховую организацию требовать от заемщика страховать иные риски, чем риск утраты или повреждения заложенного имущества, является соглашением, которое приводит или может привести к навязыванию заемщикам условий кредитного договора, невыгодных и не относящихся к предмету договора.

В частности, при автокредитовании недопустимо требовать от заемщика, помимо страхования автомобиля, заключения также, например, договора страхования от несчастных случаев или автогражданской ответственности сверх предусмотренного законодательством об ОСАГО. Однако если кредитная организация предлагает заемщикам получить кредит в том же объеме и на тот же срок без осуществления дополнительного страхования, указанные соглашения могут быть признаны допустимыми, поскольку заемщику предоставляется право выбора кредитного продукта, что, в свою очередь, устраняет навязывание невыгодных или не относящихся к предмету кредитного договора условий.

Условия, предусмотренные подп. «г» и «д» п. 3 «Общих исключений», фактически направлены на закрепление права кредитной организации:

- формировать несколько перечней страховых организаций, отвечающих требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям страхования, а также предъявлять различные требования к страховым организациям и условиям страхования в зависимости от вида (программы) кредитования;

- использовать размер уставного капитала, объем собранной страховой премии, размер страховых резервов и собственных средств страховой организации при расчете относительных показателей, характеризующих финансовую устойчивость и платежеспособность страховой организации.

Обязательное условие, при котором соглашения являются допустимыми

Обязательное условие для обеспечения конкуренции, которое должно содержаться в соглашениях между кредитными и страховыми организациями, определено в п. 4 «Общих исключений» и заключается в установлении обязанности кредитной организации принимать страховой полис (договор страхования) любой страховой организации,

выбранной заемщиком, при условии, что она отвечает требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям страхования.

В соответствии с ч. 3 ст. 13 Закона о защите конкуренции общими исключениями могут предусматриваться наряду с указанными в ч. 2 данной статьи условиями иные условия, которым должны соответствовать соглашения.

Подобное иное условие предусмотрено п. 5 «Общих исключений», согласно которому соглашение может быть признано допустимым, если его достижение не является обязательным условием включения страховой организации в перечень страховых организаций, отвечающих требованиям кредитной организации к страховым организациям и условиям страхования.

Установление данного ограничения связано с тем, что на практике многие кредитные организации заключают со страховщиками соглашения, предусматривающие уплату банку комиссионного или иного вознаграждения. Требование об обязательном заключении подобных соглашений является необоснованным, поскольку целью проведения отбора страховых организаций является оценка способности страховщика обеспечить надлежащую страховую защиту при наступлении страхового случая у заемщика.

УДК 339.13.012.434

Дрючина Е. И., канд. экон. наук, доцент кафедры Теории и практики конкуренции
Московской финансово-промышленной академии, EDrjuchina@mfpa.ru

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СУБЪЕКТОВ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Среди различных направлений общегосударственного регулирования и контроля субъектов финансового рынка, осуществляемого в настоящее время Министерством финансов Российской Федерации, Федеральной службой по мониторингу финансовых рынков, Центральным банком Российской Федерации, выделяется регулирование отношений, влияющих на конкуренцию субъектов финансового рынка (рынка банковских услуг, рынка страховых услуг, рынка ценных бумаг, рынка иных финансовых услуг). Стремительный рост числа субъектов финансового рынка, наблюдаемый за последние годы в России, диктует необходимость формирования добросовестной конкурентной среды в этой области. Весьма важными и актуальными являются вопросы, связанные с антимонопольным регулированием деятельности субъектов финансового рынка.

Данная статья предназначена и будет интересна для студентов, аспирантов, преподавателей экономических вузов, работников банковской системы, специалистов федеральной антимонопольной службы.

Ключевые слова: концентрация капитала и активов кредитными организациями, доминирующее положение субъектов финансового рынка, транспарентность банковской деятельности, банкинг.

В современных условиях реформирования российской экономики антимонопольное регулирование является важной составляющей системы мер, осуществляемых государством с целью обеспечения условий для создания и поддержания конкурентной среды бизнеса во всех сферах экономики, ограничения и пресечения монополистической деятельности, применения мер ответственности за недобросовестную конкуренцию.

Существуют различные направления общегосударственного регулирования и контроля субъектов финансового рынка, осуществляемого Министерством финансов Российской Федерации, Федеральной службой по мониторингу финансовых рынков России, Центральным банком РФ и другими

органами исполнительной власти. Среди аспектов этого регулирования (инвестиционное, эмиссионное, аудиторное и др.) следует выделить регулирование отношений, влияющих на конкуренцию субъектов финансового рынка (рынка банковских услуг, рынка страховых услуг, рынка ценных бумаг, рынка иных финансовых услуг).

В последнее десятилетие для субъектов финансового рынка России характерен резкий подъем за счет увеличения числа его участников. Возникают новые институты финансового рынка, ранее не функционировавшие на российском рынке, увеличиваются объемы финансирования за счет внебюджетных ресурсов. Например, введение института обязательного страхования ответственности владельцев транспортных

средств на рынке страховых услуг привело к значительному повышению доходов страховых организаций и усилению конкуренции на рынке страховых услуг. Увеличение объемов потребительского кредитования банковскими организациями также привело к росту их численности и обострению конкуренции на рынке банковских услуг.

Стремительный рост числа субъектов финансового рынка объективно диктует необходимость формирования добросовестной конкурентной среды в этой сфере. Весьма важными и актуальными являются вопросы, связанные с антимонопольным регулированием деятельности субъектов финансового рынка. Следует отметить, что вопрос о роли такого регулирования является одним из самых сложных в предпринимательском праве.

В зарубежной научной литературе недостаточен уровень разработки проблем, связанных с антимонопольным регулированием субъектов финансового рынка, многие положения являются дискуссионными.

В России лишь с середины 1990 г. — с переходом к рыночной экономике и формированием конкурентной среды — стали активизироваться исследования теоретических и практических проблем в этой сфере.

Особым направлением антимонопольного регулирования, осуществляемого на рынке финансовых услуг, является рынок банковских услуг.

Выделение антимонопольного регулирования банковской деятельности в самостоятельный вид государственного контроля связано с определенными объективными причинами. Одной из таких причин является тот факт, что конкуренция на рынке банковских услуг обладает специфическими чертами, отличающими ее от конкуренции на других субъектах финансового рынка. Эти различия связаны с наличием определенных признаков, характеризующих рынок банковских услуг и отличающих его от других субъектов финансового рынка.

Специфика банковской конкуренции заключается в высокой интенсивности, разнообразии форм и методов. Она формируется при осуществлении субъектами банковской сферы кредитной, платежно-расчетной, инвестиционной и другой деятельности, связанной с созданием и реализацией своих продуктов и услуг.

Кредитные организации оперируют с привлеченными (чужими) средствами, объем которых существенно выше, чем размер собственных средств. Это является одной из причин того, что кредитные организации существенно зависят от надежности своих контрагентов. Еще одной особенностью конкуренции на рынке банковских услуг является мобильность (подвижность) финансового капитала и ключевая роль банков, обеспечивающих его движение. Усиление конкурентной борьбы на рынке банковских услуг во многом зависит от степени концентрации банковских активов и размещения банков на определенной территории. Так, например, в Москве, Санкт-Петербурге и других крупных городах России сосредоточены наиболее крупные по размеру уставного капитала коммерческие банки, охватывающие свыше 50% рынка кредитов и депозитов (табл. 1)¹.

Как свидетельствуют данные табл. 1, из общего количества действующих кредитных организаций по России на 1 января 2008 г. 53,6% сосредоточены в Московском регионе и Санкт-Петербурге, с уставным капиталом более 300 млн руб. доля таких кредитных организаций составляла 73,2%. Группировка кредитных организаций по общей величине зарегистрированного уставного капитала по состоянию на 1 сентября 2008 г. приведена в табл. 2².

¹ Рассчитано на основании данных «Отчета банковского сектора и банковского надзора в 2007 году». М.: ЦБ РФ. С. 104–107.

² Рассчитано по данным материала, подготовленного Департаментом лицензирования деятельности и финансового оздоровления кредитных организаций (М.: ЦБ РФ. С. 9).

Таблица 1

**Группировка действующих кредитных организаций
по величине зарегистрированного уставного капитала по состоянию на 1 января 2008 г.
по Московскому региону и Санкт-Петербургу**

	До 3 млн руб.		От 3 до 10 млн руб.		От 10 до 30 млн руб.		От 30 до 60 млн руб.		От 60 до 150 млн руб.		От 150 до 300 млн руб.		От 300 млн руб.		Всего	
	количество	уд. вес к итогу, %	количество	уд. вес к итогу, %	количество	уд. вес к итогу, %	количество	уд. вес к итогу, %	количество	уд. вес к итогу, %	количество	уд. вес к итогу, %	количество	уд. вес к итогу, %	количество	уд. вес к итогу, %
Московский регион	8	21,6	16	26,2	39	32,5	66	41,0	85	41,1	145	58,5	209	69,2	568	50,0
В том числе: г. Москва	8	21,6	15	24,6	39	32,5	64	39,8	84	40,5	141	56,9	204	67,5	555	48,9
Московская область	0	—	1	1,6	0	—	1	0,6	1	1	4	1,6	5	1,7	13	1,1
г. Санкт-Петербург	4	10,8	2	3,2	3	2,5	8	5,0	6	2,9	6	2,4	12	4,0	41	3,6
Всего по России	37	100	61	100	120	100	161	100	207	100	248	100	302	100	1136	100

Таблица 2

**Группировка действующих кредитных организаций
по величине зарегистрированного уставного капитала по состоянию на 1 сентября 2008 г.**

№ п/п	Величина зарегистрированного уставного капитала	Количество кредитных организаций			
		на 1 января 2008 г.		на 1 сентября 2008 г.	
		количество	уд. вес к итогу, %	количество	уд. вес к итогу, %
1	До 3 млн руб.	37	3,3	34	3,0
2	От 3 до 10 млн руб.	61	5,4	53	4,7
3	От 10 до 30 млн руб.	120	10,6	103	9,2
4	От 30 до 60 млн руб.	161	14,2	147	13,1
5	От 60 до 150 млн руб.	207	18,2	205	18,2
6	От 150 до 300 млн руб.	248	21,8	248	22,0
7	От 300 млн руб. и выше	302	26,6	335	29,8
Всего по России		1136	100	1125	100

Таблица 3

**Обеспеченность регионов России банковскими услугами кредитных организаций
и их филиалов на 1 января 2008 г.**

	Активы		Кредиты, предоставленные организациям-резидентам и физическим лицам-резидентам		Вклады физических лиц	
	млн руб.	уд. вес к итогу, %	млн руб.	уд. вес к итогу, %	млн руб.	уд. вес к итогу, %
г. Москва	12 882 326	59,9	3 923 644	32,8	1 908 254	37,2
г. Санкт-Петербург	1 222 308	5,7	709 216	5,9	361 895	7,0
Всего по регионам	21 520 724	100	11 961 239	100	5 136 387	100

Кроме того, Сбербанк России обладает самой высокой для российского рынка банковских услуг долей средств населения в общем объеме привлеченных банком средств, равной 57%³ (см. табл. 3⁴). В результате такого положения обостряется банковская конкуренция, сужаются возможности многих мелких кредитных организаций в осуществлении ими традиционных банковских операций.

Важнейшей тенденцией развития банковской системы России в современных условиях является концентрация капитала и активов у ограниченного круга кредитных организаций. По состоянию на 1 января 2008 г. на 50 крупнейших по активам банков приходилось более 70% суммарных активов банковской системы. Показатели концентрации банков по активам свидетельствуют о высокой степени монополизации рынка банковских услуг. Так, например, доля пяти крупнейших банков в суммарных активах всей банковской системы превышает в на-

стоящее время 50%. Тенденцию концентрации банковского капитала усиливают также сокращение количества кредитных организаций, развитие институциональных форм укрупнения кредитных организаций. Многие коммерческие банки в целях повышения своей реальной конкурентоспособности становятся участниками крупных холдингов, финансово-промышленных групп (например, Газпромбанк — в составе ОАО «Газпром»).

Все эти процессы снижают интенсивность банковской конкуренции, приводят к ограничению доступа на рынок банковских услуг, устранению конкурентов, возникновению различных форм соглашений или согласованных действий, ограничивающих конкуренцию в банковской сфере, открывают возможности для олигополистических сговоров.

Антимонопольное регулирование рынка банковских услуг направлено не только на устранение причин, связанных с ограничением конкуренции, но в значительной мере на обеспечение стабильности, устойчивости и экономической безопасности банковской деятельности.

До недавнего времени федеральному антимонопольному органу Российской Федерации не удавалось системно осуществ-

³ По данным годового отчета Сбербанка России за 2007 г. // Деньги и кредит. № 1. 2008. С. 47.

⁴ Рассчитано на основании данных «Отчета банковского сектора и банковского надзора в 2007 году» (М.: ЦБ РФ. С. 107).

лять антимонопольное регулирование финансового рынка. Действие Федерального закона от 23 марта 1991 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» практически не распространялось на субъекты финансового рынка, в том числе на рынок банковских услуг. Отношения, связанные с монополистической деятельностью и недобросовестной конкуренцией на рынке банковских услуг, попадали в сферу действия указанного выше закона лишь в том случае, если оказывали влияние на конкуренцию на товарных рынках.

Регулирование отношений, связанных с конкуренцией на рынке банковских услуг, являлось прерогативой Центрального банка Российской Федерации. Функции федерального антимонопольного органа в банковской сфере были лишь обозначены в законах о банковской деятельности. Так, например, ст. 32 Федерального закона «О банках и банковской деятельности»⁵ запрещает кредитным организациям заключать соглашения и осуществлять согласованные действия, направленные на монополизацию рынка банковских услуг. Механизм реализации антимонопольных требований, содержащихся в указанной выше статье банковского законодательства, отсутствовал.

В связи с этим антимонопольное регулирование в банковской сфере носило индикативный (уведомительный) характер, в результате этого нарушения субъектов финансового рынка оставались без последствий, создавалась благоприятная среда для формирования круга монополистов, злоупотребляющих доминирующим положением, использующих недобросовестные приемы поведения при осуществлении предпринимательской деятельности.

Последствия такого положения особенно проявились накануне и после финансового — августовского 1998 г. — кризиса. В частности, неконтролируемое сокращение кредитных организаций, потеря ими собственного капитала, платежеспособности, ликвидности привели к стихийному усилению централизации и концентрации капитала среди крупнейших кредитных банков.

По оценке Центрального банка РФ, из 1136 действующих на 1 января 2008 г. кредитных организаций лишь 70% являются финансово устойчивыми, не имеющими дефицита собственного капитала⁶. Сжатие в количественном отношении банковского и страхового рынков, процессы передела субъектов финансового рынка приводят к доминированию отдельных кредитных банков, что в целом негативно сказывается на конкуренции в банковской сфере. Потеря финансовой устойчивости большинства субъектов рынка банковских услуг является причиной стагнации банковской системы в России, что подрывает развитие макроэкономической стабилизации в стране.

Существенные изменения в антимонопольном регулировании субъектов финансового рынка, в частности рынка банковских услуг, произошли в связи с принятием Федерального закона от 23 июня 1999 г. «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг».

Предметом регулирования этого закона являлись отношения, определяющие конкуренцию на рынке банковских, страховых услуг и рынке ценных бумаг. Этим законом введено понятие «финансовая организация». Под финансовой организацией понимается юридическое лицо, осуществляющее на основании соответствующей лицензии банковские операции, сделки на рынке ценных бумаг, услуги по страхованию и иные услуги финансового характера, а также негосударственный пенсионный фонд,

⁵ Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» (в редакции Федерального закона от 3 февраля 1996 г. № 17-ФЗ, с изменениями на 30 декабря 2008 г.).

⁶ Информационно-аналитические материалы ЦБ РФ в 2007 г. (<http://www.cbr.ru/analytics/>).

его управляющая компания, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, лизинговая компания, кредитный потребительский союз и иные организации, осуществляющие операции и сделки на рынке финансовых услуг.

В законе «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» были определены принципы, нормы, процедуры антимонопольного регулирования субъектов финансового рынка.

Как и в Законе РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», в Законе «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» содержатся нормы не только о пресечении монополистической деятельности, но и о недобросовестной конкуренции на рынке финансовых услуг.

Вместе с тем до настоящего времени отсутствует эффективный механизм реализации норм антимонопольного регулирования на рынке банковских услуг.

В соответствии со ст. 21 Закона «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» государственная политика по развитию конкуренции и антимонопольному регулированию на рынке банковских услуг осуществляется федеральным антимонопольным органом совместно с Центральным банком РФ.

В ст. 24 Закона отмечается, что координация действий федерального антимонопольного органа и федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих регулирование на рынке банковских услуг и Центрального банка РФ, строится на основе функционального распределения обязанностей, специализации и разграничения ответственности за нарушение антимонопольного законодательства.

В ст. 32 Федерального закона «О банках и банковской деятельности» указано, что федеральное антимонопольное ведомство и Банк России осуществляют антимонопольное регулирование совместно. Кроме того, согласно ст. 23 Закона «О защите

конкуренции на рынке финансовых услуг» федеральный антимонопольный орган вправе издавать нормативные акты совместно с Центральным банком России, а также с федеральными органами исполнительной власти, осуществляющими регулирование на рынке банковских услуг.

Законодательство не только регламентирует, но и требует от указанных выше государственных органов осуществлять совместно антимонопольное регулирование деятельности кредитных организаций на рынке банковских услуг путем разработки и принятия согласованных нормативно-правовых актов.

Антимонопольные органы и Центральный банк РФ издают свои, независимые друг от друга нормативные акты по вопросам антимонопольного регулирования рынка банковских услуг.

Существуют несогласованность действий по поводу конкретных антимонопольных мероприятий в отношении кредитных организаций, различия в понимании целей, задач антимонопольного регулирования рынка банковских услуг.

Следует отметить, что специальных нормативных актов, касающихся антимонопольного регулирования рынка банковских услуг, Центральный банк РФ не издавал. Отдельные нормы, регламентирующие эту сферу, содержатся во многих нормативных актах Банка России: в федеральных законах «О банках и банковской деятельности», «О Центральном банке Российской Федерации», в инструкциях Центрального банка РФ.

Важным шагом законодательных органов стало принятие в 2006 г. Федерального закона «О защите конкуренции»⁷, в котором объединены нормы, посвященные конкуренции на товарных и финансовых рынках, значительно расширены состав, перечень антимонопольных действий участников рынка, оказывающих отрицательное воздействие

⁷ Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ.

на конкуренцию. Такое объединение вполне справедливо, так как основы конкурентной политики, антимонопольного регулирования не зависят от типов рынков. Они включают определенные согласованные действия участников рынка и органов государственной власти и управления.

Существующие особенности организации экономической деятельности субъектов товарного и финансового рынков могут быть учтены в соответствующих подзаконных актах, например в методических рекомендациях, положениях о механизме реализации отдельных статей закона.

В Законе «О защите конкуренции» изменены критерии и повышена минимальная граница сделок, связанных с экономической концентрацией. Таким образом, значительная часть предварительного антимонопольного контроля сделок устраняется. Увеличивается минимальный размер доли рынка участника сделки, при котором требуется предварительное согласование с ФАС РФ. Так, например, до принятия этого закона существовала обязанность получать разрешение антимонопольного ведомства на создание нового банка. С принятием Федерального закона «О защите конкуренции» получение такого согласия необходимо лишь при слияниях финансовых организаций или при присоединении одной финансовой организации к другой в тех случаях, когда стоимость их активов превышает установленную величину. В настоящее время она составляет 160 млн руб.⁸

В новом законопроекте выводится из-под антимонопольного контроля такая сделка, как перераспределение пакетов акций внутри группы лиц. Меняется система санкций за нарушение антимонопольного законодательства.

⁸ Постановление Правительства РФ от 7 марта 2000 г. № 194 «Об условиях антимонопольного контроля на рынке финансовых услуг и об утверждении методики определения оборота и границ рынка финансовых услуг финансовых организаций» // СЗ РФ. 13 марта 2000 г. № 11. Ст. 1183.

Существовавшие низкие размеры штрафных санкций, максимальная величина которых не превышала 5000 МРОТ, никоим образом не связывались с масштабом незаконно полученных субъектами бизнеса доходов. Это привело к отсутствию каких-либо стимулов у участников рынка соблюдать установленные антимонопольным законодательством правила и нормы поведения. В новом законе уточнены условия нарушений норм антимонопольного законодательства, касающихся соглашений и согласованных действий, ограничивающих конкуренцию на товарных и финансовых рынках.

В законе изменена методика определения доминирующего положения субъектов товарного и финансового рынков. Основным направлением антимонопольного регулирования рынка банковских услуг является борьба со злоупотреблением доминирующим положением кредитной организации. Доминирование и злоупотребление доминирующим положением кредитной организацией имеет место как на федеральном, так и на региональном рынках банковских услуг. По данным ФАС РФ, для большинства регионов Российской Федерации коэффициент концентрации (CR-3), характеризующий долю трех крупнейших банков, в отдельных регионах находится на уровне 95%⁹. Это достаточно высокая степень монополизации. В большинстве регионов России 2–3 кредитных банка контролируют практически весь региональный рынок кредитных ресурсов, и деятельность их никак не регулируется. Кроме того, анализируя банковскую конкуренцию в России, следует отметить локальный характер в целом рынка банковских услуг. Кредитные организации в одних регионах не имеют эффективной развитой филиальной сети в других регионах. Конкуренция осуществляется между местными и локальными банками. Рынок банковских

⁹ <http://www.fas.gov.ru/>

услуг в целом представляет собой множество обособленных локальных рынков.

В этих условиях общегосударственный антимонопольный контроль за доминированием и проявлением монополистических действий субъектов банковской сферы становится одним из решающих факторов формирования конкурентного финансового рынка Российской Федерации и обеспечения его стабильности.

Вместе с тем многие положения и нормы нового закона нуждаются в уточнении и детализации, до сих пор несовершенен институт ответственности за нарушения антимонопольного законодательства субъектов финансового рынка, требует уточнения определение видов недобросовестной конкуренции.

Одной из самых опасных форм ограничения конкуренции как на товарных, так и на финансовых рынках является сговор между его участниками. Это могут быть фиксирование цен, территориальный раздел рынка и многое другое. Согласно оценкам международных экспертов, выгоды от фиксирования цен составляют около 10%¹⁰ продажной цены¹¹. Такая форма монополистической деятельности является одним из самых серьезных нарушений антимонопольного законодательства. Однако доля дел, связанных с подобным нарушением, по данным ФАС РФ за 2006 г., составляла менее 1% общего количества возбужденных дел.

Если в 2006 г. общее количество дел по признакам монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции составило 7,4 тыс., то количество дел по подобным сговорам — лишь 124. Из них 66 — по товарным и лишь 58 — на рынке финансовых услуг¹².

За время действия нового Федерального закона «О защите конкуренции» антимонопольными органами практически не рассмотрено ни одного дела, связанного со злоупотреблением кредитными организациями доминирующим положением на рынке банковских услуг, как на федеральном, так и на региональном уровне.

Такое положение объясняется во многом несогласованностью действий, отсутствием единства во взглядах по поводу конкретных антимонопольных мероприятий в отношении кредитных организаций, наличием существенных различий в понимании целей и задач антимонопольного регулирования рынка банковских услуг федеральным антимонопольным ведомством и Центральным банком РФ.

Успешная реализация Федерального закона «О защите конкуренции» во многом зависит от скорейшей разработки и принятия необходимой нормативно-правовой базы по реализации статей закона ФАС РФ совместно с органами государственной власти и управления, регулирующими отдельные сегменты финансового рынка, а также от усиления координации деятельности в этой сфере.

Важным фактором для развития антимонопольного регулирования рынка банковских услуг является также обеспечение транспарентности (прозрачности) банковской деятельности, т. е. повышение требований к публикациям в печати балансов, отчетности о финансовых результатах деятельности кредитных организаций, основных финансово-экономических показателей (например, коэффициент достаточности капитала, качество кредитных портфелей, размеры резервов, отчеты о прибылях и убытках и т. п.). Необходимо развивать информационные технологии, включая интернет-банкинг. Все это будет способствовать повышению интенсивности конкуренции рынка банковских услуг и эффективности антимонопольного регулирования.

¹⁰ US Sentencing Guidelines, 2, note 3.

¹¹ По данным интернет-сайта ФАС РФ (<http://www.fas.gov.ru/>).

¹² Сборник отчетных данных о работе ФАС за 2006 г. М.: ФАС РФ, 2007. С. 8–9.

Литература

1. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ.
2. Материалы и решения заседания коллегии ФАС РФ от 19 сентября 2006 г. М.: ФАС России, 2006.
3. Викулин А. Ю. Антимонопольное регулирование рынка банковских услуг. М.: БЕК, 2005.
4. Баталов А. Г., Самойлов Г. О. Банковская конкуренция. М.: ОМЕГА-Л, 2004.
5. Структура отраслевых рынков / пер. с англ. *Шерер Ф., Росс Д.* М.: Инфра-М, 1999.
6. Викулин А. Ю., Тосунян Г. А. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг». М.: Дело, 2002.
7. Отчет банковского сектора и банковского надзора в 2007 году. М.: ЦБ РФ. С. 104–107.
8. Годовой отчет Сбербанка России за 2007 г. // Деньги и кредит. 2008. № 1. С. 47.

УДК 332.135

Рожков Ю. В., докт. экон. наук, профессор кафедры банковского дела Хабаровской государственной академии экономики и права, irinach@freemail.ru

Чёрная И. П., докт. экон. наук, доцент, проректор по учебной работе Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, irinach@freemail.ru

НОВАЯ ПАРАДИГМА КОНКУРЕНЦИИ РЕГИОНОВ

В статье раскрываются особенности различных типов конкуренции и конкурентоспособности регионов. Анализируя субъект-объектную природу межрегиональной конкуренции в современных условиях, авторы приходят к выводу, что российские регионы втянуты одновременно в экономическую, пространственную и сетевую конкуренцию, что значительно осложняет формирование и реализацию региональной политики в условиях мирового финансового кризиса.

Ключевые слова: конкурентоспособность региона, экономическая конкуренция, пространственная конкуренция, сетевая конкуренция, вертикальная и горизонтальная конкуренция, территориальная политика, конкурентный потенциал региона.

Современный регион — не только действующий агент национальной экономики, но и активный субъект мировых экономических процессов. Это обусловлено глобализацией и регионализацией, установившими своего рода баланс между глобальной интеграцией и локальным развитием. Это явление получило название «глокализация» — как двусторонний процесс, в ходе которого, во-первых, институциональные/регулирующие установления перемещаются с национального уровня как выше — на супранациональный или глобальный уровень, так и ниже — на уровень отдельных единиц или локальных, городских, региональных объединений. Во-вторых, экономическая деятельность и связи между предприятиями становятся одновременно более локализованными/регионализированными и транснациональными¹.

Регионы Российской Федерации также включены в указанный процесс. С одной стороны, субъекты Федерации участвуют в создании трансграничных регионов («Балтийское измерение» в союзе с территориями ЕС или проектируемая «Тихоокеанская Россия» в зоне АТР). С другой стороны, они формируют особую (кластерную или протокластерную) сеть, связывающую предприятия региона по обе стороны границы.

Меняющиеся условия предъявляют новые требования к формированию и реализации территориальной политики. Ее важнейшей целью становится повышение конкурентоспособности российских регионов. Так, соответствующий пункт заложен в «Плане действий правительства Российской Федерации по реализации в 2007 году основных положений Программы социально-экономического развития Российской Фе-

¹ Глобалистика. Международный междисциплинарный энциклопедический словарь / гл. ред. И. И. Мазур,

А. Н. Чумаков. М.—СПб.—Н.-Й.: ИЦ «ЕЛИМА»; ИД «Питер», 2006. С. 177.

дерации на среднесрочную перспективу (2006–2008 годы)», утвержденном Распоряжением правительства РФ от 29 января 2007 года № 88-р. Особую роль решению проблем конкурентоспособности регионов отводит и «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации» («Концепция-2020»).

Проблемы повышения конкурентоспособности регионов переходят в прикладную плоскость, приобретая очевидный прагматизм. Между тем их теоретическое осмысление не завершено.

Общепризнанной теории конкуренции и конкурентоспособности регионов пока не существует. Понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» имеют различные толкования. Конкуренция обычно (хотя и в различных интерпретациях) определяется как соперничество экономических субъектов. Конкурентоспособность — состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения субъектом своих функциональных обязанностей в условиях противодействия соперников.

Конкурентоспособность территории как проблема регионального развития была выделена в документах ОЭСД в 1994 году, что стало началом формирования в разных странах научного направления, рассматривающего различные аспекты региональной конкуренции. В конце XX — начале XXI века активизировались такие исследования и в Российской Федерации. Одним из важнейших вопросов становится определение содержания понятий конкуренции регионов и их конкурентоспособности, отличающихся от аналогичных понятий как для фирм, так и для стран.

В развитии этой проблематики в отечественной науке выделяются два направления. Первое — традиционное — рассматривает регион лишь как сферу деятельности фирм и место проживания населения, второе — в русле позиций «новой экономической географии» — характеризует регион как самостоятельный экономический субъект.

Становление второго подхода стало возможным в процессе формирования новой трактовки региона как социальной конструкции. При этом территория отражает один из признаков совокупности свойств социальной конструкции, названной регионом, границы которой обуславливаются территориальными социально-экономическими программами.

Граница между обозначенными подходами проходит между понятиями «экономика в пределах региона» и «регион как таковой». В рамках первого направления набирают силу представления о территории как о некоей корпорации, когда региональные процессы рассматриваются в границах определенного пространства, поддающиеся формализованному экономическому интерпретациям. Это предполагает наличие групп производителей, имеющих общий хозяйственный интерес и не конкурирующих друг с другом. В последнее время особую популярность приобрели идеи о регионе как о квазикорпорации.

Представители этого направления анализа проблем конкурентоспособности региона приводят следующие аргументы. Во-первых, регион — подобно стране в целом — не самостоятельный субъект рынка, а хозяйственная территория. Регион же ничего не производит и не потребляет, это делают фирмы и домохозяйства, расположенные в рамках его границ. Регион может лишь обладать объективными и субъективными предпосылками, позволяющими «его» фирмам добиваться конкурентоспособности. Во-вторых, регион, действующий в условиях рыночной экономики, не является единым объектом управления. Администрациям регионов напрямую не подчинены предприятия, образующие костяк территориальной экономической структуры, что принципиально отличает регион от коммерческой фирмы. Крупные корпорации, конечно, также могут иметь децентрализованную структуру, но это объясняется лишь удобством управления и происходит

в форме делегирования власти «вниз» — вполне осознанного и всегда обратимого. В-третьих, экономическое поведение фирм и регионов также имеет принципиальное отличие: фирмы-конкуренты выпускают аналогичные товары и поэтому не покупают их друг у друга (по крайней мере, в массовых количествах). Регионы же и страны, напротив, активно поддерживают взаимный товарообмен.

Исходя из вышеизложенного А. В. Криворотов, например, формулирует понятие конкурентоспособности территории через наличие в ней устойчивых, низкомобильных производственных активов, создающее условия для возникновения и развития конкурентоспособных отраслей. Таким образом, объектом конкуренции регионов становятся условия и факторы развития, а вопрос о ее субъекте остается открытым. Тем более что его решению препятствует существующая дифференциация, ставящая регионы в заведомо неравные условия: за одними субъектами Федерации закрепляются особый политический статус и связанные с этим финансовые привилегии, остальным же предлагается «повышать конкурентоспособность», зарабатывая средства и на собственное существование, и на привилегии для «избранных». В результате условия различных регионов существенно различаются, причем нередко не по вине самих регионов и их жителей². Таким образом, актуализируются проблемы эффективности региональной политики.

К сторонникам второго подхода принадлежит Н. Я. Калюжнова. Для формирования теории конкуренции и конкурентоспособности регионов необходимо, по ее мнению, найти веские доводы для защиты идеи, раскрывающей способности региона выступать в качестве субъекта конкурентных отношений. Надо доказать, что:

а) регионы могут быть представлены как экономические субъекты, ведущие себя рационально;

б) имеются экономические условия для конкуренции регионов (межрегиональная конкурентная среда);

в) регионы могут вести себя как конкуренты, т. е. обладают возможностью суверенного экономического поведения.

Такая концепция раскрывает региональную конкуренцию как современную форму пространственного взаимодействия регионов, каждый из которых оказывается не только средой функционирования фирм. При соответствующих условиях он может выступать как предприниматель, для реализации целей которого необходимо обладать конкурентоспособностью. По гипотезе Н. Я. Калюжновой, регионы — субъекты не столько экономической конкуренции, сущность которой определяется категориями «издержки» и «прибыль» конкретных производителей, сколько пространственной конкуренции, обусловленной «конкурентными преимуществами» как превосходством одного региона над другими. Среди них особое значение имеют инфраструктурные, инвестиционные, инновационные, информационные, институциональные преимущества. При таком подходе конкурентоспособностью регионов является способность конкурировать и достигать успеха в реализации целей в экономическом соперничестве с другими территориями. Объектом такого соперничества являются условия жизни и ведения бизнеса, бюджетная самостоятельность, инвестиционная привлекательность и другие условия деятельности регионов, действующих в условиях глобализации.

Такой подход при существующей дифференциации российских регионов априори ставит их в несопоставимые конкурентные условия. По расчетам Н. Я. Калюжновой, индекс конкурентоспособности выше среднероссийского значения в 1995 году имели 32 региона, в 1998 и 2000 годах — 38

² Криворотов А. К. Роль государства в повышении международной конкурентоспособности регионов. Дисс. ... д. экон. наук. М., 2004. С. 7–40.

из 79 анализируемых территорий. При этом конкурентоспособность большего их числа обеспечивалась за счет использования лесных и энергетических ресурсов, обуславливающих наличие ресурсных преимуществ, что не соответствует требованиям мировой конкурентоспособности³. Это означает, что поставленные Н. Я. Калюжной вопросы о способности региона выступать в качестве субъекта конкурентных отношений не получают окончательного разрешения. Все равно носителями конкурентных преимуществ остаются конкретные предприятия, но не регион в целом. Складывающаяся рыночная среда является не конкурентной, а, скорее, монопольной (хотя монополия и рассматривается в теории как спутник любой конкуренции). Это проявляется на уровне не только использования региональных природных ресурсов, но и важнейших производственных и инфраструктурных объектов, когда сталкиваются интересы регионов и крупных корпораций (известно, какие проблемы регионам ДФО создает тарифная политика РАО «ЕЭС России»).

Учитывая достоинства выделенных направлений в развитии теории конкуренции и конкурентоспособности регионов, считаем необходимым не противопоставлять существующие подходы, а, наоборот, рассматривать их как взаимодополняемые и представляющие собой различные уровни конкурентоспособности территорий, определяемой в том числе уровнем социально-экономического развития региона. В этом смысле конкурентоспособностью регионов является их способность создавать наилучшие условия по сравнению с другими территориями для эффективного социально-экономического развития на основе использования всей совокупности региональных — географических, природных, материальных, трудовых, финансовых,

организационных и др. — ресурсов. Такой научный синтез основывается на концепции о наличии в современном геоэкономическом пространстве двух основных моделей пространственной организации регионов (по В. Княгинину и П. Щедровицкому⁴). Такая позиция, полагаем, позволяет объяснить наличие в двух концептуальных подходах к конкуренции и конкурентоспособности территорий общих проблем преодоления дифференциации социально-экономического развития российских регионов и повышения эффективности региональной политики.

Первая модель — интегрированный (централизованный) регион — была реализована еще в эпоху индустриализации и основывалась на доминировании в региональном хозяйстве крупных массовых промышленных производств как основного места работы большинства трудоспособного населения региона и главного источника налоговых поступлений в бюджет. Для условий Дальнего Востока России достаточно напомнить о таких заводах, как «Энергомаш» и «Дальдизель» в Хабаровском крае, «Дальзавод» и Дальневосточное морское пароходство в Приморье и т. д. Экономическая мощь такого региона выражается в показателях дохода промышленности, а основной ресурс экономики — владение производственными фондами, их концентрация на территории. Особой конкурентоспособностью интегрированные регионы не обладали, так как в данном случае регион является лишь средой размещения и функционирования производства.

Вторая модель экономического пространства — сетевая, как проекция производственных сетей на территорию, где хозяйственная власть не концентрируется, а распределяется. Экономическая мощь региона определяется мобилизационным ре-

³ Калюжная Н. Я. Конкурентоспособность российских регионов в условиях глобализации. М.: ТЕИС, 2003. С. 21, 127–128, 130–132.

⁴ Княгинин В., Щедровицкий П. Промышленная политика России: кто оплатит издержки глобализации. М.: Европа, 2005. С. 130–135.

сурсом всей сети, влияющей на глобальные обмены. Собранные вместе предприятия, входящие в сеть кооперации и взаимодействия, образуют производственный кластер. Конкурентоспособность входящего в кластер предприятия, как правило, является производной конкурентоспособности всего сетевого региона, который тем самым добавляет к капиталу размещенных в нем предприятий своеобразную «территориальную маржу». Это приводит к повышению стоимости, т. е. к капитализации активов региона. Особое значение приобретают наиболее ценимые в глобальной экономике активы: мобильная рабочая сила, инновационные технологии, доступ к мировому рынку, обладание глобальными брендами, наличие амбициозных корпораций-резидентов. Соответственно сам регион вынужден действовать как экономический агент, который стремится получить прибыль, способен принимать рациональные экономические решения и сотрудничать с бизнесом для решения социально-экономических проблем территории.

В Российской Федерации существуют преимущественно интегрированные регионы, созданные в ходе индустриализации, рассчитанные на развитие масштабного массового производства и имеющие централизованную организацию. С большим трудом можно выделить лишь протокластеры и недооформленные сетевые регионы, не имеющие промышленной специализации. Для полноценного включения в процессы глобализации необходимо сформировать полноценные производственные кластеры и на этой базе развернуть новую сетевую пространственную организацию территории.

При постановке вопроса о смене модели развития региона и необходимом для этого переходном периоде, в котором будут сосуществовать признаки и централизованной, и сетевой экономик, как нам представляется, можно внести определенные корректировки в понимание субъект-объектной при-

роды конкуренции и конкурентоспособности регионов, а значит, и сущности этих понятий.

Анализ показывает, что с учетом специфики социально-экономического развития территорий Российской Федерации и ее отражения в научной литературе можно условно выделить три формы конкуренции регионов и соответствующие им формы конкурентоспособности, представляющие определенные субъект-объектные связи и отношения в различных условиях развития региональной экономики.

Первая форма — экономическая конкуренция. Истоки ее изучения связаны с 1970–1980 годами, когда в отечественной региональной науке преобладал производственный подход, а регион рассматривался в рамках «территориальной организации общества». Субъектом такой конкуренции являются предприятия, объектом — производимые товары и услуги.

Показательна в этом плане позиция Н. И. Синдяшкина, который выделил два методологических положения исследования такой конкурентоспособности регионов:

1) конкурентоспособность любой, включая региональную, системы увязывается с отношениями по поводу товарного производства, следовательно, ее можно рассматривать как основной результат хозяйственной деятельности региона;

2) сравнение конкурирующих свойств товарного производства (полезность, затраты, прибыльность) позволяет выявить регионы, наиболее эффективно использующие ограниченные ресурсы, и на этой основе определить положение соответствующего региона как лидирующее на конкретном рынке товаров и услуг⁵. (В этом смысле такую конкурентоспособность можно определить как «борьбу за произ-

⁵ Региональная экономика: учебник / под ред. В. И. Видяпина, М. В. Степанова. М.: Инфра-М, 2005. С. 98.

водителя»⁶.) Соответственно субъектами такой конкуренции выступали предприятия, объектами — не только производственные товары, но и социальные услуги: размер фондов социального развития в приоритетных отраслях в расчете на одного работающего был выше, чем в целом по народному хозяйству. Политика повышения конкурентоспособности реализовывалась в СССР программами развития «индустриально обжитого» Севера, создания центров суперконцентрации оборонной, металлургической, химической и других отраслей промышленности.

К сожалению, указанный подход сохраняется и в современной региональной политике. Например, В. Н. Лексин свидетельством этому считает то, что официальный публикатор федеральных нормативных актов — «Российская газета» в постоянной рубрике «Правительство РФ — регионам» сообщает о государственном субсидировании и иной (в основном финансовой) помощи отдельным предприятиям. Кроме того, в прогнозах Минэкономики РФ при комплексной оценке показателей социально-экономического развития регионов ранг экономических показателей устанавливается в 2–4 раза выше ранга социальных показателей⁷. Как представляется, поддержка экономической конкуренции регионов, несмотря на ее значимость для вывода территории из состояния экономической депрессии, в условиях глокализации не может быть приоритетной задачей для федеральных и региональных властей, испытывающих недостаток финансовых ресурсов. Это связано не только с тем, что в современную эпоху социальная ориен-

тация становится доминантой развития, но и с тем, что нацеленность на воссоздание индустриальных монстров — товарных монополистов — не соответствует ожиданиям потребительского рынка, растущего на фоне открытых границ.

Вторая форма — пространственная конкуренция. Она является необходимым условием переходного этапа развития региона от централизованной модели к сетевой. Во многих исследованиях создание наиболее благоприятных условий для жизни и деятельности в регионе связывают с региональными органами власти. Соответственно конкуренция территорий воспринимается как конкуренция властей. В этом случае субъект конкуренции четко идентифицируется, а управление конкурентоспособностью — как процесс создания конкурентных преимуществ для территории — становится задачей региональной политики. Так, И. Е. Медушевская трактует конкурентоспособность региона «как способность местных властей функцией управления и регулирования создавать условия рационального использования экономического потенциала территории для более полного удовлетворения возрастающих потребностей общества». Она рассматривает конкурентоспособность региона как систему, состоящую из следующих элементов: конкурентный потенциал региона, факторы и условия формирования конкурентной среды, эффективность использования ресурсов, конкурентные преимущества, конкурентные стратегии хозяйствующих субъектов, государственные и рыночные механизмы управления экономическим потенциалом региона⁸. Условно этот вид конкурентоспособности определяется как «борьба за жителя»⁹.

⁶ Механизмы повышения конкурентоспособности экономики регионов / С. Н. Смирнов, Ю. В. Симачев, Л. С. Засимова [и др.]. Препринт WP1/2005/06. М.: ГУ ВШЭ, 2005. С. 5.

⁷ Лексин В. Н., Швецов А. Н. Государство и регионы: теория и практика государственного регулирования территориального развития. М.: УРСС, 2000. С. 23, 31.

⁸ Медушевская И. Е. К вопросу об экономической безопасности и конкурентоспособности: региональный аспект. [Электронный ресурс] — www.ostu.ru/conf/soc2002/papers/medushevskia.

⁹ Механизмы повышения конкурентоспособности экономики регионов / С. Н. Смирнов, Ю. В. Симачев,

Объекты пространственной конкуренции чрезвычайно разнообразны. Н. И. Тетерин, например, выделяет ряд направлений, по которым конкурируют российские регионы. Это получение различного вида помощи из федерального бюджета, получение госзаказа, сохранение прежних и создание новых предприятий, формирование на базе регионов различных видов современных кластеров, получение различных типов инвестиций, открытие на базе региона головных фирм и крупных офисов компаний и предприятий, развитие транспортно-транзитных функций и т. д.¹⁰

Пространственная конкуренция в настоящее время является объектом пристального внимания российских политиков и исследователей. Это вызвано усиливающейся дифференциацией российских регионов. По данным за январь — октябрь 2008 года, разрыв между субъектами Российской Федерации по среднему душевому денежному доходу составил 7,9 раза, по уровню заработной платы — 6 раз, по величине прожиточного минимума — 2,9 раза, по уровню безработицы — 13 раз¹¹. В условиях усиливающегося финансового кризиса дифференциация российских регионов, действующих как глокальные акторы, будет только нарастать. С этой точки зрения заслуживает особого внимания выделение двух основных типов межрегиональной (пространственной) конкуренции:

1) вертикальная конкуренция — конкуренция между разными уровнями власти (центральной и региональной) за объем властных полномочий и распределение финансовых ресурсов. Ее положительная

сторона состоит в развитии конкурентных начал, реализации возможностей экспериментирования и бенчмаркинга, ограничении монопольного положения центра при определении экономической политики. Отрицательная — связана с развитием центробежных тенденций, проявившихся в том числе в «параде суверенитетов» 1990-х годов;

2) горизонтальная конкуренция — конкуренция между органами региональной власти различных субъектов Российской Федерации за мобильные ресурсы. Позитивом горизонтальной конкуренции является поиск внутренних источников и создание стимулов к развитию регионов, расширение и совершенствование инфраструктуры регионов, стимулирование привлечения инвестиций. Негативом горизонтальной конкуренции является создание особых условий в одних регионах за счет других¹².

Представленная классификация типов пространственной конкуренции не является единственной. Вызывает интерес позиция А. М. Либмана, который, говоря о конкуренции юрисдикций, описывает фискальное соперничество (конкуренция на основе инструментов налогово-бюджетной политики) и институциональную конкуренцию (конкуренция законодательства). Многочисленные эмпирические исследования показывают, что хотя бы элементы конкуренции юрисдикций присутствуют как на глобальном уровне (прежде всего между странами ОЭСР и промышленно развитыми государствами и офшорными юрисдикциями), так и на уровне региональных группировок (ЕС или МЕРКОСУР). Помимо этого, модель конкуренции юрисдикций описывает взаимодействие частных и государственных структур в федератив-

Л. С. Засимова [и др.]. Препринт WP1/2005/06. М.: ГУ ВШЭ, 2005. С. 10.

¹⁰ Тетерин Н. И. Оценка социально-экономической конкурентоспособности региона // ЧиновникЪ. 2004. № 4 (32). [Электронный ресурс] — <http://chinovnik.uapa.ru>.

¹¹ См.: Социально-экономическое положение России в 2008 г. [Электронный ресурс] — http://www.gks.ru/free_doc/2008/b08_01/1-0.htm

¹² Данилов И. П. Конкурентоспособность регионов России (теоретические основы и методология). М.: «Канон+»; ОИ «Реабилитация», 2007. С. 71–72; Конкурентоспособность регионов: теоретико-прикладные аспекты / под ред. Ю. К. Перского, Н. Я. Калужновой. М.: ТЕИС, 2003. С. 38, 45.

ных государствах, а также (в определенной степени) процессы конкуренции между региональными органами власти или муниципалитетами¹³.

Анализ российского опыта показывает: в условиях существующей дифференциации регионов политика в рамках пространственной конкуренции осуществляется как политика выравнивания, а ее основным инструментом является получение трансфертов из госбюджета. Достоинства и недостатки этой политики активно обсуждаются в рамках проблем развития российской модели бюджетного федерализма. В русле этих дискуссий особое значение начинают получать и проблемы конкурентного федерализма как системы установления наиболее выгодных правил поведения субъектов Федерации в борьбе за мобильные ресурсы. Важным также представляется обсуждение проблем, связанных с анализом финансовых аспектов деятельности органов власти субъектов Российской Федерации, позволяющих в условиях развития мирового финансового кризиса определить перспективы реализации конкурентных преимуществ российских регионов с точки зрения денежного потенциала¹⁴.

Анализируя особенности пространственной конкуренции, необходимо особо выделить и влияние на ее характер деформаций российской экономики. Например, известная западному обществу «налоговая конкуренция», основанная на использовании различных инструментов фискальной политики и получившая развитие в таких «низконалоговых юрисдикциях», как Калмыкия или Ингушетия, в большинстве регионов Российской Федерации была заменена «конкуренцией налоговых проверок».

Региональные администрации привлекали бизнес путем не снижения налогов, а нивелирования контроля за их уплатой (для частных компаний это равнозначно). Конкуренция регионов могла основываться и на «укрывании» лояльных бизнес-групп от федерального налогообложения и, таким образом, вести к объективному ослаблению способностей центра к сбору налогов. Кроме того, регионы расширяли использование различного рода денежных суррогатов (векселя администраций, например), что позволяло им частично «удерживать» у себя денежные потоки и защищать лояльные предприятия.

Третья форма региональной конкуренции — *сетевая*. Ее возникновение тесно связано с развитием глокализации и размыванием национальных границ, когда деятельность субъектов региональной экономики перестает носить узкотерриториальный характер. И органы власти, и фирмы, и домохозяйства становятся участниками сетей — особой совокупности связей взаимодействующих экономических агентов, — которые объединяются при реализации совместных проектов развития с целью использования своих особенностей, ресурсов, преимуществ перед другими для общего функционирования. Область конкуренции регионов и в данном случае выносится за территориальные границы, что соответствует описанной выше модели сетевого региона В. Княгинина и П. Щедровицкого.

В указанном виде сетевой является конкуренция за налогоплательщика, представляющая собой суть любой социальной практики в налогообложении и означающая состязание разных налоговых инстанций за доходы своих клиентов. Такая конкуренция означает привлечение на свою территорию новых жителей и предпринимателей, создающих новые рабочие места, поскольку от этого напрямую зависит объем доходов, поступающих в местный бюджет. Поэтому взимание налогов — не односторонняя пе-

¹³ Либман А. М. Бизнес-среда и бизнес-стратегии в условиях конкуренции юрисдикций // Менеджмент в России и за рубежом. 2004. №2. С. 51.

¹⁴ Формирование денежного потенциала региона / П. Г. Бойчук, О. А. Гришанова, Ю. В. Рожков [и др.]. Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2008.

редача ресурсов от одних субъектов другим, а сложная форма сделки, в которой налог, по сути, есть плата за совокупность услуг по обеспечению прав собственности, а перечень и ставка налогов выступают как иррациональная цена этих услуг.

Число субъектов сетевой конкуренции не может ограничиваться отдельными предприятиями или органами власти. Развитие сетевой конкуренции регионов, по нашему мнению, ведет к выделению трех основных типов ее субъектов, представляющих собой сетевые объединения власти, предпринимательских структур, их партнерств и имеющих собственные достоинства и недостатки.

Ярким примером сетей власти являются наднациональные органы управления, активно действующие в ЕС. Объектом их воздействия становятся межграницные промышленно-экономические зоны и межнациональная кооперация, т. е. проблемы, неразрешимые более путем издания параллельных внутригосударственных законов и административных распоряжений. Однако региональные сети в ЕС остаются предпосылкой для политического давления на национальные институты¹⁵.

Полноценное развитие регионов в современных условиях не может основываться только на средствах бюджета, даже с учетом возможного федерального финансирования отдельных программ развития, а требует создания условий и организационных рамок для массового притока негосударственных инвестиций. Развитие предпринимательских структур в сетевой экономике обретает особую форму — кластер, включающий взаимосвязанные элементы единой сети промышленно-торговой инфраструктуры, основных производителей и потребителей,

а также сопутствующих и обслуживающих ее компаний в рамках одного или нескольких регионов, включая иностранные территории¹⁶. Кластеры оказали существенное влияние на стимулирование экономического роста в ряде стран, однако опыт формирования кластеров в Российской Федерации позволяет выделить целый ряд проблем, связанных с эффективностью использования ресурсов. Исследования доказывают, что во внешнеэкономической сфере Дальнего Востока сформировались (и продолжают формироваться) первичные структуры пяти основных кластеров, реализующих преимущества системного развития, которые могут иметь существенное значение для социально-экономического развития ДФО. Такими кластерами являются лесной, рыбный, топливно-энергетический, горно-металлургический и транспортно-логистический. В структуре экспорта на продукцию этих кластеров приходится 79,3% поставок продукции и услуг ДФО. При этом важнейшей проблемой формирующихся кластеров является недостаток финансовых ресурсов, в том числе из-за низкой инвестиционной привлекательности предприятий и территорий¹⁷. Поэтому в научной среде начинает активно обсуждаться проблема ограниченности пространственных кластеров и преимуществ кластеров инвестиционных.

Необходимость поиска адекватных сетевой экономике субъектов конкуренции усиливает внимание исследователей к двойственной природе регионов как административно-территориальных образований, которые, с одной стороны, являются объектом публичной власти, а с другой — развивают свойства территориальной корпо-

¹⁵ Репер Э. Региональные сети ЭС и сферы компетенций между городами в многоуровневой системе ЕС // Муниципальные и региональные процессы в условиях глобализации и европеизации / под ред. Г. В. Витткэмпера, Г. Я. Козлова, В. С. Авдониной. М.: КДУ, 2006. С. 174.

¹⁶ Новикова О. Е. Основные направления развития регионов России с учетом внешнеэкономических факторов. М.: Научная книга, 2005. С. 148–149.

¹⁷ Быстрицкий С. П., Заусаев В. К. Институциональные факторы развития внешнеэкономического комплекса на Дальнем Востоке // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2006. № 1. С. 19–38.

ративности. Такой дуализм позволяет рассматривать в качестве активных субъектов сетевой конкуренции частно-общественные партнерства, предполагающие прямое участие сторон (органов власти и бизнеса) в реализации инвестиционных проектов на основе специальных условий, правил и соглашений.

Отечественными авторами предлагается определение партнерства государства и частного сектора — ГЧП (Public-Private Partnership, PPP) как института, представляющего собой стратегический, институциональный и организационный альянс государства и бизнеса в целях реализации общественно значимых проектов в широком спектре сфер деятельности: от базовых отраслей промышленности и НИОКР до оказания общественных услуг. Здесь по аналогии с принятым за рубежом подходом партнерство предстает в виде новой организационной формы сотрудничества, которую иногда называют «инициативой частного финансирования» (PFI)¹⁸. Неслучайно в современных условиях развития мирового финансового кризиса частно-государственному партнерству в российской внутренней и внешней политике отводится особая роль¹⁹.

Развитие сетей происходит и через филиалы производственных и коммерческих структур, и через размещение ценных бумаг на биржах и внебиржевом рынке, и через валюту (продажа не только товаров, но и финансовых инструментов за границу и т. д.). Взаимодействие структур регионов создает особые зоны взаимопроникновения экономик как совокупности товарных, ресурсных, финансовых и других потоков. Характеризуя

современное сетевое пространство, Кастельс называет его пространством потоков, описывая как материальную организацию социальных практик в разделенном времени, работающих через потоки. Под потоками понимаются целенаправленные, повторяющиеся, программируемые последовательности обменов и взаимодействий между физически разъединенными позициями, которые занимают социальные акторы в экономических, политических и символических структурах общества²⁰. В инновационной экономике ценность территории определяется не ее природными богатствами, а способностью связывать и направлять потоки. Поэтому базовым процессом современной экономики является не производство, а управление. В этом плане показателен пример Москвы, являющейся крупнейшим в стране экспортером нефти, хотя нефтяными ресурсами она не обладает. Знаковым примером при анализе особенностей сетевой конкуренции служит и деятельность столичных компаний на приграничном рынке регионов ДФО РФ, граничащих с КНР. В начале XXI века произошло двукратное сокращение числа местных операторов в торговых сделках с Китаем. В то же время Москва и Санкт-Петербург увеличили свое присутствие на рынке КНР в 1,75–2 раза. Таким образом, происходит перетекание объемов торговли и финансовых потоков из регионов в центр не за счет расширения бизнеса, освоения новых секторов, а за счет перехвата традиционных связей и контактов²¹.

Переход к инновационным факторам развития изменил многие привычные ориентиры. В глобальном мире все использовавшиеся на региональном уровне инструменты государственно-административно-

¹⁸ Малова Т. А. Капитализация в условиях российской экономики. Теоретические и практические аспекты. М.: Издательство ЛКИ, 2007. С. 170–172.

¹⁹ Медведев Д. А. К упрочению динамичного равноправного партнерства в Азиатско-Тихоокеанском регионе. [Электронный ресурс] — http://www.mid.ru/brp_4.nsf/

²⁰ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. С. 380.

²¹ Бочарников Е. Б. Негативные тенденции, проявившиеся в торговых отношениях между ДВ федеральным округом и провинциями Северо-Востока Китая [Электронный ресурс] — <http://gazeta.azia-press.ru>.

го управления экономикой в значительной мере утратили свою эффективность. Ведь большинство активов приобрело виртуальную форму финансов либо имеющих денежную оценку прав, а государственные управленцы не освоили функцию управления этими мобильными активами. Они до сих пор управляют землей, физическими объектами, составляют бюджеты, но практически не ориентируются на глобальном рынке финансов. Поэтому ресурсы объективно должны быть переданы тем, кто с ними лучше управится, — бизнесу и/или государственно-частным партнерствам. Способность привлекать финансы и эффективно пользоваться

ся ими становится интегральной оценкой для российских регионов. В этом ракурсе современная конкуренция регионов — это борьба не за трансферты и субсидии, а прежде всего за инвестиции. С учетом значимости финансового капитала как самого мобильного ресурса сетевой конкуренции региона смысл конкурентоспособности территории сегодня определяется ее способностью управлять потоками товаров, ресурсов и возможностью капитала генерировать высокий уровень жизни населения.

Специфика форм конкуренции регионов в нашей интерпретации представлена в таблице.

Таблица

**Особенности экономической, пространственной
и сетевой конкуренции регионов**

Признаки	Формы		
	Экономическая конкуренция	Пространственная конкуренция	Сетевая конкуренция
Субъект конкуренции	Крупные предприятия	Органы региональной власти	Региональные сети власти и бизнеса
Объект конкуренции	Издержки и прибыль предприятий	Конкурентные преимущества территории	Государственные и негосударственные инвестиции
Цели конкуренции	Рост производства товаров и услуг	Создание благоприятных условий проживания и ведения бизнеса	Капитализация региона
Область конкуренции	Пространство региона	Пространство региона	Межрегиональное экономическое пространство
Факторы конкуренции	Природные, финансовые, трудовые и др.	Природные, финансовые, трудовые и др.	Потоки капитала, товаров и ресурсов
Характер региональной политики	Промышленная	Политика выравнивания	Инновационная и структурная
Инструменты региональной политики	Субсидии	Субсидии, трансферты, налоги	Гранты, инвестиции

В современных условиях социально-экономического развития российские регионы оказываются втянутыми во все три формы конкуренции. Поэтому, учитывая специфику развития российских территорий, предполагаем, что сверхзадачей региональных органов власти является осуществление региональной политики, которая позволит создавать и развивать конкурентные преимущества, формирующие и пространственную, и сетевую конкурентоспособность.

Литература

1. Формирование денежного потенциала региона / П. Г. Бойчук, О. А. Гришанова, Ю. В. Рожков [и др.]. Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2008.
2. Быстрицкий С. П., Заусаев В. К. Институциональные факторы развития внешнеэкономического комплекса на Дальнем Востоке // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2006. № 1.
3. Глобалистика. Международный междисциплинарный энциклопедический словарь / гл. ред. И. И. Мазур, А. Н. Чумаков. М.–СПб.–Н.-Й.: ИЦ «ЕЛИМА»; ИД «Питер», 2006.
4. Данилов И. П. Конкурентоспособность регионов России (теоретические основы и методология). М.: Канон+, ОИ «Реабилитация», 2007.
5. Малова Т. А. Капитализация в условиях российской экономики. Теоретические и практические аспекты. М.: Издательство ЛКИ, 2007.
6. Новикова О. Е. Основные направления развития регионов России с учетом внешнеэкономических факторов. М.: Научная книга, 2005.
7. Региональная экономика: учебник / под ред. В. И. Видяпина, М. В. Степанова. М.: Инфра-М, 2005.
8. Репер Э. Региональные сети ЭС и сферы компетенций между городами в многоуровневой системе ЕС // Муниципальные и региональные процессы в условиях глобализации и европеизации / под ред. Г. В. Витткэмпера, Г. Я. Козлова, В. С. Авдонина. М.: КДУ, 2006.
9. Социально-экономическое положение России в 2008 г. [Электронный ресурс] — http://www.gks.ru/free_doc/2008.

Праздничных А. Н., канд. полит. наук, партнер консалтинговой компании «Бауман Инновейшн», координатор российской части международной программы по оценке конкурентоспособности стран Всемирного экономического форума «Глобальная конкурентоспособность», dborsuk@mfpa.ru

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД — ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

В современном экономическом сообществе не прекращается дискуссия о преимуществах и недостатках, уровнях и формах реализации кластерного подхода теории повышения конкурентоспособности региона. Кластерная теория является в мире едва ли не самым модным инструментом государственной политики повышения конкурентоспособности. Впервые выдвинутая почти 20 лет назад профессором Майклом Портером, она уже активно используется многими странами на межгосударственном, государственном и региональном уровнях. Об успехах и возможности ее применения в России по просьбе редакции журнала рассказывает Алексей Праздничных — руководитель и участник различных программ по исследованию конкурентоспособности и экономическому развитию, один из экспертов, участвовавших в разработке первой «Концепции развития территориальных производственных кластеров», подготовленной Минэкономразвития (МЭРТ).

Ключевые слова: кластеры, кластерный подход, кластерная теория, кластерная стратегия, кластерная политика, конкурентные преимущества, конкурентоспособность компании, конкурентная позиция, конкурентное позиционирование, маркетинговое позиционирование, уровни конкурентоспособности.

В чем суть кластерного подхода?

Согласно теории Майкла Портера, кластер — это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга. При этом наиболее конкурентоспособные в международных масштабах фирмы одной отрасли обычно

не бессистемно разбросаны по разным развитым государствам, а имеют свойство концентрироваться в одной и той же стране, порой в одном и том же регионе страны. Для кластера характерно сосредоточение наиболее эффективных, взаимосвязанных групп успешно конкурирующих фирм, которые вырабатывают «звезды» национальной экономической системы и обеспечивают конкурентные позиции на отраслевом, национальном и мировом рынках.

М. Портер считает, что конкурентоспособность страны следует рассматривать че-

рез призму международной конкурентоспособности не отдельных ее фирм, а кластеров — объединений фирм различных отраслей, причем принципиальное значение имеет способность этих кластеров эффективно использовать внутренние ресурсы¹.

Центром кластера чаще всего бывают несколько мощных компаний, при этом между ними сохраняются конкурентные отношения. Этим кластер отличается от картеля или финансовой группы. Концентрация соперников, их покупателей и поставщиков способствует росту эффективной специализации производства. При этом кластер дает работу также множеству мелких фирм и малых предприятий. Объединение в кластер на основе вертикальной интеграции формирует не спонтанную концентрацию разнообразных научных и технологических изобретений, а определенную систему распространения новых знаний и технологий. При этом важнейшим условием эффективной трансформации изобретений в инновации, а инноваций — в конкурентные преимущества является формирование сети устойчивых связей между всеми участниками кластера.

Со временем идеи профессора Портера овладели умами не только академиков, но и идеологов государственной экономической политики. Кластеры, которые образовывались исключительно благодаря «невидимой руке» рынка, правительства стали выращивать искусственно. Государство при этом не только способствует формированию кластеров, но и само становится участником сетей. Кластерные стратегии широко используются в странах Европы, в США, Канаде и др.

Получила ли кластерная теория поддержку в мире и какова ситуация в России?

Многие страны, в том числе и развивающиеся, используют кластерную политику,

и эта тема набирает все большую популярность.

В нашей стране кластерный подход к развитию экономики в определенном смысле использовался еще в советский период. Но, в отличие от западных кластеров, в его основе лежала не конкуренция, а интересы государственной безопасности. Речь идет о создании специальных закрытых районов, в которых размещались смежные производства, научно-технические институты, обеспечивающие соответствующие разработки. Достаточно вспомнить самарский авиационно-космический кластер. В современной России кластерная политика реализуется в основном теоретически. По итогам заседания Совета по конкурентоспособности и предпринимательству при правительстве России 30 сентября 2005 года премьер-министр Михаил Фрадков поручил МЭРТу разработать концепцию кластерной политики. Консалтинговая компания «Бауман Инновейшн», которую я представляю, принимала участие в разработке этой концепции. В Минэкономразвития на ее основе подготовлены рекомендации для регионов. Однако на государственном уровне программа не была принята. Последнее время этими вопросами заинтересовалось Министерство регионального развития.

В регионах вопросами кластерной политики интересуются больше, но часто формально. Несколько лет назад пошла мода на разработку стратегии развития региона, при этом часто использовали понятие «кластер». Одни регионы продолжили заниматься развитием кластерной политики, другие так и не начинали.

На каком — государственном или региональном — уровне должна реализовываться кластерная политика?

Если говорить о международном опыте, то существует несколько моделей. Есть модель дирижистского типа: на государственном уровне выбирают отраслевые и регио-

¹ Портер М. Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 1993.

нальные приоритеты и те кластеры, которые намерены развивать. Дирижистскую кластерную политику проводят власти стран, которые активно вовлечены в экономическую жизнь страны. Среди них, например, Франция, Корея, Сингапур, Япония. Дирижисты целенаправленно создают инфраструктуру для приоритетных кластеров: филиалы университетов, научно-исследовательские институты, аэропорты, дороги и т. д. Принципиальное отличие дирижистской кластерной политики от либеральной выражается ролью региона, где создается кластер. Дирижисты самостоятельно выбирают регион для создания кластера, а также определяют объем его финансирования.

Наша справка

По мнению сопредседателя Российского совета по национальной конкурентоспособности Андрея Шестопалова, кластерный подход оптимален для конкурентного развития регионов России, а спектр побудительных мотивов для создания кластеров не ограничен. Кластер — это всего лишь форма взаимодействия, которая необязательно должна быть формализована. Главное — создать благоприятные условия для бизнеса. По его мнению, в России кластеры не развиваются из-за отсутствия знаний и неумения применять мировые наработки в местных условиях. Не способствует развитию кластеров и отсутствие культуры информационной открытости, что приводит к недобросовестной конкуренции и недоверию между потенциальными участниками кластера².

Директор Национального института конкурентоспособности Юрий Рябченко опасается, что на сегодняшний день понятие «кластер» может стать очередным мифом. По его словам, кластеры являются инструментом долгосрочного действия, а российская власть привыкла ориентироваться на получение быстрого результата. Однако при создании кластера достижение быстрого результата невозможно. Необходимо помнить, что кластер — это один из инструментов реализации региональной стратегии наряду с другими (программы развития региона, реализация конкретных бизнес-проектов на отдельной территории)³.

² Интервью ИА «Альянс Медиа», (http://www.naco.ru/publications/klaster_shestopalov.html).

³ Там же.

Либеральная кластерная стратегия характерна для тех стран, которые по традиции проводят либеральную экономическую политику и многое отдают на откуп рынку. Это США, Великобритания, Австралия и Канада. Либеральная кластерная политика вырабатывает кластеры, которые изначально были сформированы рынком, крайне редко участвуют в создании инфраструктуры для кластеров, создают стимулы для региональных властей, на которых лежит вся ответственность за создаваемый кластер.

В некоторых странах огромную роль в осуществлении кластерной политики играют бизнес-ассоциации. Например, в США существует Национальный совет по конкурентоспособности, куда входят бизнесмены и академики, однако в него не входят политики.

Если говорить о моем мнении, то в развитии кластерной политики в нашей стране ключевую роль должны играть регионы. Федеральная кластерная политика должна развиваться в нескольких направлениях.

Первое направление — стимулировать регионы, помочь им сориентироваться, какие кластеры существуют в том или ином регионе. Региону одному тяжело разобраться в таких вопросах — отсутствует необходимая статистика, а государство могло бы создать единую базу для анализа. Таким путем пошла Европейская комиссия, которая создала подобную единую базу для всех стран и регионов Евросоюза.

Второе направление — стимулы и методическая поддержка, создание базового руководства по реализации кластерной политики, показательное финансирование лучших кластерных проектов. По такому пути пошла Франция. Регионы этой страны подавали соответствующие заявки, проекты, а затем происходил отбор.

Третье направление — отбор и поддержка на государственном уровне кластеров, которые могли бы составить конкуренцию на международном уровне.

Почему же региональные власти не занимаются активной реализацией кластерной политики, не верят в нее? Или не понимают?

Есть несколько причин такого положения. Во-первых, наверное, с точки зрения рационального губернатора, это не самое главное, чем необходимо заниматься. Существует множество различных социальных забот, бизнес-проектов и других приоритетных задач. Во-вторых, нет соответствующего уровня информационной, просветитель-

ской поддержки. Власти в регионах часто не знакомы с «технологиями» кластерной политики, не обладают соответствующей квалификацией для реализации кластерной политики. В-третьих, нужно понимать, что создание и развитие кластеров — долгосрочные проекты, и эффект от них для действующей власти слишком мал для начала реализации таких проектов.

*Беседу вел заместитель
главного редактора журнала
А. В. Бабошин*

УДК 334.7

Романова О. А., докт. экон. наук, профессор, заведующий отделом Института экономики УрО РАН, г. Екатеринбург, esop@uran.ru

Макарова И. В., канд. экон. наук, доцент, старший научный сотрудник Института экономики УрО РАН, г. Екатеринбург, k511@mail.ru

КООПЕРАЦИЯ КАК УСЛОВИЕ КОНКУРЕНТНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Авторы статьи обосновывают роль кооперации как инструмента наращивания конкурентоспособности саморазвивающихся региональных экономических систем. На примере базовых отраслей экономики Свердловской области авторы провели анализ уровня кооперации, обозначили причины ее недостаточного развития и определили стратегические направления эффективного взаимодействия между элементами хозяйственной системы.

Авторами систематизированы исследования зарубежных и отечественных специалистов по изучению опыта развития кооперации и выделены возможные формы и методы поддержки кооперации в российских регионах.

Ключевые слова: конкурентное развитие, эффективные инструменты повышения конкурентоспособности территории, кооперация, кооперационные связи, картельные соглашения.

В условиях создания единого, глобального экономического пространства, становления экономики знаний изменяется роль региональных хозяйственных систем Российской Федерации. Регион постепенно становится саморазвивающимся экономическим субъектом, вступающим в конкурентные отношения на отечественном и мировом рынках. Такая трансформация означает формирование новых свойств и стандартов качества территории, что требует обновления и корректировки системы рыночных организационно-экономических отношений и производственных взаимосвязей субъектов хозяйственной деятельности.

Высокие конкурентные позиции региона могут быть обеспечены развитием производственной кооперации, стимулирующей

мобилизацию внутренних резервов, максимальное использование имеющегося производственного и кадрового потенциала. В литературе термин «производственная кооперация» используется как в узком, так и в широком значении. В первом случае имеют в виду кооперацию исключительно производственной деятельности (данный процесс определяют как организацию производственных связей между предприятиями, совместно изготавливающими определенную продукцию, имеющими долговременную общность интересов, но сохраняющими самостоятельность), во втором — различных сфер хозяйственной деятельности предприятий (научные исследования, материально-техническое обеспечение, процессы производства, сбыта продукции, управление предприятием). Следовательно, экономиче-

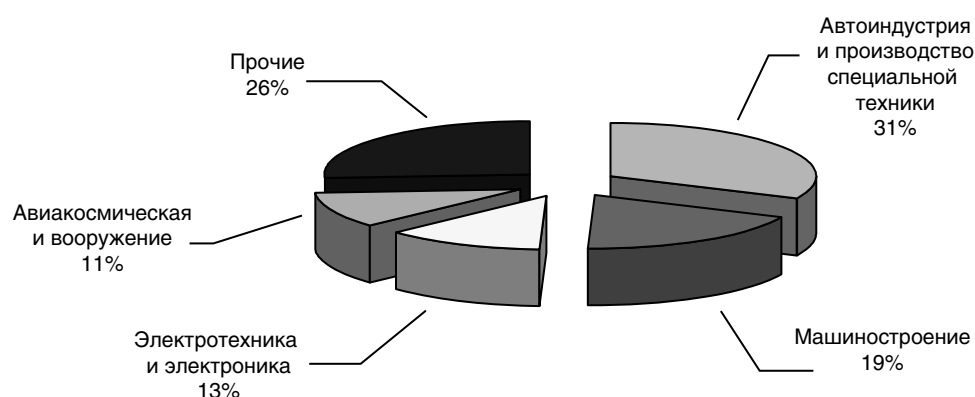


Рис. 1. Виды деятельности, в которых наиболее распространены условия промышленной кооперации

ская сущность производственной кооперации заключается в следующем¹:

- эффективность загрузки производственных мощностей предприятий-производителей заказами;
- рационализация хозяйственных связей путем правильного «прикрепления» потребителей к поставщикам;
- обеспечение полной, своевременной и комплексной поставки готовой продукции в соответствии с имеющимся спросом и доступными организационными и материально-техническими ресурсами.

Кроме того, она позволяет объединить усилия, средства и интересы, способствует сохранению созданной ранее инфраструктуры, дальнейшему укреплению и существенному повышению эффективности использования производственного потенциала.

Анализ отечественного и зарубежного опыта показал, что экономика любой территории располагает высоким *потенциалом* для развития производственной кооперации

(выгодное географическое положение, богатый ресурсный потенциал, развитый производственный комплекс, высокий инвестиционный и инновационный, кадровый потенциалы, наличие развитой инфраструктуры и т. д.). Кооперация распространена практически во всех сферах производственной деятельности. Наибольшее распространение получила промышленная кооперация — преимущественно в таких отраслях, как автоиндустрия и производство специальной техники, машиностроение и т. д. (рис. 1).

Предприятия, участвующие в кооперировании, с одной стороны, являются хозяйственно самостоятельными (поэтому поставки осуществляют на договорной основе), а с другой — находятся в прямой (определены технологическим процессом совместного изготовления продукции) или косвенной (направлены на увеличение загрузки избыточных мощностей) производственной зависимости.

Эксперты Европейской экономической комиссии ООН выделяют основные *категории* промышленной кооперации:

- передача лицензий с оплатой поставками производимой по лицензиям продукции;
- поставка комплектного оборудования заводов, цехов, участков, линий с оплатой произведенной продукцией;

¹ Липатников Н. М., Скопина И. В., Удалов Ф. Е., Скопин А. О. Комплексное развитие региональной производственной кооперации и кластерных проектов // Региональная экономика и управление. Киров: ООО «Международный центр научно-исследовательских проектов». 2007. № 1 (09); Новый экономический и юридический словарь / А. Н. Азрилян и др. М., 2003.

- совместное производство и специализация;
- поставка комплектующих или полуфабрикатов в рамках субконтрактов для последующего использования в готовых изделиях;
- совместное участие в строительных проектах или тендерах на сооружение промышленных объектов;
- совместные предприятия².

Укрупненно их можно объединить в 3 группы: осуществление совместных проектов и программ, организация совместных предприятий, специализация в договорном порядке. Среди современных категорий промышленной кооперации можно выделить: аутсорсинг, субконтрактинг и франчайзинг³. К наиболее распространенным формам такого сотрудничества относят холдинги, к наиболее совершенным — технополисы, технопарки, промышленные кластеры и т. д.

Проблема развития производственной кооперации как одного из эффективных инструментов повышения конкурентоспособности территории актуальна для многих регионов России, в том числе и для Свердловской области, экономика которой характеризуется высокой диверсифицированностью. Современный уровень развития кооперационных связей по производству готовой продукции и услуг в целом по Свердловской области, а также по отдельным секторам экономики и отраслям промышленности отражен в таблице⁴.

² Степанцева О. Промышленность и предпринимательство России: стратегии будущего // Оборудование. Март. 2006.

³ Липатников Н. М., Скопина И. В., Удалов Ф. Е., Скопин А. О. Комплексное развитие региональной производственной кооперации и кластерных проектов // Региональная экономика и управление. Киров: ООО «Международный центр научно-исследовательских проектов». 2007. № 1 (09).

⁴ Программа развития кооперации на территории Свердловской области до 2020 г. // А. Л. Гредин, А. И. Татаркин, Ю. П. Зибарев [и др.]. Екатеринбург, 2009.

Достаточно высоким уровнем развития кооперации обладают предприятия машиностроения и промышленности строительных материалов, металлургии. Предпосылки формирования устойчивых кооперационных связей имеются в лесной, деревообрабатывающей, целлюлозно-бумажной, пищевой промышленности. Прогнозируется, что импульс дальнейшего развития данного процесса на территории Свердловской области могут дать: расширение взаимодействия крупных предприятий с предприятиями малого производственного и научно-производственного бизнесов, формирование транспортной и торговоскладской логистики, информационных коммуникаций.

Машиностроение традиционно являлось одной из основных отраслей экономики Свердловской области, по объему производства оно занимает третье место после черной и цветной металлургии. Крупными потребителями продукции машиностроительных предприятий являются субъекты естественных монополий — ОАО «РЖД» и предприятия ТЭК.

По оценкам Министерства промышленности и науки Свердловской области, потенциально возможный уровень развития и реализации внутриобластных кооперационных связей в машиностроении может составить: в производстве машин и оборудования (без производства оружия и боеприпасов) — 58,5%; в производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования — 52,5%; в производстве транспортных средств и оборудования — 61,6%; в производстве военно-технической продукции — 69,7%⁵. Это обусловлено сложностью, широкой номенклатурой и многокомпонентностью производимой продукции.

⁵ См.: Программа развития кооперации на территории Свердловской области до 2020 г. // А. Л. Гредин, А. И. Татаркин, Ю. П. Зибарев [и др.]. Екатеринбург, 2009.

Таблица

**Кооперационные связи предприятий и организаций Свердловской области
по производству готовой продукции и услуг в 2007 г.**

Виды деятельности	Уровень развития кооперационных связей, %
Всего по предприятиям и организациям	62,2
В том числе:	
<i>Добыча полезных ископаемых</i>	53,5
<i>Обрабатывающие производства</i>	72,0
Из них:	
— производство пищевых продуктов	72,0
— текстильное и швейное производство	49,1
— обработка древесины и производство изделий из дерева	62,5
— целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность	45,3
— химическое производство	71,1
— производство резиновых и пластмассовых изделий	69,2
— производство прочих неметаллических минеральных продуктов	63,5
— металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	77,7
— производство машин и оборудования (без производства оружия и боеприпасов)	57,5
— производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	55,1
— производство транспортных средств и оборудования	64,8
— прочие производства	79,5
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	66,0
Строительство	59,0
Транспорт и связь	26,6
в том числе связь	9,4

В то же время, согласно экспертным данным, уровень кооперации между предприятиями машиностроения Свердловской области оценивается сегодня в пределах 12–25% в зависимости от вида машиностроительных производств (для сравне-

ния: в промышленно развитых странах доля кооперации в себестоимости машиностроения составляет около 75%). Доля поставок на сторону полуфабрикатов, деталей и узлов в объеме реализации машиностроительной продукции составляет



Рис. 2. Основные причины неразвитости кооперации в машиностроительном комплексе Свердловской области

в среднем 15–20%⁶. Причины неразвитости кооперации в машиностроительном комплексе Свердловской области приведены на рис. 2.

Основной причиной неразвитости кооперации является неконкурентоспособность или низкая конкурентоспособность выпускаемой машиностроительной продукции по сравнению с импортными аналогами. Однако анализ показал, что по отдельной номенклатуре производители Свердловской области имеют сильные конкурентные позиции как на региональном, так и на общероссийском рынке. Так, по экскаваторам и грузовым вагонам областные производители почти полностью закрывают потребности внутриобластного и часть отечественного рынков, а также поставляют свою продук-

цию на экспорт. Кроме того, перспективными сегментами производства машиностроительной продукции являются: оборудование и приборы для ЖКХ, техника для стройиндустрии и сельского хозяйства, дорожно-транспортная и медицинская техника, оборудование и техника для складского хозяйства, металлургических предприятий.

В отрасли имеют место различные *виды кооперационных связей* машиностроительных предприятий: между собой, с предприятиями прочих отраслей, с малым бизнесом, с учреждениями образования и науки.

С ростом специализации производства и развитием аутсорсинга в машиностроении Свердловской области возросло число предприятий, желающих получать и поставлять продукцию и услуги промежуточных переделов (литейные, кузнечно-прессовые, сварочные производства, услуги по механо-

⁶ Там же.

и термообработке деталей, проектированию и т. д.). Это проявляется в расширении кооперационного взаимодействия *между крупными и малыми машиностроительными предприятиями*, особенно в следующих сферах: производство высокотехнологичной гражданской продукции; создание технологических процессов, обеспечивающих высокую и сверхвысокую точность изделий; внедрение в производство комбинированных технологических процессов; повышение энергоэффективности технологических процессов; разработка безотходных технологий для получения высокоточных изделий; внедрение высокоскоростных методов обработки; использование нанотехнологий и наноматериалов.

Кадровый дефицит в машиностроении обусловил появление и развитие *кооперации предприятий и учебных заведений*. Машиностроительные предприятия Свердловской области создают образовательные центры или заключают договоры о сотрудничестве с профильными вузами. Так, УМК «Пумори-СИЗ» осуществляет обучение персонала предприятий, использующих оборудование компании. На базе ОАО «НПК «Уралвагонзавод» создан корпоративный университет подготовки кадров. Предприятия по производству медтехники («Аверон», холдинг «Юнона») заключают договоры с территориальными профильными вузами на обучение специалистов. Такая кооперация дает возможность специалистам на практике познакомиться с современными технологиями в машиностроении.

Кроме того, для Свердловской области характерно *взаимодействие предприятий машиностроения с учреждениями науки*, в том числе путем вхождения научных учреждений в состав крупных корпораций (ФГУП «ПО «Уральский оптико-механический завод» имеет в своей структуре 3 научных института).

Условием успешной кооперации в машиностроении является создание инноваци-

онной инфраструктуры: технопарков, технополисов, специализированных центров и т. д. Наиболее прогрессивными формами кооперации предприятий, науки, образования, кредитно-финансовых структур и власти являются кластеры. В настоящее время в Свердловской области формируются железнодорожный кластер, кластер-холдинг на базе ОАО «НПК «Уралвагонзавод», кластеры медтехники и электротехнической промышленности.

Потенциально высокий уровень развития межотраслевой и внутриотраслевой кооперации характерен и для **строительно-го комплекса** Свердловской области, что обусловлено особенностями его развития и имеющимися у области ресурсами.

Согласно оценкам, достигнутый в настоящее время уровень кооперации в строительной отрасли составляет 51–54%, потенциально возможный — 63,5%⁷. При этом для отрасли характерна межрегиональная и даже межстрановая кооперация, поскольку эффективность работы предприятий строительного комплекса зависит от импорта и поставок строительных материалов (белый цемент, клей, герметик и другие виды продукции стройхимии, отделочные материалы), оборудования для их производства, электрического инструмента, средств механизации строительных работ, ручного инструмента, подъемно-транспортного оборудования из других регионов РФ. Местные производители поставляют для строительного комплекса тепловые агрегаты высокой мощности, сушильные барабаны, вращающиеся печи, автоклавы и металлоконструкции, оснастку, а также вспомогательные металлоконструкции.

Перспективным сегментом для расширения кооперации в строительстве является производство ЖБИ (металл и прокат

⁷ Программа развития кооперации на территории Свердловской области до 2020 г. // А. Л. Гредин, А. И. Татаркин, Ю. П. Зибарев [и др.]. Екатеринбург, 2009.

поступает от металлургических предприятий, пластмассы и добавки — от химических, запчасти для оборудования — от машиностроения, цемент — от предприятий, относящихся к прочим неметаллическим минеральным продуктам, а щебень, песок и отсев — от горнодобывающих предприятий)⁸, а также импортозамещающего оборудования и инструмента для строительных работ, подъемно-транспортного оборудования, крепежа, отделочных материалов, клея и добавок, технологического оборудования для производства строительных материалов.

Горно-металлургический комплекс играет важнейшую роль в обеспечении социально-экономического развития Свердловской области. Так, доля металлургии в общем объеме промышленной продукции составляет свыше 52% (в среднем по России — 16%)⁹, 2/3 всех металлургических предприятий являются градообразующими.

Для горнорудных предприятий характерна внутриотраслевая кооперация, что обусловлено узкой специализацией предприятий по добыче и переработке рудного сырья, его подготовке к металлургическому переделу. Практически вся продукция, выпускаемая на горнорудных предприятиях Свердловской области, потребляется металлургическими компаниями региона. Кроме того, развита кооперация предприятий горнорудного комплекса с предприятиями машиностроения (транспортные средства, шахтная техника, дробильно-сортировочное и обогатительное оборудование) и строительного комплекса области. При этом выпускаемое отечественное буровое (машины, станки, буровой инструмент) и дробильно-размольное оборудование неконкурентно-

способно по сравнению с зарубежными аналогами.

В металлургическом комплексе Свердловской области широкое распространение получила внутриотраслевая административная кооперация. Это объясняется тем, что 90% предприятий отрасли интегрированы в состав общероссийских холдинговых структур: ОАО «ТМК», ООО «ЕвразХолдинг», ОАО «НЛМК» и ОАО «Макси-Групп», ОК «РУСАЛ», ООО «УГМК-Холдинг». Развитие межотраслевой кооперации (преимущественно с предприятиями машиностроения, стройиндустрии, энергетики и транспорта) в металлургическом комплексе связано с реализацией крупных инвестиционных проектов по модернизации действующих производств и созданию новых. При этом машиностроительные предприятия Свердловской области в отличие от концерна Siemens-Voest-Alpine (Австрия), SMS Demag (Германия), Danieli (Италия) и др. не в состоянии обеспечить отрасль конкурентоспособной продукцией по приемлемой цене, необходимые сроки и комплексность поставки, привлекательные финансово-кредитные условия.

Более подробный анализ уровня развития производственной кооперации в ключевых сферах экономики Свердловской области был проведен авторами в рамках разработки «Программы развития кооперации на территории Свердловской области до 2020 г.», которая является базовым документом, определяющим цели, основные принципы, направления и механизм развития кооперации. Необходимость разработки такой Программы была обусловлена недостаточным вниманием к интересам кооперации со стороны региональных органов власти и управления, увеличением замкнутости производственных процессов, ростом самодостаточности предприятий, что привело к утрате конкурентных преимуществ региона, снижению эффективности экономических, транспортных, финансовых и информационных связей. В условиях кризиса данная

⁸ Программа развития кооперации на территории Свердловской области до 2020 г. // А. Л. Гредин, А. И. Татаркин, Ю. П. Зибарев [и др.]. Екатеринбург, 2009.

⁹ Там же.

ситуация усугубилась еще и тем, что региональные предприятия и организации стали утрачивать способность не только опережать проявление негативных тенденций, но и даже просто адаптироваться к изменениям внешней среды.

Как показал анализ отечественной и зарубежной литературы по данной проблематике, единых методических подходов к формированию механизмов поддержки развития производственной кооперации нет. Отечественный опыт их разработки крайне ограничен, он опирается на учет структурной специфики экономических систем конкретных регионов. Однако, систематизируя опыт регионов, можно выделить две **формы поддержки развития производственной кооперации** в России — системную и точечную (рис. 3).

- в программы поддержки малого и среднего бизнеса (областная целевая «Программа поддержки субъектов малого предпринимательства Ярославской области в промышленной сфере путем развития производственной кооперации на 2005–2006 гг.»);

- в программы создания технопарков, формирования кластеров.

В официальных документах программы развития кооперации в самостоятельном виде встречаются начиная с 1994 года. Систематизируя имеющуюся информацию по области использования, можно отметить следующее.

1. Практически на всех территориях России (в Ленинградской, Московской, Архангельской областях) в 1994–2005 годах получили распространение программы потребительской кооперации и целевые

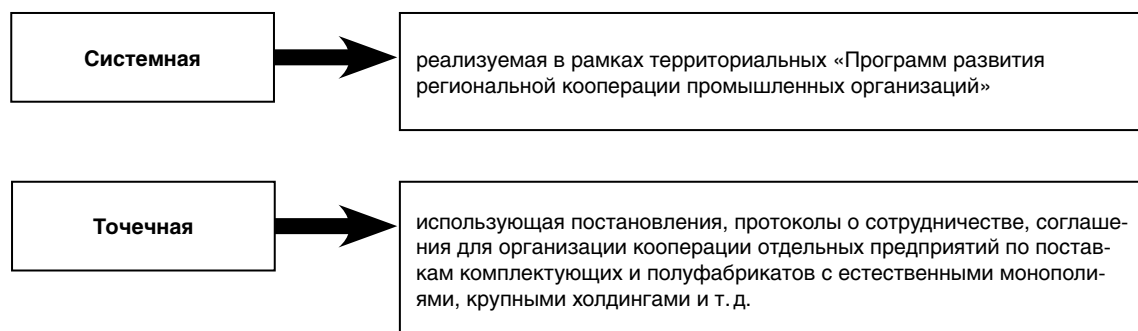


Рис. 3. Формы поддержки развития производственной кооперации

Системная форма поддержки. В субъектах Российской Федерации наиболее распространена практика включения подпрограмм, разделов и отдельных мероприятий по производственной кооперации:

- в программы социально-экономического развития территорий;
- в отраслевые программы развития — в том числе торговли, промышленности, АПК, нефтехимического комплекса, стройкомплекса (Республика Татарстан) и т. д.;

программы развития сельскохозяйственной кооперации. Это было инициировано принятием ряда подобных федеральных программ.

2. Имеется опыт *научной и промышленной кооперации*. В частности, формирование программ научной кооперации характерно для крупных вузов, отраслевых и академических институтов. Они ориентированы на установление долгосрочных отношений преимущественно в области оказания образовательных услуг и реали-

зации крупных научно-исследовательских проектов.

Разработка и реализация территориальных и отраслевых «Программ развития региональной кооперации промышленных организаций» осуществлялись только в Свердловской, Курганской, Ульяновской и Липецкой областях, в Санкт-Петербурге. Так, в Курганской области в 2005 году была принята подобная программа, реализация которой ориентирована на 2006–2010 годы. Она ставит своей целью повышение эффективности работы промышленных организаций Курганской области и увеличение доходов областного и местных бюджетов. В Ульяновской области действует долгосрочная «Программа внутриобластной кооперации по производству деталей и комплектующих для промышленных предприятий». В Удмуртии в 2005 году принята «Программа внутриобластной кооперации». Готовность к разработке подобных программ декларируется представителями территориальной власти Республики Татарстан и Пермского края.

По мнению ряда специалистов, принятие таких программ позволит, например:

- нарастить возможности для развития производства на территории;
- стабилизировать спрос на продукцию и услуги;
- более полно и эффективно использовать производственные мощности;
- увеличить гибкость и адаптивную способность предприятий к изменению спроса;
- оптимизировать производственные процессы;
- углубить специализацию с повышением качества продукции;
- повысить эффективность внедрения и использования инноваций;
- повысить социальную результативность бизнеса.

Большинство регионов используют *точечные меры поддержки* кооперации. К ним можно отнести принятие региональными органами государственной власти и муниципа-

литетами различных постановлений и протоколов. Это:

- постановление Правительства Московской области от 23 ноября 1998 года № 102/35 «Об освоении организациями, осуществляющими деятельность в Московской области, производства электрооборудования для пригородных электропоездов, выпускаемых ОАО «Демиковский машиностроительный завод»;
- протокол о дальнейшем сотрудничестве предприятий промышленного комплекса Чувашии и ОАО «ГАЗ» по поставке автокомпонентов и т. д.

Между предприятиями машиностроения и смежных отраслей, крупными монополиями могут заключаться *соглашения о сотрудничестве и картельные соглашения*. Практика работы правительства Свердловской области в отношении машиностроительных предприятий направлена на удовлетворение интересов крупных российских потребителей машиностроительной продукции, к которым относятся ОАО «Российские железные дороги», нефтяной сектор, металлургия, энергетика. ОАО «Газпром» также является стратегической сферой развития машиностроения области.

Сложившаяся экономическая обстановка диктует необходимость вновь проанализировать заключенные в 1998 году межотраслевые (картельные) соглашения между предприятиями Свердловской области, входящими в единый производственный комплекс. Данные межотраслевые ценовые соглашения предусматривали взаимное снижение цен на продукцию и услуги (работы) и их регулирование. Благодаря договоренности всех заинтересованных участников, работающих на конечный результат, о взаимном снижении цен, о квотах на взаимные поставки, о доле живых денег в платежах и т. д. такие соглашения предоставляли возможность предприятиям продавать продукцию по ценам, приемлемым и для внутреннего, и для внешнего рынка.

Помимо плюсов, связанных с возможностью маневрировать на рынке, участники межотраслевого соглашения снижают также свою налогооблагаемую базу. Но бюджеты в конечном итоге выиграют потому, что повышается платежеспособность смежных предприятий.

Эффективность этой формы работы подтвердила практика заключения соглашений на базе НТМК в 1998–1999 годах. В январе 1999 года было подписано третье межотраслевое соглашение с наибольшим числом участников. В нем удалось собрать в картельное соглашение предприятия, связанные в единую технологическую цепочку выпуска и внутреннего потребления черных металлов: Качканарский и Высокогорский ГОКи, Гороблагодатское рудоуправление, Серовский ферросплавный завод, НТМК, «Свердловэнерго», «Межрегионгаз», Свердловскую железную дорогу, ОАО «НПК «Уралвагонзавод». Достаточно эффективным оказалось межотраслевое ценовое соглашение предприятий лесопромышленного комплекса Свердловской области, утвержденное постановлением правительства Свердловской области от 7 декабря 1998 года № 244-п.

Опыт показал, что заключение картельных соглашений дает положительные результаты там, где предприятия-участники жестко связаны технологически. Так, соглашение, заключенное предприятиями электротехнической промышленности, в которое вошли также поставщики цветного металла, не дало ожидаемого эффекта, поскольку отсутствовала взаимная выгода для всех участников.

Этот опыт следует учесть при заключении новых аналогичных соглашений в ближайшем периоде. Кроме того, структура и место картельных соглашений юридически никак не очерчены.

Одной из декларируемых форм поддержки развития промышленной кооперации является формирование *региональных центров субконтрактинга* — участни-

ков «Национального партнерства развития субконтрактации», ориентированных на установление кооперационных связей промышленных предприятий (малых, средних и крупных) на региональном и межрегиональном уровнях. Обозначенная система действует в 45 странах мира, где малым предприятиям оказываются платные услуги по выстраиванию цепочек, чтобы они стали субподрядчиками у крупных предприятий. На территории России насчитывается от 30 до 40 таких центров, связанных единой системой и стандартами информационных обменов. Они действуют в интересах развития промышленности и малого предпринимательства, предоставляя промышленным предприятиям платные и бесплатные информационные услуги. Так, в настоящее время Свердловский областной центр производственной кооперации начал подготовку очередной, 7-й Биржи производственных заказов.

Согласно опыту Челябинской области для *информационного обеспечения* участников кооперационных цепочек возможно также создание отделов кооперации при территориальных органах исполнительной власти. В компетенцию данных подразделений может входить в том числе обслуживание информационной системы.

В Челябинской области уже сформирован каталог региональных предприятий — производителей продукции, который содержит краткую характеристику компании, информацию о выпускаемой продукции и потребностях в товарах, работах и услугах. Каталог составлен по представлению предприятий в виде электронного товаропроизводителя. Информация бесплатно размещается на сайте правительства области и обновляется по желанию предприятия или автоматически раз в год.

В рамках предоставляемой информации предприятия ранжируют по видам деятельности. Каждое предприятие имеет свою карточку, в которой отражены контактная информация, общая характеристика, пре-

имущества, а также перечень и характеристика продукции. Согласно нашим и независимым оценкам, информационный сайт значительно выиграл бы при размещении на нем информации о потребностях предприятий в транспортных услугах.

Кроме того, ежегодно за счет средств регионального бюджета (статья «Информационное обслуживание») формируется презентационный диск Челябинской области (изготовленный «Реал-Медиа»). Он направляется в федеральные органы власти, субъектам Российской Федерации, распространяется на областных, всероссийских и международных выставках, во время проведения торгово-экономических миссий, встреч с иностранными инвесторами и делегациями.

Однако прилагаемых усилий по созданию только компьютерных сайтов для налаживания промышленной, а тем более производственной кооперации недостаточно. В целях обеспечения устойчивого развития производственных предприятий области за счет максимального использования экономического потенциала целесообразно применять также другие методы поддержки внутрирегиональной кооперации.

Не останавливаясь на рассмотрении большого количества предлагаемых в специализированной литературе методов и механизмов поддержки развития внутрирегиональной кооперации, отметим, что в условиях кризиса важно изучить потенциальные возможности привлечения средств федеральных и региональных программ и проектов в развитие территориальных производственных предприятий и организаций.

Можно обозначить 3 направления, или перспективные продуктовые ниши с объемными характеристиками, где могут создавать и развивать на долгосрочную перспективу свои новые производства малые, средние и крупные предприятия. Это госзакупки, инвестиционные фонды, а также федеральные и региональные целевые программы.

В адекватных изменениях нуждается действующая *система государственного заказа*. Сегодня она не ориентирована на использование внутреннего потенциала территории, не учитывает интересы местных производителей. Так, по оценкам правительства Республики Татарстан, с 2006 года госзаказ вырос более чем в 2 раза и составил в 2008 году свыше 50 млрд руб. При этом если ранее в 91% случаев он размещался у поставщиков, зарегистрированных в республике, то сейчас их доля снизилась до 75%, т.е. товаров и услуг почти на 13 млрд руб. закупается извне. С учетом субконтрактов эта сумма практически удваивается, что в современных условиях крайне нерационально¹⁰.

Опыт Челябинской области по вопросу совершенствования механизмов территориальных закупок показал, что в целях реализации областного Закона «О внутриобластной кооперации» с 2007 года по обозначенным основным направлениям реализации территориального заказа (выбраны 4 основных вида продукции — металлопродукция, цемент, уголь, продукция машиностроения) ежегодно оцениваются потребности и возможности областных предприятий. В рамках распоряжения губернатора Челябинской области рекомендуется заключать договоры поставок на территориальный заказ с местными предприятиями дифференцированно по объемам и предприятиям — поставщикам и потребителям.

Интересен *опыт квотирования местных производителей в Ленинградской области*, где мировые автопроизводители активно размещают сборочные заводы. Субконтрактинг для них означает снижение издержек до 20–40%. По условиям локализации доля комплектующих российского производства в продукции крупных иностранных предприятий должна составлять не менее 40%. В противном случае предприятие лишается всякой поддержки со стороны органов власти. Это

¹⁰ <http://www.mcrt.ru/index.php?nodeid=1024&print=1>

дает возможность петербургским промышленникам малого и среднего бизнеса использовать появившиеся возможности.

При формировании новой системы госзакупок необходимо ориентироваться на *электронные торги*. Размещение на электронных торговых площадках данных о потребностях и возможностях хозяйствующих субъектов может учитываться в качестве одного из условий предоставления мер государственной поддержки товаропроизводителей и являться индикатором оценки эффективности деятельности министерств, государственных и муниципальных органов.

В качестве борьбы с фирмами-однодневками, которые специально регистрируются внешними компаниями на территориях для участия в конкурсе, важно шире использовать возможности ассоциаций. При этом кооперационное развитие необходимо рассматривать комплексно — например, как взаимодействие товаропроизводителей и сырьевиков, особенно по металлургии и строительству.

В целом можно констатировать, что система планирования государственных расходов недостаточно гибка и адекватна современным реалиям. Однако важно понимать, что принимаемые меры по квотированию и протекционизму местных производителей не должны противоречить федеральному законодательству. Для этого необходимо изучить опыт законодательных инициатив в Ярославской и Иркутской областях, Республике Коми.

На основе опыта Удмуртской Республики и Республики Татарстан, Челябинской области по формированию территориального заказа было выделено 5 важных моментов, требующих решения в целях развития кооперации (рис. 4).

Наиболее стабильными источниками инвестиций, в том числе на развитие кооперации, являются средства нацпроектов, федеральных целевых программ, региональных и муниципальных программ развития. На территории Свердловской области реа-

лизуются программы «Жилище», национальные проекты «Достойное жилье», «Здоровье», по развитию сельского хозяйства, программы по модернизации транспортной системы Российской Федерации и т. д. При этом участие региональных производителей в их реализации крайне ограничено. Для решения данной проблемы может быть разработана система квотирования местных производителей (в рамках Федерального закона № 94 «О размещении заказов для государственных и муниципальных служб») со стороны органов власти и управления за изменением объема работ, выполняемых местными производителями.

В качестве *источников финансирования кооперации* можно рассматривать средства Инвестиционного фонда РФ на создание и развитие элементов инновационной системы, создание и развитие инфраструктуры и Фонда поддержки при губернаторе Свердловской области. Через данный Фонд разработана и внедрена индивидуальная схема долгосрочного экспортного финансирования закупок технологического оборудования для реконструкции и технического перевооружения предприятий Свердловской области, которая позволяет экономить расходы предприятий в размере 15% суммы заимствования по сравнению со стандартными схемами экспортного финансирования и лизинга. В результате работы Фонда только в 2007 году для 28 предприятий Свердловской области было привлечено инвестиций в сумме 9,4 млрд руб.¹¹

Обобщая опыт регионов Российской Федерации по поддержке и развитию внутриобластной кооперации, можно сделать вывод о том, что механизмы совершенствования кооперационных связей должны включать комплекс организационных и экономических мер. К ним относятся:

¹¹ См.: Программа развития кооперации на территории Свердловской области до 2020 г. // А. Л. Гредин, А. И. Татаркин, Ю. П. Зибарев [и др.]. Екатеринбург, 2009.



Рис. 4. Основные направления развития внутрорегиональной кооперации

- формирование правового поля в сфере региональной производственной кооперации;
- системный мониторинг деятельности машиностроительных предприятий области с позиций региональной производственной кооперации;
- развитие частно-государственного партнерства;
- привлечение отечественных и зарубежных инвесторов;
- информационное и инфраструктурное обеспечение производственной кооперации.

Для отраслевых региональных комплексов могут быть предложены специ-

альные направления поддержки кооперации. Например, для машиностроения актуальны:

- 1) инфраструктурное обеспечение;
- 2) привлечение государственных инвестиций в развитие кооперационных связей;
- 3) инициирование заключения договоров о сотрудничестве и картельных соглашений;
- 4) информационное обеспечение производственной кооперации.

В целом следует сделать вывод, подтверждаемый многими исследованиями, о серьезных недостатках в нормативном обеспечении эффективной хозяйственной деятельности на основе кооперации как на

федеральном, так и на региональном уровне. Это может послужить основой для формирования блока законодательных инициатив, предложений по внесению изменений и уточнений в действующее федеральное законодательство.

Таким образом, производственная кооперация должна способствовать реализации долговременной стратегии конкурентного регионального развития за счет усиления позиций региона на внутрисистемном и международных рынках путем углубления внутри- и межрегионального

взаимодействия в ключевых сферах экономики территории.

Литература

1. Липатников Н. М., Скопина И. В., Удалов Ф. Е., Скопин А. О. Комплексное развитие региональной производственной кооперации и кластерных проектов // Региональная экономика и управление. 2007. № 1 (09).
2. Программа развития кооперации на территории Свердловской области до 2020 г. // А. Л. Гредин, А. И. Татаркин, Ю. П. Зибарев [и др.]. Екатеринбург, 2009.
3. Степанцева О. Промышленность и предпринимательство России: стратегии будущего // Оборудование. Март. 2006.

УДК 331.108.26

Алавердов А. Р., докт. экон. наук, профессор, заведующий кафедрой Управления человеческими ресурсами Московской финансово-промышленной академии, aalaverdov@mpra.ru

КАДРОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ СИСТЕМНОГО КРИЗИСА

В статье аргументируется необходимость актуализации кадровой стратегии предприятия как одно из условий сохранения его конкурентоспособности в условиях системного кризиса. Аргументируется недопустимость одновекторной направленности антикризисной стратегии на сокращение издержек предприятия по кадровому направлению деятельности. Формулируются общие требования к новой кадровой стратегии и основные направления ее актуализации.

Ключевые слова: антикризисная кадровая стратегия, качество человеческого капитала, кадровый аудит, кадровая элита организации.

Мировой экономический кризис негативно отразился на конкурентоспособности отечественных предприятий любых форм собственности и отраслевой принадлежности. Большинство российских предпринимателей и топ-менеджеров мало интересуют его макроэкономические причины. Они просто вынуждены принять кризис как «объективную реальность», внеся необходимые изменения в стратегию дальнейшего развития своих предприятий. Очевидно, что в таких изменениях нуждаются прежде всего стратегии в области коммерческой и финансовой деятельности, поскольку от оперативности и правильности их актуализации зависит само выживание хозяйствующих субъектов. Не избежала корректировки и кадровая стратегия отечественных предприятий, что также является вполне естественной реакцией на соответствующие изменения внешней бизнес-среды.

Вместе с тем мониторинг динамики ситуации на рынке труда, осуществляемый Федеральной службой по труду и занятости за последние семь месяцев, позволяет констатировать, что в области актуализации кадровой стратегии значительная часть работодателей на практике реализуют лишь одну цель — минимизацию соответствующих издержек любыми законными и не вполне законными методами. Массовые сокращения, в том числе путем проведения досрочных аттестаций и принуждения своих сотрудников к увольнению якобы по собственному желанию, перевод их на сокращенную рабочую неделю и сокращенный рабочий день, замораживание социальных программ — все эти мероприятия в конечном итоге подчинены данной цели. Можно ли считать, что в условиях глобального кризиса подобная моноориентация кадровой стратегии является единственно возможной, а следовательно, верной?

В настоящей статье сделана попытка аргументировать практическую целесообразность иного подхода к временной (антикризисной) трансформации кадровой стратегии. Прежде всего попытаемся сформулировать возможные цели подобной актуализации помимо очевидного стремления к минимизации затрат по соответствующему направлению.

По мнению автора, *главной целью* сегодня должно стать использование кризиса для радикального и быстрого улучшения качества собственного человеческого капитала как одного из факторов сохранения конкурентоспособности в условиях неблагоприятной внешней среды. Вероятно, не все российские менеджеры знают о том, что в китайском языке, воплотившем в себе мудрость одной из древнейших на планете цивилизаций, существует иероглиф, которым сегодня обозначают термин «кризис». Но еще до появления такого термина этот иероглиф одновременно обозначал два иных — на первый взгляд противоположных — понятия: «опасность» и «возможность». Этот экскурс в лингвистику позволяет утверждать, что критерием наивысшей эффективности антикризисного управления, в том числе персоналом, выступает умение превратить рыночные опасности в новые рыночные возможности для своего предприятия. Практическую достижимость сформулированной выше цели автор попытается обосновать при рассмотрении конкретных направлений актуализации кадровой стратегии.

К *прикладным задачам*, вытекающим из главной цели, относятся следующие:

- ротация имеющегося у предприятия персонала в целях избавления его штата от «кадрового балласта»;
- сокращение удельного веса административно-управленческого персонала (АУП) в штатной численности работников, т. е. эффективная борьба с бюрократизацией управления на внутрифирменном уровне;
- использование высвобождаемого благодаря сокращению производства кален-

дарного фонда рабочего времени для ускоренного переобучения и повышения квалификации работников;

- ротация руководящих кадров в пользу молодых, инновационно ориентированных менеджеров;
- внедрение инновационных форм организации и оплаты труда, позволяющих повысить его продуктивность без ущерба для финансовых интересов работодателя;
- оценка реального отношения сотрудников к своему работодателю, непосредственным руководителям, коллегам по работе.

Далее попытаемся сформулировать *общие методические требования к актуализации кадровой стратегии*. По мнению автора, не следует возлагать большие надежды на такие — в значительной степени абстрактные для нашей страны — категории, как «социальная ответственность бизнеса перед обществом», «социально ориентированная кадровая стратегия» или «идеология социального партнерства». Почти два десятилетия рыночных преобразований в России и многовековой опыт функционирования рыночных отношений в большинстве высокоразвитых государств убеждают, что бизнесмен реально прислушивается только к одному аргументу — собственной выгоде. Данный тезис подтверждается очевидным фактом. Начиная с 1920-х годов любые инновации в области HR-менеджмента в негосударственном секторе экономики успешно внедрялись только в двух ситуациях. В первом случае работодатели вносили соответствующие изменения в практику организации внутрифирменных трудовых отношений в результате открытого «силового давления» со стороны государства. Они вынужденно подчинялись социально ориентированным изменениям в национальном трудовом законодательстве (США в период выхода из Великой депрессии, Западная Европа в 1970-х годах, предусматривающим реальные санкции к его нарушителям. Во втором случае раз-

работчикам инновационных технологий HR-менеджмента (как, например, «отцу» научной организации труда Ф. Тейлору или основоположнику «школы человеческих отношений» Э. Мейо) удавалось доказать конкретному работодателю экономическую целесообразность своих предложений. Поэтому первым методическим требованием ко всему комплексу формулируемых далее предложений автор определяет *непротиворечивость их текущим и перспективным интересам работодателя*.

Вторым требованием выступает *непротиворечивость намечаемых изменений в кадровой стратегии интересам кадровой элиты предприятия*. Естественно, в состав подобной элиты работодатель должен включать не только топ-менеджеров. Она объединяет сотрудников любой профессиональной категории — вплоть до младшего технического и обслуживающего персонала. По мнению автора, основным критерием при отнесении работника к кадровой элите является соответствие его условному стандарту «КОЛ», т. е. трем требованиям со стороны любого работодателя — это компетентность, ответственность, лояльность.

Напомним, что одним из традиционных принципов современной теории HR-менеджмента является необходимость соблюдения хотя бы относительного паритета интересов работодателя и наемных работников, т. е. всего трудового коллектива. К сожалению, в условиях системного кризиса на практике обеспечить реализацию данного принципа попросту невозможно. Поэтому следует руководствоваться уже не теорией, а исключительно здравым смыслом — «если нельзя спасти всех, надо спасать лучших». Естественно, подобный тезис вступает в противоречие с национальными традициями россиян, всегда ориентированных на помощь слабым и незащищенным, и даже с требованиями трудового законодательства (вспомним, какие категории работников имеют преимущественное право на сохранение рабочих

мест при массовых сокращениях). Однако с позиции корпоративных интересов, с учетом главной цели антикризисного управления — обеспечения выживания предприятия любой ценой сформулированное выше требование не кажется автору чем-то крамольным. Попытка же заставить всех работников предприятия в равной степени страдать от последствий кризиса приведет лишь к инициативным увольнениям именно наиболее ценных сотрудников, что еще больше ухудшит конкурентные позиции предприятия.

Третьим требованием выступает *публичность (или гласность)* реализуемых изменений. Традиционное для национального трудового менталитета россиян настороженно-подозрительное отношение к работодателю заставляет их очень болезненно реагировать на любые антикризисные решения, которые администрация принимает в келейном порядке и до последнего момента скрывает от трудового коллектива. Напротив, намного большее понимание встретит откровенно изложенная и доступно аргументированная позиция работодателя, включающая даже очевидно непопулярные решения. Естественно, аргументы типа «мы хотим сократить вам зарплату, чтобы сохранить на прежнем уровне наши прибыли» (что на многих предприятиях, в принципе, полностью соответствуют действительности) использоваться не могут. Вместе с тем большая часть коллектива вынуждена будет согласиться с тем, что лучше наполовину сократить штат трех из семи структурных подразделений (бизнес-единиц), ставших убыточными в условиях кризиса, нежели урезать на 40 % зарплату всему производственному персоналу, в том числе тех подразделений, «портфель заказов» которых остался без изменений.

Четвертым требованием выступает *гибкость, или адаптивность, антикризисной кадровой стратегии*. С учетом того что даже среди представителей высших эшелонов власти нет единого мнения о том, на какой

фазе кризиса находится сегодня Россия, заранее обречены на провал попытки менеджмента частного предприятия разработать какую-либо долгосрочную целостную программу по любому направлению деятельности. Как любая другая антикризисная стратегия, стратегия HR-менеджмента должна формироваться, во-первых, на вариантной и, во-вторых, на пошаговой основе.

Для реализации первой рекомендации администрации целесообразно использовать три сценария дальнейшего развития предприятия: «умеренно плохой», «плохой» и «критический». Для каждого из этих сценариев должны быть разработаны свои варианты актуализации кадровой стратегии. Для реализации второй рекомендации все антикризисные мероприятия по кадровому направлению должны быть разбиты на несколько последовательных этапов. К реализации каждого нового этапа администрация приступает только после полного достижения всех поставленных целей по предыдущему. В случае объективной невозможности реализовать хотя бы одну из запланированных целей содержание следующего в технологической цепочке этапа оперативно пересматривается.

В заключение попытаемся сформулировать конкретные *практико-ориентированные мероприятия*, направленные на актуализацию кадровой стратегии предприятия в условиях кризиса.

В области *политики регулирования численности персонала* главным приоритетом должна стать ротация персонала в целях улучшения качества корпоративного человеческого капитала. Для практического решения данной задачи рекомендуется следующая общая последовательность действий менеджмента организации в лице руководителей высшего и среднего звена, а также специалистов кадровой службы:

- управленческий аудит организационной структуры управления (ОСУ) и штатного расписания организации для выявления ключевых рабочих мест, от которых реально

зависят ее рыночные позиции в целом и конечные результаты деятельности производственных подразделений;

- кадровый аудит в целях выявления степени соответствия конкретных сотрудников, занимающих ключевые рабочие места, установленным по ним требованиям;

- использование «антикризисного зонтика»¹ в отношении сотрудников, занимающих ключевые рабочие места и полностью соответствующих установленным по ним требованиям;

- срочная ротация сотрудников, занимающих ключевые рабочие места, но не полностью соответствующих установленным по ним требованиям, путем либо активного поиска на рынке труда и привлечения более достойных кандидатов извне, либо использования внутреннего кадрового резерва (последний вариант предпочтителен);

- индивидуальные гарантии от сокращения всем остальным представителям кадровой элиты предприятия со стороны администрации (в форме конфиденциального собеседования с каждым из них);

- сокращение численности непроизводственного персонала предприятия пропорционально уменьшению его нагрузки и планируемой прибыли;

- аналогичное сокращение сотрудников производственных или бизнес-подразделений предприятия (в зависимости от технологических особенностей предприятия — либо пропорциональное для всех подразделений, либо только для тех, у которых уменьшился фактический объем выполняемых работ);

- срочное увольнение (под предлогом сокращения рабочих мест) сотрудников предприятия, продемонстрировавших в условиях

¹ Под «антикризисным зонтиком» автор понимает совокупность мероприятий, направленных на сохранение особо ценных сотрудников в штате организации (например, опережающая антиинфляционная индексация заработной платы, дополнительные социальные гарантии от работодателя и т. п.).

кризиса неприемлемые личностные качества (например, склонность к провоцированию конфликтов) или открытую нелояльность работодателю.

В области *политики развития персонала* новыми приоритетами кадровой стратегии предприятия должны выступать:

- переориентация внутрифирменной системы дополнительного обучения персонала на программы профессиональной переподготовки, обеспечивающие освоение сотрудниками смежных специальностей (как эффективный метод профилактики сокращений), а также на программы повышения квалификации без отрыва от производства силами наставников из числа высококвалифицированных рабочих и специалистов;
- отказ от престижных, но высокозатратных программ курсовой подготовки АУП в сторонних учебных центрах и образовательных учреждениях (за исключением краткосрочных прикладных программ в области антикризисного управления);
- внесение корректив в программы формирования и подготовки резерва на выдвижение с целью форсированной замены менеджеров, продемонстрировавших в условиях кризиса недостаточную профессиональную компетентность.

В области *политики мотивации персонала* новыми приоритетами кадровой стратегии должны выступать:

- минимизация численности сотрудников предприятия, основная оплата труда которых базируется на фиксированных должностных окладах, не связанных с фактическими результатами трудовой деятельности;
- перевод основной части производственного персонала на сдельную и пооперационную оплату труда, позволяющую напрямую связать размер текущего заработка сотрудника с фактически выполненным им объемом работ в натуральном или стоимостном исчислении;

- активизация внедрения коллективной формы оплаты труда, позволяющей организовать процесс сокращения производственного персонала по инициативе самих трудовых коллективов, в новых условиях экономически заинтересованных в избавлении от неэффективных членов;

- отказ от любых форм дополнительного вознаграждения, не связанных с фактическими результатами трудовой деятельности сотрудников;

- внедрение специальных премий в форме гарантированного процента от фактически обеспеченного работником дополнительного финансового эффекта для работодателя (например, привлечение нового клиента, внедрение ресурсосберегающей технологии и т. п.);

- активизация механизмов моральной мотивации персонала (реализация принципа «не можешь много платить — надо чаще хвалить»).

В области *политики социальной и психологической поддержки персонала* новыми приоритетами кадровой стратегии должны выступать:

- отказ от гарантированных социальных льгот коллективного характера, за исключением установленных действующим трудовым законодательством;

- переориентация программ социально-экономической поддержки на приоритет индивидуальных социальных пакетов для наиболее ценных сотрудников;

- переориентация психологической поддержки на разнообразные формы разъяснительной работы в трудовых коллективах, объясняющей необходимость непопулярных антикризисных мероприятий;

- активизация мониторинга за состоянием психологического климата в трудовых коллективах, направленного прежде всего на выявление «возмутителей спокойствия» (с последующим их увольнением);

- реализация разнообразных методов индивидуальной психологической поддержки кадровой элиты предприятия.

Автор хотел бы подчеркнуть типовой, унифицированный характер сформулированных выше рекомендаций, следовательно, необходимость их индивидуальной привязки к условиям конкретного предприятия. В этой связи для представителей сферы малого и среднего бизнеса представляется актуальным привлечение сторонних консультантов, профессионально специализирующихся в области HR-менеджмента, для участия в разработке антикризисной кадровой стратегии предприятия. При этом единственным вариантом оплаты соответствующих консалтинговых услуг должен стать процент от фактически обеспеченной заказчику экономии затрат по кадровому

направлению при сохранении, как минимум, прежней продуктивности деятельности персонала.

Литература

1. *Алавердов А. Р.* Управление персоналом: учеб. пособие. М.: Маркет ДС, 2007.
2. *Алавердов А. Р.* Конкуренция на внутрифирменном рынке труда: возможности и опасности для работодателя // Современная конкуренция. 2007. № 1.
3. *Кравченко А. И.* История менеджмента: учеб. пособие. М.: Академический проект, 2002.
4. *Тейлор Ф. У.* Принципы научного менеджмента / пер. с англ. М.: Контроллинг, 1991.
5. Официальный сайт Федеральной службы по труду и занятости (<http://www.rostrud.info/activities/nadko/otchet/>).

УДК 331.107

Гершман М. А., канд. экон. наук, доцент кафедры Прикладного менеджмента
Московской финансово-промышленной академии, MGershman@mfa.ru

УПРАВЛЕНИЕ ИДЕЯМИ В РОССИИ: ПРАКТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

В целях повышения конкурентоспособности своих предприятий западные менеджеры применяют различные подходы к управлению инновациями. В частности, управление идеями рассматривается как важный элемент инновационной деятельности, определяющий ее конечный результат. А как управляют идеями российские менеджеры? Уделяют ли они внимание данному фактору? В настоящей статье изложены и проанализированы результаты проведенного в 2008 году исследования, которые отчасти позволяют ответить на этот вопрос.

Ключевые слова: управление идеями, конкурентоспособность, инновации, организационные инструменты, методы мотивации, творческая деятельность.

Одним из основных факторов, влияющих на темпы экономического роста в стране, является технический прогресс¹. Теория Ф. Агийона и П. Ховитта², опирающаяся на идею Й. Шумпетера³ о «творческом разрушении», объясняет, что в основе современного технического прогресса лежит конкуренция между предпринимателями, которые стремятся занять доминирующее положение на рынке за счет инноваций. Таким образом, решение проблемы повышения конкурентоспособности предприятий в большой степени зависит от эффективности реализации их инновационного потенциала и качества управления нововведениями в целом.

Проблематика инновационного менеджмента охватывает совокупность вопросов, связанных с планированием нововведений, организацией инновационных процессов, распределением рисков при реализации проектов и др. В этом ряду и важнейший вопрос «Как сделать поток идей большим и постоянным?», который с энтузиазмом обсуждается в западной литературе⁴. Исследования BCG демонстрируют высокую заинтересованность руководителей глобальных корпораций в новых идеях⁵. Консультанты, анализирующие инновационную деятельность организаций, утверждают, что наиболее успешные из них внедряют системы

¹ Solow R. M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth // Quarterly Journal of Economics. Vol. 70. No. 1. P. 65–94.

² Aghion P., Howitt P. (1992). A Model of Growth Through Creative Destruction // Econometrica. Vol. 60. No. 2. 3 P. 23–351.

³ Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.

⁴ Инновации в бизнесе: пер. с англ. Серия «Идеи, которые работают». М.: Альпина Бизнес Букс, 2007; Креативное мышление в бизнесе. Серия «Классика Harvard Business Review». М.: Альпина Бизнес Букс, 2006; Брегг Э., Брегг М. Новые бизнес-идеи, которые разрушают шаблоны: пер. с англ. / под ред. В. М. Дудникова. М.: Дело и Сервис, 2008.

⁵ Innovation 2007. A BCG Senior Management Survey. The Boston Consulting Group, Inc., 2007, 2008.

управления идеями, в которые вовлечены все сотрудники⁶.

Однако если зарубежный опыт управления инновациями достаточно объемно изложен в публикациях и печатных изданиях, то о соответствующем российском опыте информации крайне мало. Какие действия предпринимают российские топ-менеджеры для управления идеями? Какие они используют организационные инструменты для реализации творческого потенциала сотрудников? Как мотивируют персонал к инновационной деятельности?

Мы решили, что для получения объективной картины ответить на эти вопросы должны не менеджеры, а рядовые сотрудники российских организаций. В этих целях кафедрой Прикладного менеджмента Московской финансово-промышленной академии был проведен опрос, в котором приняли участие студенты заочного отделения, совмещавшие учебу с работой. За период с

февраля по декабрь 2008 г. были собраны данные о 181 организации.

Респондентам задавались следующие вопросы:

1. К какой отрасли экономики относится организация, в которой вы работаете?
2. Как называется ваша должность?
3. Какие организационные инструменты для управления идеями используются в вашей организации?
4. Какие методы мотивации творческой деятельности используются в вашей организации?

Результаты исследования представлены на рис. 1.

1. «К какой отрасли экономики относится организация, в которой вы работаете?»

С учетом характера проведения опроса распределение организаций-респондентов по отраслям экономики носило случайный

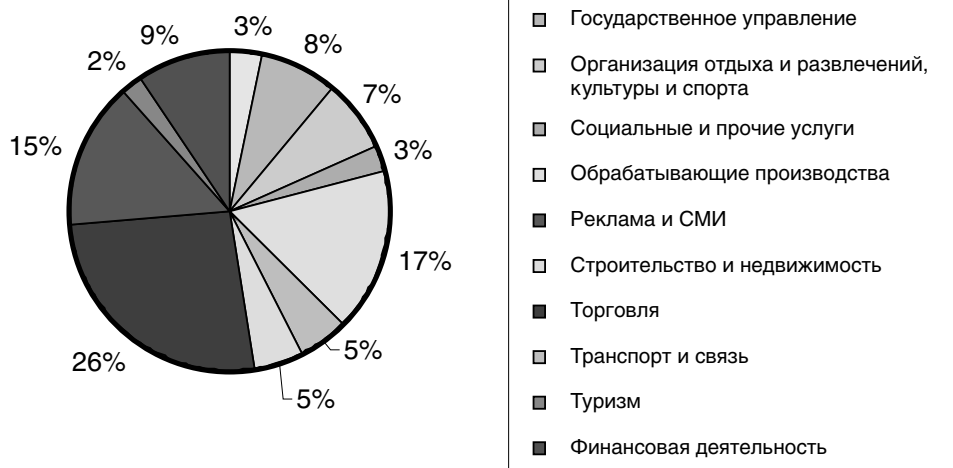


Рис. 1. Распределение организаций-респондентов по отраслям экономики (рассчитано автором)

⁶ Такер Р. Инновации как формула роста. Новое будущее ведущих компаний: пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2006; Дандон Э. Инновации: как определять тенденции и извлекать выгоду: пер. с англ. / под общ. ред. М. Б. Шифрина. М.: Вершина, 2006.

характер (рис. 1). В связи с недостаточной репрезентативностью выборки результаты исследования в отраслевом разрезе (представленные в Приложении) могут высту-

пать лишь в качестве приблизительных индикаторов. Доминирующими по количеству организаций отраслями стали: торговля (26 %), обрабатывающие производства (17 %), транспорт и связь (15 %). Значительное число организаций, вошедших в опрос, относится к следующим сферам: финансовая деятельность (9 %), государственное управление (8 %), организация отдыха и развлечений, культуры и спорта (7 %). В числе респондентов оказались также представители отраслей: строительство и недвижимость (5 %), реклама и СМИ (5 %), гостиницы и рестораны (3 %), социальные и прочие услуги (3 %), туризм (2 %).

2. «Как называется ваша должность?»

Наиболее популярные ответы на этот вопрос были следующие: специалист, экономист, менеджер, офис-менеджер, менеджер по продажам, продавец, старший продавец. С учетом российской специфики интерпретации западной терминологии, а также полученных ответов мы заключили, что должности «менеджер» и «менеджер по продажам» не связаны с управленческой деятельностью и подразумевают в первую очередь работу продавца. Таким образом, большинство респондентов занимали рядовые должности.

Статистические опросы в области управленческой деятельности часто построены на ответах топ-менеджеров⁷. Почему же было решено опросить рядовых сотрудников? Логика заключалась в том, что управление идеями — это деятельность, которая должна охватывать организацию в целом. В этом случае адекватным показателем будет именно обратная связь от рядовых сотрудников, которые способны объективно оценить эффективность действий руководства. К примеру, мнение менеджеров о работоспособности системы поощрения рационализатор-

ских предложений может оказаться ошибочным, если рядовые сотрудники утверждают, что она отсутствует.

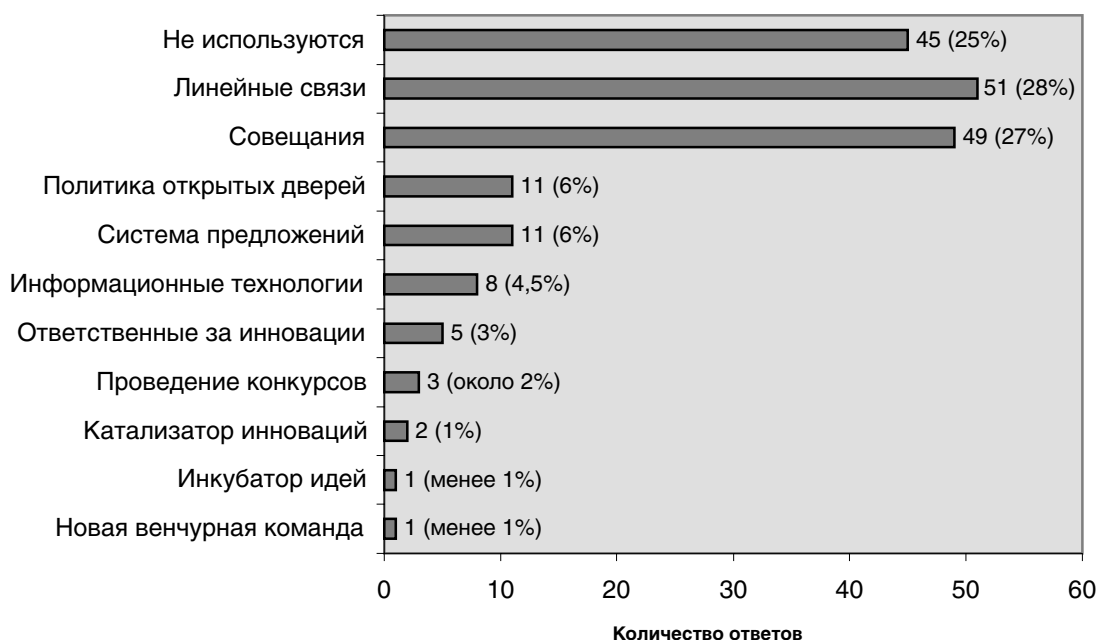
3. «Какие организационные инструменты для управления идеями используются в вашей организации?»

К организационным инструментам были отнесены всевозможные структуры или процессы, с помощью которых менеджеры управляют идеями. На рис. 2 изображена диаграмма, отражающая ответы респондентов. Было выявлено, что в 45 организациях подобные организационные инструменты не используются вообще. Это означает, что в 25 % опрошенных организаций сотрудники никаким образом не вовлечены в инновационную деятельность. При этом 51 респондент ответил, что идеи передаются по цепочке через вышестоящих начальников.

Совещание является классическим инструментом, сочетающим большинство управленческих функций — планирование, решение организационных проблем, мотивацию и контроль. 49 респондентов ответили, что в их организациях совещания используются и для доведения новых идей до руководства. Причем 34 респондента указали частоту проведения совещаний: ежедневные — 2 респондента, еженедельные — 17, ежемесячные — 15. Несмотря на то что многие организации используют совещания для высказывания идей, данный инструмент все же трудно назвать специальным для таких целей. Представляет интерес проведение отдельного исследования, посвященного влиянию частоты совещаний на эффективность и конкурентоспособность организации в целом.

Необходимо отметить, что респонденты, принимавшие участие в опросе, были подготовлены к нему теоретически. Поэтому были получены ответы, относящиеся именно к инновационной практике работы компаний. Согласно классификации американского консультанта Р. Такера, системы управле-

⁷ См., напр.: Innovation 2007. A BCG Senior Management Survey. The Boston Consulting Group, Inc., 2007, 2008.



Примечание. Суммарное количество приведенных ответов отличается от общего числа опрошенных, поскольку каждый из респондентов имел возможность указать несколько организационных инструментов. Проценты в скобках означают количество ответов по отношению к общему числу опрошенных.

Рис. 2. Организационные инструменты для управления идеями, используемые организациями-респондентами (рассчитано автором)

ния идеями в организации подразделяются на 8 типов⁸ (см. «Справку»).

Справка

Рассмотрим 8 типов систем управления идеями в организации по Р. Такеру.

«Система предложений» — сотрудники представляют свои предложения на рассмотрение комиссии, которая одобряет или отклоняет их в зависимости от установленных критериев.

«Команды непрерывного совершенствования» — постоянная командная работа функциональных подразделений над улучшением процессов и продуктов (по аналогии с «кружками качества» компании Toyota Motor).

«Политика открытых дверей» — рядовые сотрудники получают возможность представить свои идеи непосредственно руководителю организации (в обход служебной иерархии).

«Новая венчурная команда» — целевая внутри-организационная команда, задачей которой является поиск и поощрение перспективных идей, ускорение разработок и их внедрения на рынок.

«Инкубатор идей» — децентрализованное подразделение, которое разрабатывает радикальные идеи, а затем передает их в головную организацию для внедрения или продажи на рынке.

«Выдвижение и реализация идей в масштабах всей организации» — специальные группы под руководством менеджеров функциональных или продуктовых направлений, ответственных за развитие лучших идей.

«Инновационная команда» — сеть работников в масштабах всей организации, обладающих ярко выраженными новаторскими навыками, функции которых состоят в поиске и поддержке новых перспективных идей.

⁸ Такер Р. Инновации как формула роста. Новое будущее ведущих компаний: пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2006.

«Катализатор инноваций» — идеи разрабатываются и внедряются в одном из подразделений организации, после чего успешный опыт распространяется на остальные подразделения (для организаций с широкой сетью филиалов).

Наиболее популярными для российских компаний оказались «политика открытых дверей» и «система предложений» — по 11 ответов (см. «Ответ 1»).

Ответ 1. «Система предложений»

Сотрудник небольшой фирмы, занимающейся организацией и проведением праздничных мероприятий:

«Сотрудник фирмы излагает свою идею на бумаге, кладет листок в конверт и подписывает, кому он адресован: руководителю данного проекта, либо генеральному директору, либо коллеге, работающему над каким-либо проектом. Далее конверт опускается в один из специальных ящиков для новых идей, которые расположены на каждом этаже здания. Каждое утро секретарь забирает все письма из ящика, регистрирует их и отдает начальнику отдела, который на утренней планерке раздает письма сотрудникам. Письма, адресованные руководству, секретарь доносит собственноручно».

В одной из организаций, использующей «политику открытых дверей», руководитель выделяет 2 дня в неделю для приема сотрудников-новаторов (что является редкостью). Помимо этого, в двух компаниях применяется подходящая для организаций с широкой сетью филиалов система «катализатор инноваций». Шесть респондентов указали на наличие в своих организациях инновационных отделов, не назвав конкретную систему управления идеями, в рамках которой они функционируют. Финансово затратные «инкубатор идей» и «новая венчурная команда» используются лишь в одной компании, что можно трактовать как нежелание руководства конкурировать за счет инвестиций в долгосрочные проекты.

Ряд респондентов отметили факт использования информационных инструментов для управления идеями — это электронная почта, интернет-портал, внутрисетевой форум (см. «Ответ 2»).

Ответ 2. «Разнообразные организационные инструменты»

Сотрудник рекламного агентства:

«До руководства новые идеи могут доходить следующим образом:

1. Еще используется устаревший метод (решили не отказываться) — ящик предложений, туда сотрудники бросают свои именные предложения. Этот ящик открывает менеджер и самые интересные предложения отдает на рассмотрение руководителю.

2. В агентстве существует внутренний корпоративный веб-портал, по которому сотрудники отправляют свои идеи руководителю.

3. Любой сотрудник может прийти к директору со своей идеей. Руководитель считает, что одна из его основных задач как раз и состоит в том, чтобы создать среду, в которой люди с креативными идеями смогут напрямую прийти к топ-менеджеру. Для этого не стоит создавать сложные процессы».

На портале одной из организаций существует специальная веб-страница для предложений. Идеи, поступающие во внутрисетевой форум, просматривает начальник отдела кадров. В другой крупной торговой сети магазинов используются информационные стенды, что побуждает сотрудников к высказыванию предложений по улучшению работы. Среди «старомодных» управленческих инструментов двое респондентов отметили использование книг (или журналов) учета предложений, доступных каждому сотруднику.

Таковыми управленческими принципами, как делегирование полномочий и назначение ответственных лиц, большинство опрошенных организаций пренебрегает: всего лишь в пяти из них есть менеджеры, ответственные за инновации.

Таковы были наиболее популярные ответы. Проиллюстрируем ряд других интересных фактов, имеющих непосредственное отношение к управлению инновациями.

Для описания дополнительных организационных инструментов были даны следующие ответы.

В двух случаях респонденты отметили, что для поиска идей в их компаниях исполь-

зуются внешние источники, в том числе приходится прибегать к имитации (копированию чужих инноваций). Как утверждает Теодор Левитт в своей статье «Новаторское подражание», конкурентная стратегия имитации продукта не менее эффективна, чем стратегия новаторского продукта⁹.

В одной торговой компании имеются специалисты, которые помогают сотрудникам «доработать» первоначальную идею, что делает ее более привлекательной для руководства.

Вызывает интерес факт, указанный лишь одним сотрудником из крупной международной почтовой компании: мидл-менеджмент обладает финансовыми ресурсами для реализации идей своих сотрудников. Этот организационный инструмент в западной литературе называется Executive Sponsorship¹⁰ и является одной из составляющих «Концепции 12 директив», выработанной компанией Innovation Management, Inc. для повышения эффективности управления инновациями в организации¹¹. Авторы концепции полагают, что данный подход позволяет существенно повысить как скорость и качество разработки инноваций, так и конкурентоспособность предприятия в целом.

Другой респондент, работающий в государственной организации, отметил, что у них практикуется назначение авторов идей руководителями проектов.

В двух организациях идея предварительно согласовывается с сотрудниками отдела, в котором планируется ее реализовывать. В четырех организациях проводятся конкурсы на лучшую идею с вручением грамот

и поощрительных призов. В трех компаниях для генерирования идей применяется «мозговой шторм».

Такие инструменты, как бланки представления идей (либо анонимные анкеты), указали 4 респондента (см. «Ответ 3»).

Ответ 3. «Рациональный подход»

Менеджер торговой компании:

«Один раз в неделю в компании проводится совещание, где каждый сотрудник выдвигает свои идеи и предложения. Заполняется специальная анкета, в которой предлагаются вопросы по развитию торговой деятельности компании. Выдвигаются предложения по проведению различных акций, предназначенных для лучшей реализации продукции (проведение в магазинах дегустаций продукции).

Все предложенные на общем собрании идеи рассматриваются руководством и лучшие (30–50 %) разрабатываются, дополняются и реализуются».

В двух научно-производственных организациях была отмечена деятельность советов по оценке и утверждению идей.

Несколько ответов содержали негативные отзывы об управлении инновациями. В одном случае менеджеры зачастую присваивали себе идеи рядовых сотрудников. В другом — отмечалось, что при системе управления идеями «политика открытых дверей» у мидл-менеджеров возникало недовольство, когда их сотрудники сообщали свои идеи напрямую директору (минуя их самих). Также респонденты жаловались на практическую несостоятельность заявленных руководством принципов (см. «Ответ 4»).

Ответ 4. «Негативный пример»

Сотрудник динамично развивающегося торгового холдинга:

«Текущая политика компании в области инновационных предложений от сотрудников — негативная. Потенциально сотрудники могут написать служебную записку на имя директора по общим вопросам, утвердить ее у непосредственного руководителя и передать секретарю. На практике подобные предложения рассматриваются ис-

⁹ Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник. 7-е изд., перераб. и доп. М.: Маркет ДС, 2008. (Университетская серия). С. 262.

¹⁰ Patel H. Jump-Starting Innovation // Innovation Management, Inc. <http://www.innovation-management.com>

¹¹ Innovation Management, Inc. (IMI) входит в состав Monitor Group. Область интересов IMI — создание и поддержание стоимости компаний при помощи инноваций и технологий.

ключительно с точки зрения получения прибыли в краткосрочном периоде. Отсутствует стабильная практика поощрения сотрудников за внесенные и реализованные инновационные предложения».

Некоторые ответы содержали информацию о том, что управление инновациями осуществляет одно из функциональных подразделений организации: в двух случаях такие функции выполнял отдел маркетинга, а еще в одном случае — технический отдел.

Несмотря на то что задаваемый вопрос касался в большей мере организационных структур и процессов, часть респондентов упомянули и элементы организационной культуры.

Так, в двух компаниях неформальная обстановка положительно влияет на доведение идей до руководства (например, во время обеда). Один респондент отметил, что инновации поддерживаются руководством. Другой указал на то, что в его организации менеджеры лояльно подходят к ошибкам подчиненных.

Лишь в одном ответе прозвучало восхищение руководителем как лидером. Эта организация относится к сфере рекламы (см. «Ответ 5»).

Ответ 5. «Восхищение лидером»

Сотрудник небольшой организации сферы рекламы:

«Директор предприятия, очень требовательный, креативный и энергичный человек, в любое время мог оторвать от работы любого сотрудника, позвать в конференц-зал, где собирались рекламщики, и заставить думать о том, каким образом необходимо прорекламить тот или иной товар. Он мог выслушать самые нелепые и невероятные идеи, его интересовало буквально все. Он часто выходил на улицу и спрашивал у прохожих, как бы они смогли прорекламить данный товар, или просил их придумать слоган. Потом он это все записывал, обдумывал, и нередко происходило так, что уже в готовом рекламном ролике звучал слоган, который он услышал от одного из прохожих на улице.

...Руководитель постоянно работал со своими подчиненными, постоянно поддерживал с ними контакт, так что не было необходимости стучаться

в двери к руководству. Начальник был открытым и коммуникабельным человеком, который постоянно старался развиваться сам и развивать своих подчиненных».

Диаграммы, демонстрирующие распределение ответов респондентов по отраслям экономики, содержатся в Приложении.

4. «Какие методы мотивации творческой деятельности используются в вашей организации?»

Этот вопрос был задан респондентам с целью понять, осознают ли менеджеры необходимость мотивации творческой деятельности, понимают ли важность этой функции для повышения конкурентоспособности своих организаций.

Хотя вопрос касался методов мотивации творческой деятельности, большое число ответов характеризовало мотивацию рабочей деятельности в целом (рис. 3). 23 респондента (около 13 % опрошенных) ответили, что в их организациях отсутствует мотивация творческой деятельности.

Использование денежных вознаграждений стало самым популярным ответом — на это указали 69 % респондентов.

18 % организаций благодарят своих сотрудников в письменной (запись в трудовой книжке, благодарственное письмо от руководителя) или устной форме (выражение благодарности на общем собрании).

В 31 компании (17 % опрошенных) наиболее творческим работникам можно рассчитывать на карьерный рост.

Ценные подарки сотрудникам вручают в 13 организациях (7 % опрошенных).

11 респондентов (6 % опрошенных) упомянули о льготах по отношению к рабочему времени (предоставление выходных дней, дополнительного оплачиваемого отпуска), и столько же человек указали на возможность зарубежных поездок за счет работодателя.

9 респондентов (5 % опрошенных) отметили, что в их организациях оплачивают: участие сотрудников в конференциях и мастер-классах, повышение квалифика-

ции; подписки на профессиональные газеты и журналы (см. «Ответ 6»).

Ответ 6. «Поощрение информационного обмена»

Сотрудник рекламного агентства:

«В нашем агентстве поощряют участие сотрудников в различных профессиональных объединениях (технических, торговых, отраслевых), где они могут познакомиться с интересными людьми и идеями. Оплачивают членские взносы за счет агентства.

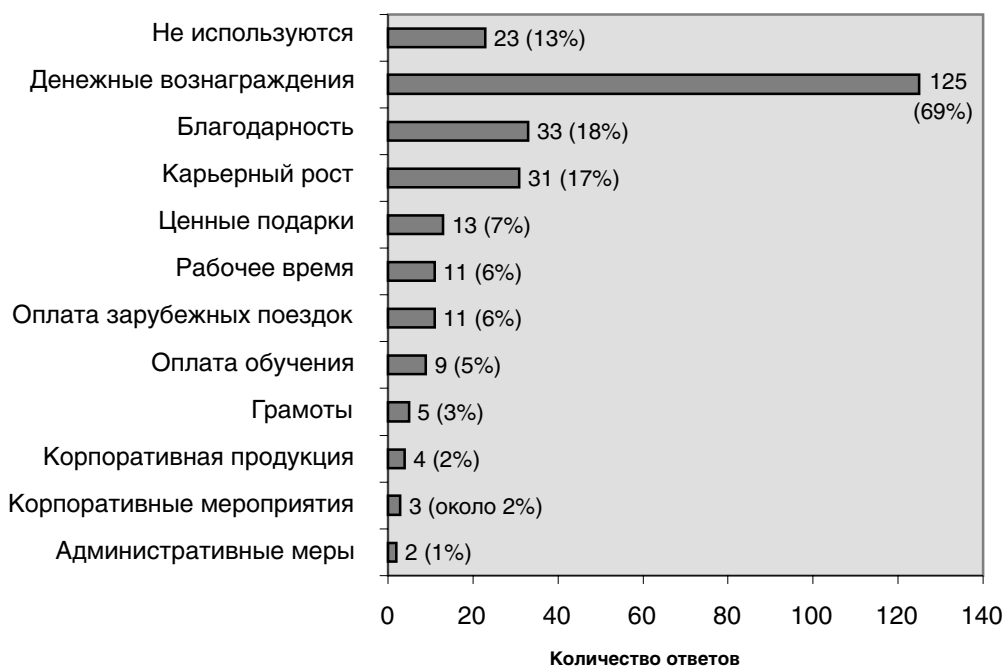
Предоставляют сотрудникам возможность посещать интересные мероприятия или проводить время вне офиса, расширяя кругозор.

Оплачивают подписку на журналы и прочие средства информации, где можно встретить интересные идеи, прочитать о новых технологиях и результатах исследований».

Менее 5 % респондентов упомянули вручение грамот, корпоративной продукции, организацию корпоративных мероприятий.

К важным методам мотивации творческой деятельности относятся такие административные меры (1 % опрошенных), как предоставление сотрудникам свободы действий при реализации инновации и назначение генераторов идей руководителями инновационных проектов.

Среди уникальных ответов были упомянуты оригинальные решения. Например, в одной из организаций сферы спорта действует так называемая 5-балльная шкала важности инновации. Каждая инновация оценивается определенным количеством баллов (от 1 до 5) в зависимости от степени ее важности для развития организации и соответствующим образом поощряется: 1 — устная благодарность при личной встрече;



Примечание. Суммарное количество приведенных ответов отличается от общего числа опрошенных, поскольку каждый из респондентов имел возможность указать несколько методов мотивации. Проценты в скобках означают количество ответов по отношению к общему числу опрошенных.

Рис. 3. Методы мотивации творческой деятельности, используемые организациями-респондентами (рассчитано автором)

2 — устная благодарность на полугодовом совещании; 3 — письменная благодарность; 4 — премия в размере 30 % заработной платы; 5 — премия в размере 100 % заработной платы или отпуск за счет компании.

В другой научно-производственной организации сотрудникам дарят значки «Заслуженный рационализатор», а также действует система авторских вознаграждений и присвоения званий.

Руководитель одного рекламного агентства с особым энтузиазмом подходит к вопросу мотивации творческой деятельности (см. «Ответ 7»).

Ответ 7. «Небывалое поощрение»

Сотрудник небольшой организации сферы рекламы:

«Начальник был очень вспыльчивым и эмоциональным человеком, поэтому однажды он сказал: "Кто выдвинет гениальную идею, от которой я буду пребывать в состоянии шока и восторга, тому я оплачу двухнедельный отпуск в Египте прямо сейчас". Такие случаи бывали, и он на полном серьезе сдерживал свои обещания. Был еще один забавный случай: кто-то из сотрудников принес ему блестящую идею, так вот он ее просто доработал, но эта идея настолько запала ему в душу, что он заплатил этому человеку премию в размере 30 000 долларов, что явилось мощным стимулом для всех остальных».

Сотрудник крупной торговой организации описал практику предоставления начальных финансовых средств на реализацию идеи (по аналогии со стартовым грантом компании 3M¹²). В одной консалтинговой компании сотрудников благодарят на интернет-сайте компании — за вклад в развитие, за достижения в инновационной сфере.

Среди других интересных ответов — ролевые игры, проводимые кадровой службой (на их основе отмечаются наиболее

талантливые и инициативные сотрудники), Доска почета, награждение акциями компании.

Диаграммы, демонстрирующие распределение ответов респондентов по отраслям экономики, приведены в Приложении.

Выводы

Несмотря на небольшое количество организаций, участвовавших в опросе, некоторые тенденции можно указать. Исследование отчасти подтвердило тот факт, что большое число руководителей еще не осознает потенциал новых идей и не связывает их с конкурентоспособностью своих предприятий. Менеджеры в крупных компаниях не стремятся быть ближе к рядовым сотрудникам, таким образом, последние не чувствуют свою вовлеченность в деятельность организации. Среди всевозможных организационных инструментов для управления идеями российские менеджеры предпочитают классические совещания. Однако встречаются и примеры использования различных систем управления идеями в сочетании с современными информационными технологиями. Что касается вопроса мотивации творческой деятельности, то чаще всего менеджеры не считают, что творческая деятельность нуждается в какой-то особой мотивации (это подтверждается ответами респондентов). В качестве положительной тенденции можно отметить разнообразие используемых в ряде организаций методов мотивации.

Литература

1. Дандон Э. Инновации: как определять тенденции и извлекать выгоду: пер. с англ. / под общ. ред. М. Б. Шифрина. М.: Вершина, 2006.
2. Инновации в бизнесе: пер. с англ. Серия «Идеи, которые работают». М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
3. Креативное мышление в бизнесе. Серия «Классика Harvard Business Review». М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.

¹² A Century of Innovation. The 3M Story // 3M Company, 2002. Режим доступа: http://solutions.3m.com/wps/portal/3M/en_US/our/company/information/history/century-innovation/

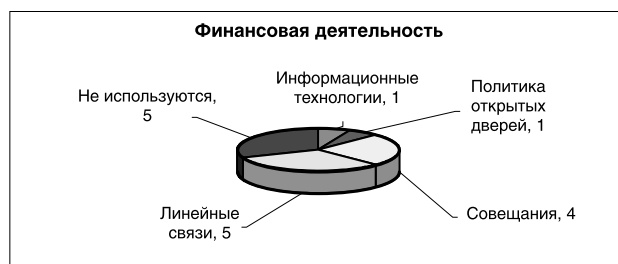
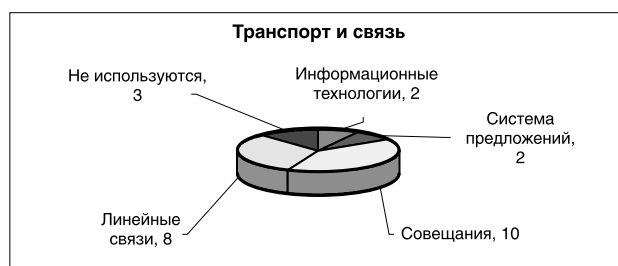
ПРИЛОЖЕНИЕ

Распределение ответов респондентов по отраслям экономики (рассчитано автором)

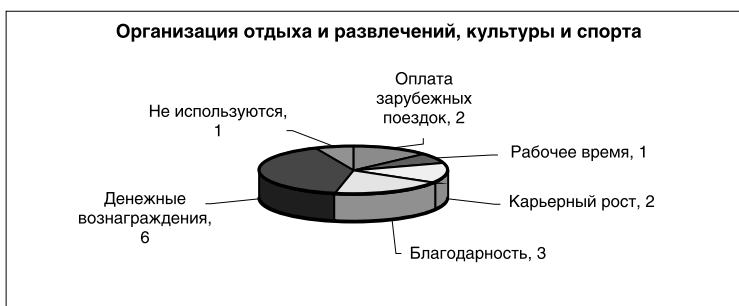
Организационные инструменты для управления идеями¹³

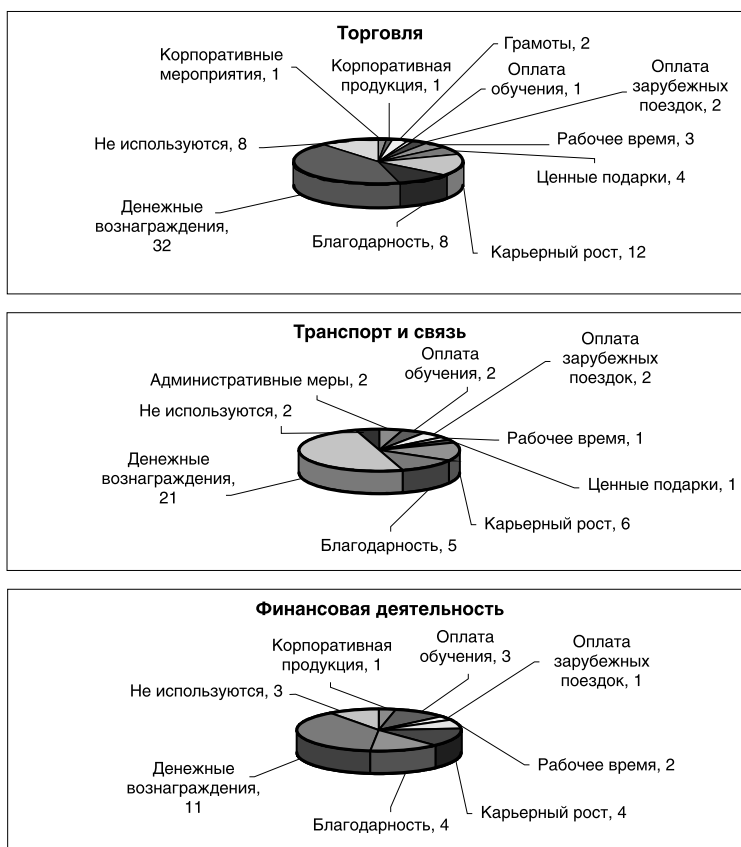


¹³ На приведенных графиках цифры после запятой означают количество ответов респондентов.



Методы мотивации творческой деятельности





4. Берг Э., Берг М. Новые бизнес-идеи, которые разрушают шаблоны: пер. с англ. / под ред. В. М. Дудникова. М.: Дело и Сервис, 2008.
5. Такер Р. Инновации как формула роста. Новое будущее ведущих компаний: пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2006.
6. A Century of Innovation. The 3M Story // 3M Company, 2002. Режим доступа: http://solutions.3m.com/wps/portal/3M/en_US/our/company/information/history/century-innovation/
7. Andrew J., Sirkin H. Payback: Reaping the Rewards of Innovation (Hardcover). Harvard Business School Press. 1 edition (January 9, 2007)
8. Innovation 2007. A BCG Senior Management Survey. The Boston Consulting Group, Inc., 2007.
9. Patel H. Jump-Starting Innovation // Innovation Management, Inc. — <http://www.innovation-management.com>
10. Von Hippel Eric. The Sources of Innovation. New York: Oxford University Press, 1997.

УДК 339.137.22

Фатхутдинов Р. А., докт. экон. наук, академик Академии проблем качества, профессор кафедры Теории и практики конкуренции Московской финансово-промышленной академии, член комитета Торгово-промышленной палаты РФ по качеству, rfathutdinov@mfpa.ru

СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

1. Различные подходы к определению понятия «конкурентоспособность» в современной литературе

Во многих диссертациях, деловой и учебной литературе имеются ссылки на работы Майкла Портера. В работе [1] М. Портер утверждает, что конкурентоспособность зиждется либо на макроэкономической политике (дефицит бюджета, валютная политика, открытие рынков, приватизация), либо на сравнительных преимуществах, обеспечиваемых за счет таких источников, как трудовые ресурсы, природное сырье или капитал. Конкурентоспособность, связанная с местоположением, главным образом обусловлена характером промышленного производства и окружения. Наличие рабочей силы, капитала или сырья не определяет успех компании, поскольку указанные ресурсы стали широкодоступными. Конкурентоспособность обусловлена скорее эффективностью, с которой фирмы на местах

используют мощности для производства товаров и услуг.

Более того, считает М. Портер, производительность и преуспевание в заданной местности определяется не тем, в каких отраслях конкурируют фирмы, а тем, каким образом они ведут конкурентную борьбу. Традиционные различия между высокой и низкой технологией, между сферой производства и обслуживания имеют мало отношения к экономике, в которой практически все отрасли могут использовать передовые технологии и высококвалифицированный персонал для достижения высокого уровня производительности.

Из этого высказывания можно сделать вывод, что М. Портер к основным факторам конкурентоспособности относит эффективность и производительность. Положение о том, что «конкурентоспособность обусловлена эффективностью», сомнительно. Скорее наоборот: создание и реализация конкурентоспособных товаров позволяет увеличивать прибыль и повышать эффек-

тивность производства. Безусловно, в конечном счете повышение эффективности позволит в будущем увеличить инвестиции в факторы конкурентоспособности и повысить конкурентоспособность продукта. В экономике все взаимосвязано. Однако, неправомерно суммировать конкурентоспособность и эффективность. Точнее говорить, что конкурентоспособность определяет конечную эффективность деятельности товаропроизводителей.

Ю. Б. Рубин в работе [25] подразделяет конкурентоспособность на *стратегическую, формальную и реальную (реализованную)*. В целом под конкурентоспособностью фирмы он понимает ее способность применять совокупный конкурентный потенциал для борьбы с соперниками и достижениями конкурентных преимуществ. Ключевое значение здесь имеет сравнительная (в сравнении с конкурентами) оценка уровня способностей субъекта использования своего конкурентного потенциала со стороны его внешнего окружения. Поэтому Ю. Б. Рубин выделяет понятия конкурентоспособности ресурсов субъектов бизнеса (*конкурентоспособности затрат*) и *конкурентоспособности фактических результатов их деятельности*, а именно *конкурентоспособности товаров (услуг)*, предоставляемых компаниями, и *конкурентоспособности компании* как таковой.

Н. К. Моисеева [2] предлагает конкурентоспособность фирмы определять как произведение индексов конкурентоспособности по товарной массе и относительной эффективности производства, т. е. объединяет, в какой-то мере, причину и следствие. Эти понятия правильнее рассматривать раздельно.

Ж.-Ж. Ламбен [3] под конкурентоспособностью фирмы понимает ее способность удовлетворять нужды потребителей лучше, чем это делают ее конкуренты. Фирма конкурентоспособна, если у нее есть конкурентное преимущество: либо она может отличать себя от конкурентов благодаря ус-

тойчивым отличительным качествам, либо имеет более высокую производительность и, как следствие, более низкую себестоимость. Других рекомендаций (понятий) по управлению конкурентоспособностью в работе нет. Не рассматриваются принципы управления, факторы конкурентоспособности и методы ее оценки. Однако, менеджмент должен быть ориентирован не на рынок (а как может быть иначе?), а на конкурентоспособность.

В популярных книгах Ф. Котлера «Маркетинг. Менеджмент» [4], М. Портера «Конкурентная стратегия» [1], А. А. Томпсона и А. Дж. Стрикленда «Стратегический менеджмент» [5] вопросы и проблемы управления конкурентоспособностью организации или товаров не рассматриваются.

Е. Г. Ясин и А. А. Яковлев в статье «Конкурентоспособность и модернизация российской экономики: начало проекта» [6] отмечают, что собственно венцом преобразований, начатых в России в 1989–1992 гг., должна стать эффективная рыночная экономика, способная обеспечить высокое благосостояние граждан и процветание страны, что возможно лишь на основе достижения мирового уровня конкурентоспособности российских товаров и услуг. В. В. Путин достижение конкурентоспособности экономики России назвал национальной идеей.

Под конкурентоспособностью товаров и услуг авторы понимают способность продавать их по рыночным ценам с нормальной прибылью. При этом следует различать *внешнюю конкурентоспособность* товаров на мировых рынках и *внутреннюю* — на внутреннем рынке. Следует также различать *конкурентоспособность по ресурсам* (по факторам достижения конкурентоспособности) и *конкурентоспособность институтов* страны (законодательство, нормы и традиции поведения, распоряжения властью, степень свободы и доверия).

Приведенные виды конкурентоспособности не в полной мере отвечают требованиям системного и комплексного подходов.

С одной стороны, рассматриваются товар и конкурентоспособность по ресурсам, а с другой — только один (институты) из десяти интегрированных факторов конкурентоспособности страны. По методике Всемирного экономического форума к остальным интегрированным факторам относятся: инфраструктура, макроэкономика, здравоохранение и начальное образование, высшее образование и обучение персонала, эффективность рынка, технологическая подготовленность, уровень развития бизнеса, инновации, охрана окружающей среды.

И. М. Лифиц [7] утверждает, что конкурентоспособность продукции — это ее способность отвечать требованиям данного рынка в рассматриваемый период.

Э. В. Минько и *М. Л. Кричевский* [8] пишут, что конкурентоспособность определяется совокупностью потребительских свойств продукции, необходимых и достаточных для того, чтобы она в определенный момент времени могла быть реализована по сопоставимым ценам на конкретном рынке.

Л. Н. Качалина [9] отмечает, что конкурентоспособность организации определяется тремя факторами: конкурентоспособностью страны и отрасли, собственным потенциалом и местом организации на мировом рынке.

Коллектив ученых под руководством *А. А. Дынкина* [10] предлагает конкурентоспособность товара определять как соотношение его цены и качества.

Е. И. Мазилкина и *Т. Г. Паничкина* [11] считают, что конкурентоспособность товара — это относительная и обобщенная характеристика товара, выражающая его выгодные отличия от товара конкурента по степени удовлетворения потребности и затратам на ее удовлетворение. Конкурентоспособность организации — это относительная характеристика, которая выражает отличие развития данной организации от конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей.

Ю. М. Осипов [12] считает, что конкурентоспособность продукции определяется совокупностью только тех конкретных свойств, которые представляют несомненный интерес для данного покупателя и обеспечивают удовлетворение данной потребности, а прочие характеристики во внимание не принимаются.

Т. Г. Философова и *В. А. Быков* [13] под конкурентоспособностью понимают способность конкурировать на рынках товаров и услуг.

А. А. Чурсин [14] под конкурентоспособностью товара определяет соотношение его качества и цены в сравнении с аналогичными или взаимозаменяемыми товарами, предлагаемыми на рынке другими продавцами. Под конкурентоспособностью организации понимается ее способность поддерживать высокие темпы экономического роста в средне- и долгосрочном плане.

И последнее: *Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)* конкурентоспособность определяет как способность компаний, отраслей, регионов и наций обеспечить сравнительно высокий уровень дохода и заработной платы, оставаясь открытыми для международной конкуренции.

Проанализируем подход к формулированию понятия «конкурентоспособность». Данное определение должно отвечать требованиям следующих научных подходов: системного (с точки зрения связи организации с внешней средой), комплексного (единства всеобщего качества и совокупных затрат), динамического (с позиций единства пространства и времени), логического (причинно-следственных связей). Ни одно из вышеприведенных определений понятия «конкурентоспособность» не отвечает всем перечисленным требованиям.

Так, требованиям системного подхода отвечают определения только *ОЭСР*, *Л. Н. Качалиной* (в состав факторов включает конкурентоспособность страны и отрасли) и *Ю. Б. Рубина* (связь с внешним окруже-

нием). Требованиям динамического подхода отвечают определения Ю. Б. Рубина (деление конкурентоспособности на стратегическую, формальную и реализованную) и А. А. Чурсина (способность поддерживать высокие темпы экономического роста в средне- и долгосрочном плане).

Требованиям логического подхода, по мнению автора статьи, не отвечает определение М. Портера (главным фактором конкурентоспособности у него является производительность, а автор полагает, что первична все-таки конкурентоспособность, а производительность или эффективность вторична). Н. К. Моисеева конкурентоспособность фирмы определяет как производство индексов конкурентоспособности товарной массы и эффективности деятельности фирмы. А Э. В. Минько и М. Л. Кричевский считают, что конкурентоспособность организации определяется эффективностью ее деятельности.

Приведем только свое определение понятия «конкурентоспособность».

Конкурентоспособность — это состояние (в статике) или способность (в динамике) субъекта со своим объектом быть лидером, успешно конкурировать со своими конкурентами на конкретном рынке в конкретное время по достижению одной и той же цели.

В качестве целей могут быть:

а) для товаропроизводителей — реализация товара в короткие сроки по оптимальной цене;

б) для персонала — получение работы, удовлетворяющей его потребности;

в) для организации не как системы, а как объекта социально-экономической системы — ведение эффективной воспроизводственной политики во всех сферах, обеспечение комплексной безопасности и достойного уровня жизни персонала, участие в жизнеобеспечении общества, решение других социальных задач;

г) для страны как объекта социально-экономической мировой системы — то же,

что и для организации, плюс обеспечение суверенитета, встраивание в мировую систему взаимоотношений и т. д.

Конкурентоспособность синтезирует в себе множество факторов: политические, правовые, технические, экологические, экономические, социальные, психологические, управленческие и др. Количество учитываемых факторов зависит от:

а) сложности и индивидуальных характеристик объекта;

б) характеристик и особенностей внешнего для объекта окружения;

в) характеристик комплекса процессов управления объектом в пространстве и во времени;

г) профессиональной и психологической (адаптационной) готовности субъекта эффективно управлять объектом на конкретном рынке (например, реализовывать конкурентоспособный товар, выполнять свою миссию);

д) параметров институциональной среды (власти) и инфраструктуры, качества правовой, налоговой, таможенной и финансово-кредитной систем, силы конкуренции на конкретном рынке и других факторов.

2. Эволюция теории и практики управления конкурентоспособностью

Как отметил М. Портер [15], проблемами конкурентоспособности в мире стали заниматься только в 80-е годы XX века. Проведем краткий анализ известных основных публикаций по этой проблеме.

В 1984 году Госстандарт СССР утвердил и издал «Методику оценки конкурентоспособности промышленной продукции» по критерию минимизации совокупных затрат за жизненный цикл продукции на единицу ее полезного эффекта (отдачи совокупности показателей качества) за тот же период.

В 1985 году В. Н. Тихоновым была издана монография «Конкурентоспособность това-

ров» с использованием критерия Госстандарта СССР и множеством примеров.

В 1986 году был сформирован Всемирный (Мировой) экономический форум (ВЭФ) и со следующего года стали публиковаться рейтинги ряда стран по конкурентоспособности. Например, в 2006 году ВЭФ оценил конкурентоспособность 125 стран по 10 интегрированным и 134 частным факторам. Россия в 2006 году была на 62-м месте (золотая середина, в пользу «акул»). Рейтинги ВЭФ не у всех ученых находят поддержку, так как около 80 % критериев определены экспертным путем.

В 1988 году Конгрессом США был уточнен и дополнен закон «О торговле и конкурентоспособности», с введением которого начался современный этап технологической политики США[16]. Этот этап характеризуется дальнейшим укреплением партнерства между федеральными, местными и частными структурами по повышению конкурентоспособности страны.

Новаторскими шагами явились программы «Передовые технологии» (поддержка рискованных, дорогостоящих и медленно окупающихся проектов) и «Партнерство в расширении производства», в рамках которой осуществляется техническое содействие модернизации деятельности более 380 тыс. средних и малых фирм США в условиях усиления глобальной конкуренции.

В 1993 году с приходом Б. Клинтона был принят документ — «Технологии для экономического роста Америки: новый курс на создание экономической мощи». Был сделан вывод, что государство должно стать гарантом экономического роста и повышения конкурентоспособности хозяйства.

В документе сформулированы три стратегические цели:

1) долгосрочный экономический рост, при котором создаются рабочие места и обеспечивается защита окружающей среды;

2) наличие эффективного производства, более чутко реагирующего на нужды граждан;

3) мировое лидерство в фундаментальной науке, математике и инженерном деле.

По первой цели, касающейся наших исследований, были поставлены пять задач:

1) создание делового климата, благоприятствующего деятельности частного сектора в области инноваций и повышения конкурентоспособности;

2) поощрение разработки и коммерциализации новейших технологий;

3) создание инфраструктуры XXI века, необходимой для поддержания промышленности США и развития торговли;

4) интеграция оборонных и гражданских производств;

5) формирование рабочей силы, способной участвовать в быстро меняющейся и основанной на знаниях экономике (это в 1993 году).

«Инвестирование в фундаментальные исследования и развитие новых технологий является важнейшей функцией правительства США», — было сказано в экономическом отчете президента Б. Клинтона Конгрессу в 1998 году.

Федеральным органом, реализующим закон США «О торговле и конкурентоспособности», является Министерство торговли США в лице Администрации по технологиям (АТ).

В состав АТ входят 3 основные службы:

1. Управление технологической политикой.

2. Национальный институт стандартов и технологий.

3. Национальная служба технической информации — центральный банк научной, технической и экономической информации, обладающий данными как по структурам производства США, так и по иностранным производствам.

В структуре Министерства торговли США, кроме АТ, также функционируют и другие службы:

1. Коммерческая служба, имеющая более 100 центров со 130 представительств в 70 странах мира, на которые прихо-

дится 95 % американского экспорта. Служба имеет единую всемирную информационную базу, проводит анализ и прогнозирование конъюнктуры на зарубежных рынках, подбирает иностранных партнеров, предварительно проверив их деловую репутацию и имидж, оказывает в своих центрах консалтинговые услуги.

2. Управление по вопросам доступа на рынки, контролю соблюдения торговых соглашений.

3. Импортная администрация, контролирующая соблюдение законодательства об антидемпинговых и компенсационных пошлинах.

4. Управление по развитию торговли на конкретных рынках в разных странах.

5. Отдел торгового и экономического анализа, который публикует ежегодники «Обзор промышленности и торговли США» и «Основные показатели внешней торговли США». Отдел осуществляет информационно-аналитическое обеспечение Министерства торговли и других правительственных органов.

6. Центр торговой информации, осуществляющий информационно-консультационные услуги.

Для всеобщей координации работ по повышению конкурентоспособности страны при президенте США [16] создан Совет по конкурентоспособности.

Российской властью ничего подобного не делается, хотя формально о проблеме повышения конкурентоспособности ее представители заговорили в 1999 году (см. послания Президента РФ), а в 2004 году В. В. Путин идею повышения конкурентоспособности России назвал национальной.

В 1988 году Торгово-промышленная палата СССР и АН СССР в ответ на меры США провели обширные исследования и опубликовали их результаты: «Проблемы конкурентоспособности экспортной продукции и маркетинг» (Методологические аспекты, ТПП СССР), «Экономическая стратегия повышения конкурентоспособности разви-

тых капиталистических стран» (ИНИОН АН СССР) и др.

Разработки ТПП СССР, АН СССР, Госстандарта СССР не были внедрены, так как они, во-первых, носили некомплексный характер, во-вторых, в стране отсутствовала конкуренция и, в-третьих, в СССР началась перестройка по-ковбойски (сначала стреляют, потом целятся). Все осталось на бумаге.

В 1989 году была открыта Швейцарская бизнес-школа *IMD World Competitiveness Yearbook*, которая стала оценивать конкурентоспособность стран. В 2006 году она определяла конкурентоспособность 55 стран по 323 критериям (показателям). Оценивались эффективность власти и бизнеса, состояние инфраструктуры, включая образование, развитие технологий, медицинского и социального обслуживания и др. В первой пятёрке лидеров расположились США, Сингапур, Гонконг, Люксембург, Дания. По оценке IMD, США с 1994 года удерживают лидерство в параде самых конкурентоспособных экономик мира.

Россия в рейтинге находится на 43-м месте, поднявшись по сравнению с 2005 годом на три ступени благодаря росту золотовалютного резерва. ВЭФ этот показатель не учитывает, поэтому, по его оценке, Россия по методике 2006 года опустилась с 53-го места в 2005 году на 62-е в 2006 году среди 125 стран из-за снижения эффективности институтов власти.

С конца XX века проблемы конкурентоспособности товаров, организаций, регионов, России стали активно исследовать Л. А. Александрова, М. И. Гельвановский, А. А. Дынкин, И. М. Лифиц, Э. В. Минько, Н. К. Моисеева, Ю. М. Осипов, Ю. К. Перский, Ю. Б. Рубин, Ю. А. Юданов, Е. Г. Ясин и многие другие.

Качеством и ресурсоемкостью продукции как важнейшими факторами конкурентоспособности автор занимается с 1964 года (в 1972 году защитил кандидатскую диссертацию по качеству продукции).

В 1994 году автор расширил количество факторов конкурентоспособности. Поскольку у автора техническое, экономическое и управленческое образование (в 1989 году защитил докторскую диссертацию по управлению эффективностью машин), то в своих исследованиях интегрировал экономические, технические и управленческие аспекты обеспечения конкурентоспособности объектов по всем стадиям их жизненного цикла. Кстати, эту идею автор опубликовал в 1983 году в монографии «Функционально-стоимостный анализ эффективности производства» (Краснодарское книжное издательство), а Министерство обороны США в 1988 году подобную идею реализовало в CALS, которая сейчас внедряется во всем мире.

Важнейшие публикации автора по факторам и методам обеспечения конкурентоспособности персонала, товаров, организаций России, на которые сделано множество ссылок в кандидатских и докторских диссертациях, учебниках, монографиях и статьях (в некоторых списках источников приводится 8 работ), включают:

1995 г.: Система управления конкурентоспособностью // Стандарты и качество. № 1.

1995 г.: Менеджмент конкурентоспособности товара: монография. М.: Бизнес-школа.

1996 г.: Система менеджмента: монография.

1996 г.: Ориентация образования на конкурентоспособность // Высшее образование в России. № 6.

1997 г.: Менеджмент как инструмент достижения конкурентоспособности // Вопросы экономики. № 5.

1997 г.: Управленческие решения; Стратегический менеджмент; Производственный менеджмент: учеб. для вузов (5–9-е изд.).

1998 г.: Инновационный менеджмент: учебник (6-е изд.).

2000 г.: Стратегический маркетинг: учебник (5-е изд.); Организация производства: учебник (3-е изд.); Конкурентоспособность:

экономика, стратегия, управление: монография.

2002 г.: Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент: монография.

2003 г.: Система обеспечения качества: учеб. пособие.

2005 г.: Стратегическая конкурентоспособность: учебник; Управление конкурентоспособностью организации: учебник (3-е изд.); Конкурентоспособность: Россия и мир. 1992–2015: монография.

2006 г.: Управление конкурентоспособностью вуза // Высшее образование в России. № 9.

2007 г.: Концепция новой теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией // Современная конкуренция. № 1.

3. Сущность цепочки: знания → качество процессов → инновации → конкурентоспособность → конкуренция → эффективность → качество жизни

В заголовке пункта для упрощения конкурентоспособность не подразделена на стратегическую и реализованную на рынке после достижения субъектом своей цели. С учетом этого дополнения упомянутая цепочка будет иметь следующий вид (рис. 1).

Анализ логической цепочки повышения качества жизни населения, в которой трудно поменять местами отдельные звенья, показывает, что субстанцией этой цепочки являются знания, конкурентоспособность российского образования. Без решения этой ключевой задачи вообще невозможно чего-либо добиться как в организации, так и в стране в целом. Систему экономической и управленческой подготовки специалистов целесообразно переводить на более высокий (на порядок выше) уровень точности и эффективности принятия стратегических

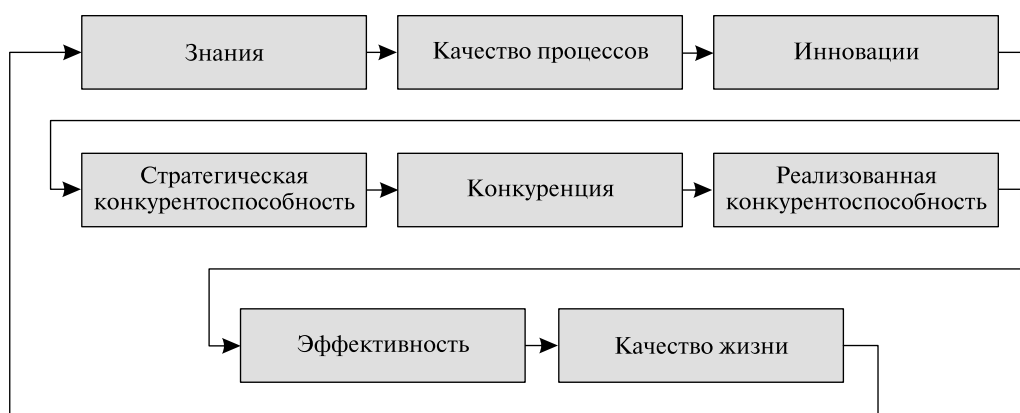


Рис. 1. Цепочка повышения качества жизни на основе конкурентоспособности

(до 20 лет) организационно-технических и социально-экономических решений, ориентированных на конкурентоспособность. Рассмотрим вкратце сущность звеньев цепочки.

Знания. В настоящее время в мире формируется концепция шестого технологического уклада, направленная на широкое внедрение нано- и биотехнологий, глобальных цифровых информационных технологий, технологий по созданию материалов с заранее заданными свойствами, новых видов энергии и т. д. Реализация новых технологий в конечном счете направлена на повышение качества и рост количества удовлетворяемых потребностей, ресурсосбережение, ускорение и повышение качества процессов, защиту окружающей среды и т. д.

В основе этих изменений лежат знания — бурно развивающаяся сфера человеческой деятельности, которой посвящено множество публикаций [17, 18].

Вопрос очень актуальный и емкий. Поэтому целесообразно всем будущим инженерам, экономистам и менеджерам преподавать курс «Экономика и управление знаниями». Приведу только некоторые определения из перечисленных источников.

М. К. Румизен [19] считает, что знания (*knowledge*) — это информация в контексте, способная произвести побуждающее

к действиям понимание. Знания могут быть явными (*explicit knowledge*) и неявными (*tacit knowledge*). *Явные знания* охватывают все те знания, о которых мы знаем, что можем их записать, сообщить другим и ввести в базу данных. Пример — этапы интенсивной медицинской терапии. Эти этапы могут быть описаны в виде подробной и точной цепочки действий, которой вы можете научить кого-то другого. *Неявные знания* — это то, о чем мы не знаем, что мы это знаем. В их состав входят разные ноу-хау, секреты мастерства, опыт, озарения, интуиция. *Управление знаниями (knowledge management)* фокусируется на том, как организация определяет, создает, сохраняет, приобретает, распределяет и применяет знания. Систематические процессы служат основой всех этих действий, позволяя воспроизводить успешные варианты.

Нет ничего более практичного, чем *хорошая теория*. В пределах вашей организации она, например, поможет решить, что для вас важно, а что нет, выбрать свою стратегию, объяснить другим людям, что вы стремитесь осуществить. И, наконец, она поможет вам понять, какими мыслями люди руководствуются в своих действиях.

Интеллектуальные работники — это мозги, а не руки. Их нанимают ради знаний, которыми они владеют. В работе им нужны информация и знания, поскольку они

применяют свои теоретические и аналитические познания. Работу они рассматривают в качестве источника удовлетворения, места для творчества. Они должны постоянно учиться и за время жизни часто успевают сделать несколько карьер, считает М. К. Румизен.

В крупных компаниях мира открывают должность *директора по управлению знаниями*. Это должностное лицо высшего ранга, роль которого состоит в усилении действия знаний, обычно благодаря программе управления знаниями. Уровень директора по управлению знаниями соответствует уровню директора по информационным технологиям, по управлению персоналом.

Б. З. Мильнер большое внимание уделяет детализации нематериальных активов, интеллектуальной собственности, трансформации знаний в успех, технологиям управления знаниями в условиях глобализации. Рассмотрим эти аспекты в ранее приведенном труде Б. З. Мильнера.

В связи с приоритетом знаний в достижении успеха в условиях ужесточения конкуренции подвергается изменениям и характер работ, выполняемых в организации. *Направления изменения характера работ* следующие: интеллектуальная работа (вместо неквалифицированной работы), инновации и инициативы, коллективная работа, проектная работа, многопрофильность, авторитет заказчика (вместо власти руководителей), координирование по вертикали и горизонтали, т. е. по специфическим функциям и процессам.

Б. З. Мильнер отмечает важность *системного подхода* к управлению знаниями, который соотносит и интегрирует организационные, человеческие и технологические компоненты знаний. Характерные особенности знания, придающие ему высокую ценность, — это его сложность, восприимчивость к изменениям, способность усваивать и организовывать новую информацию. Игнорирование элементов человеческого фактора, производственного процесса и техно-

логий вызывает различного рода ошибки и провалы.

После анализа подходов к управлению знаниями Б. З. Мильнер пришел к выводу, что деятельность компаний в этой области ориентирована либо на инновации, либо на эффективность. При этом большая часть компаний склонна ко второму подходу. Подобный вывод не в полной мере отвечает принципам логики. Ведь инновации осуществляются не ради внедрения новшества, а ради получения какого-либо эффекта. Поэтому инновации и эффективность находятся на равных в одной цепочке (см. рис. 1). Без инноваций не будет эффективности.

Интеграционный подход к управлению знаниями позволяет представить картину взаимозависимости людей, процессов и технологий. Наиболее значимым фактором является разница между управлением (руководством) и контролем. Знание не поддается точному контролю или точному определению. Работа со знанием предполагает нестандартное мышление и учет влияния различных факторов, к которым относятся:

- человеческий фактор;
- роль лидерства;
- процессы;
- технологии;
- равные условия и возможности для участников проекта по получению или развитию конкурентных преимуществ организации и ее компонентов.

Интеллектуальный капитал (нематериальные активы) организации Б. З. Мильнер подразделяет на 4 группы:

1. *Рыночные активы* — марки обслуживания, марки товаров, корпоративные марки, покупательская приверженность торговой марке фирмы, портфели заказов, механизмы распределения, деловое сотрудничество, франшизные соглашения, лицензионные соглашения и др.

2. *Интеллектуальные активы* — патенты, авторские права, программное обеспечение, права на дизайн, производственные

секреты, ноу-хау, товарные знаки, знаки обслуживания и др.

3. *Человеческие активы* — образование, профессиональная квалификация, связанная с работой, знания и умения и др.

4. *Инфраструктурные активы* — корпоративная культура, управленческие процессы, информационные технологии, сетевые системы связи, отношения с финансовыми кругами, стандарты и др.

В соответствии с международным правом и российским законодательством к интеллектуальной собственности относятся:

А. *Объекты промышленной собственности* — патенты на изобретения, свидетельства на полезные модели, патенты на промышленные образцы, свидетельства на товарные знаки (знаки обслуживания), фирменные наименования (свидетельства о регистрации юридического лица), свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара.

Б. *Объекты авторского права* — научные публикации (диссертации, монографии, учебники, статьи, отчеты), литературные, драматические, музыкальные, сценарные, хореографические, аудиовизуальные произведения, произведения живописи, скульптуры, графики, дизайна, изобразительного искусства, декоративно-прикладного искусства, архитектуры, градостроительства и садово-паркового искусства, фотографии произведения, географические и геологические карты и планы, программы для ЭВМ и базы данных, технологии интегральных микросхем и другие авторские произведения.

В. *Ноу-хау (секреты)* — коммерческие, технологические, технические, финансовые, организационные, медицинские, биотехнологические секреты, которые не подлежат оформлению в виде других объектов собственности.

Выделяются следующие этапы приобретения и усвоения новых знаний для достижения новых успехов, новых конкурентных преимуществ:

- определить, какие знания нужны;
- собрать знания, методы, опыт квалифицированных работников;
- выбрать, упорядочить знания, оценить их;
- хранить знания после соответствующей классификации;
- распределить знания на практике;
- создать новые знания на основе диагностики, исследований и разработок;
- продать лишние интеллектуальные продукты.

Монография В. В. Глухова, С. Б. Коробко, Т. В. Марининой «Экономика знаний» состоит из 17 глав, посвященных государственной научно-технической политике, классификации объектов знаний, менеджменту знаний, анализу интеллектуального потенциала, интеллектуальной собственности, определению экономической эффективности исследований и разработок, управлению научно-техническими программами, их моделированию, оценке международных научных программ.

Авторы монографии приводят *методику экспертной оценки интеллектуального потенциала сотрудника и организации в целом*.

Показателями интеллектуального потенциала сотрудника являются:

1. Образование:
 - 1.1. Уровень базового образования.
 - 1.2. Уровень научной квалификации.
 - 1.3. Уровень дополнительного профессионального образования.
2. Имеющиеся научные результаты:
 - 2.1. Масштаб публикаций.
 - 2.2. Масштаб инновационных результатов (патентов, изобретений).
 - 2.3. Масштаб научных (конструкторских) работ.
3. Умения:
 - 3.1. Опыт нестандартных инженерных и научных решений.
 - 3.2. Умение комплексного решения проблемы (задачи).

3.3. Осведомленность о современном состоянии соответствующей области знаний.

Каждый из показателей экспертами (экспертная комиссия должна быть численностью около 7 человек) оценивается в интервале от 0 (качество отсутствует) до 10 (качество проявляется в полной мере).

В качестве показателей для оценки *интеллектуального потенциала организации* рекомендуются следующие:

1. Имеющийся объем знаний:
 - 1.1. Новизна выпускаемой продукции.
 - 1.2. Новизна используемых технологий.
 - 1.3. Новизна используемого оборудования.
2. Интеллектуальный уровень сотрудников:
 - 2.1. Квалификационная оценка менеджмента.
 - 2.2. Квалификационная оценка инженерных служб.
 - 2.3. Квалификационная оценка рабочих кадров.
3. Оценка инновационной деятельности:
 - 3.1. Инновационная сложность разработок.
 - 3.2. Масштаб имеющихся инженерных опытных работ и проектов.
 - 3.3. Уровень конкурентоспособности организации.

В инновационной деятельности возможны *четыре стиля мышления*:

- *генерирующий* — выявление с применением научных подходов (системного, комплексного, функционального и др.) проблемы, поиск фактов и разработка проекта по решению проблемы;

- *концептуальный* — определение на основе абстрактного мышления проблемы, поиск идей и выбор варианта их реализации;

- *оптимизирующий* — формулирование и оценка идей, их отбор и планирование реализации;

- *исполнительский* — обучение на личном опыте, согласование, утверждение и исполнение проекта.

Качество процессов. *Процесс* — ход, развитие какого-либо явления, логическая очередность осуществления, выполнения или развития чего-нибудь. Например, логистический процесс, производственный процесс, воспроизводственный процесс.

В теории управления в настоящее время нет единой точки зрения относительно взаимосвязей функционального и процессного подходов к управлению организацией. Одни утверждают, что выполнение каких-либо работ можно организовать только на основе функционального подхода, а процессный подход излишен. Другие считают, что на место функционального подхода пришел более современный и более эффективный процессный подход.

Для подтверждения данной точки зрения ниже приведены понятия этих подходов.

Функциональный подход — это подход, предусматривающий выполнение функциональными службами организации (например, отделом главного технолога) функции или услуги одного профиля по всем производственным подразделениям, нуждающимся в ней. Услуга, выполняемая одной функциональной службой, пронизывает сверху вниз (от руководителя этой службы до конкретного рабочего места) аналогичные производственные процессы *по всем видам* выпускаемой организацией продукции. Другая функциональная служба выполняет вторую функцию. Таким способом осуществляется функциональная специализация, дающая эффект за счет централизации и использования эффекта масштаба. Функциональные службы выполняют специфические функции управления.

Процессный подход — это методология и практика отбора конкурентоспособных компонентов входа фирмы, организация их движения по горизонтали до выхода и преобразования в конечный продукт во исполнение функциональных технологий. Техно-

логии регламентируют выполнение подготовительных, преобразующих и заключительных производственных процессов, а также организацию трудовых, логистических, вспомогательных и обслуживающих процессов. Технологии разрабатываются функциональными службами организации, реализуются ее производственными, вспомогательными и обслуживающими подразделениями.

Таким образом, процессный подход направлен на осуществление производственных процессов по выпуску продукции по горизонтали, а функциональный подход — на комплексное обеспечение производства по вертикали. Они составляют единое целое, матрицу.

Для выпуска продукции необходимо выполнять логистические, трудовые, производственные процессы. В свою очередь, производственные процессы следует подразделять на подготовительные, преобразующие, заключительные, вспомогательные и обслуживающие процессы. Для организации процессов по горизонтали от входа до выхода необходимо назначать генеральных конструкторов или маркетологов по продуктам (группе однородной продукции). Для исполнения всех процессов необходимо выполнять специфические функции управления организацией. Виды специфических

функций и производственных процессов по каждому продукту представлены в табл. 1. По каждому процессу выполняется большинство специфических функций, по каждой специфической функции — все общие, а по каждой общей — все всеобщие функции.

Взаимосвязи (матрица) специфических функций управления организацией и производственных процессов по видам продукции показаны на рис. 2.

Семь соединений «а» на рис. 2 характеризуют свободный доступ любого подразделения организации, непосредственно занятого выпуском продукции (2.1–2.7), к информации и услугам, оказываемым ее службами и отделами (1.1–1.17). То, какие, в каком объеме, когда и где предоставлять соответствующие услуги производственным подразделениям организации и каким образом, устанавливается производственными технологиями по согласованию с руководителями соответствующих служб и отделов, а также с главным менеджером — руководителем Центра управления организацией.

Генеральные конструкторы проектов (маркетологи, менеджеры) по видам продукции (А, Б, N) имеют доступ к информации всех специфических функций управления по вертикали и по своей продукции

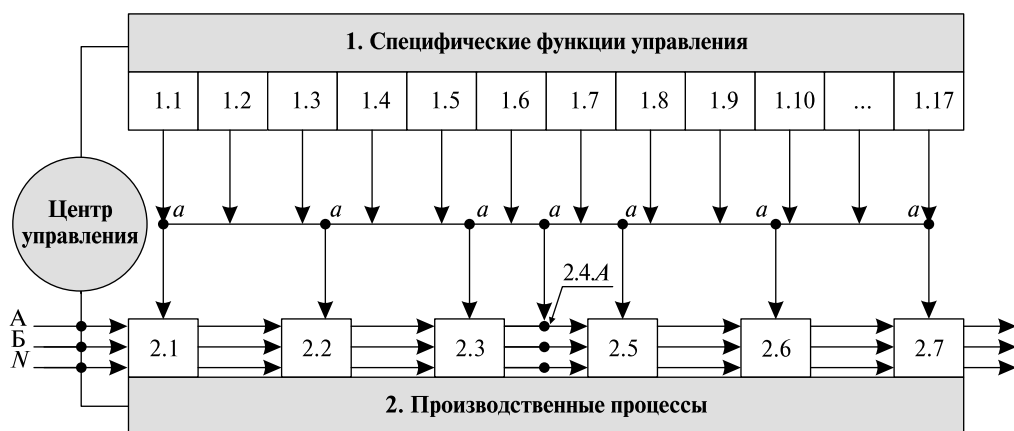


Рис. 2. Взаимосвязи (матрица) специфических функций управления организацией и производственных процессов по видам продукции (обозначения см. по табл. 1)

Таблица 1

**Перечень специфических функций управления
и производственных процессов по видам продукции**

Функции, процессы, продукты	Виды специфических функций управления и производственных процессов по выпуску продукции
1. Специфические функции управления организацией (по вертикали)	1.1. Правовое обеспечение
	1.2. Нормативно-методическое обеспечение
	1.3. Ресурсное обеспечение
	1.4. Информационное обеспечение
	1.5. Социальное обеспечение
	1.6. Обучение и управление персоналом
	1.7. Психология управления
	1.8. Маркетинг
	1.9. Инновации
	1.10. Инвестиции
	1.11. Финансы, учет и аудит
	1.12. Управление качеством
	1.13. Ресурсосбережение
	1.14. Комплексное развитие
	1.15. Обеспечение безопасности
	1.16. Охрана окружающей среды
	1.17. Организация сервиса потребителей и др.
2. Виды производственных процессов по выпуску продукции (по горизонтали)	2.1. Трудовые процессы
	2.2. Обслуживающие процессы
	2.3. Логистические процессы
	2.4. Вспомогательные процессы
	2.5. Подготовительные процессы
	2.6. Преобразующие (основные процессы)
	2.7. Заключительные процессы
3. Генеральные конструкторы (маркетологи, менеджеры) по видам продукции	А — генеральный конструктор (маркетолог, менеджер) по первому виду продукции
	Б — то же по второму виду
	И — то же по продукции И

от первого до последнего вида процесса (2.1–2.7) по горизонтали. Они же обязаны «вести» изготовленную продукцию по дальнейшим стадиям ее жизненного цикла, вплоть до утилизации.

Главным условием повышения качества процессов является соблюдение *принципов рационализации процессов*, которые приведены в табл. 2. Более подробно эти вопросы изложены в [20].

Инновации. Вопросам инновационной деятельности уделено много внимания как в России, так и за рубежом, так как инновационная активность в стране определяет ее конкурентоспособность [21]. *Новшество* — это объект интеллектуальной собственности (актива), *инновация* — результат внедрения новшества.

Поэтому опишем только суть стратегии инновационного прорыва, которую разработали Б. Н. Кузык и Ю. В. Яковец [22].

Авторы пишут, что в ближайшие годы перед учеными, государственными деятелями, деловыми лидерами встанет историческая задача (и ответственность) выбора долгосрочной стратегии развития страны на первую половину наступившего столетия. Достаточно четко прорисовываются контуры двух вариантов этой стратегии — инерционно-рыночного и инновационно-прорывного.

Инерционно-рыночная стратегия покоится на идеологии неоллиберализма и рыночного фундаментализма, уповает на всемогущество рынка при пассивной роли государства, отказавшегося от выполнения своей стратегической инновационной функции, на дальнейшее открытие экономики для транснациональных корпораций, использующих страну как источник энергосырьевых ресурсов и рынок сбыта своей продукции. Следствиями такой стратегии будут: откатывание страны на периферию мирового научно-технического и экономического прогресса, дальнейшая потеря конкурентоспособности экономики и ее подчинение авангардным странам и транснациональ-

ным корпорациям, новые бедствия для истощенного предыдущими экспериментами большинства населения, растущая угроза потери суверенитета страны.

Мы стоим на позиции необходимости выбора и реализации *стратегии инновационного прорыва*, концентрации усилий народа, государства, бизнеса, на освоении принципиально новых, конкурентоспособных технологий и продуктов, инновационного обновления критически устаревшего производственного аппарата, перехода к инновационному пути развития страны, повышению роли и ответственности государства за выбор и реализацию стратегии, за освоение и распространение новых поколений техники и технологий, за эффективность интеграционных процессов, за содействие повышению инновационной активности предпринимателей, ученых, конструкторов, инженеров, молодого поколения, которому предстоит принимать судьбоносные решения и осуществлять их в предстоящие десятилетия. Только на этой основе можно обеспечить высокие темпы экономического роста и социального развития.

Добавим, что для разработки и реализации стратегии инновационного прорыва и возрождения России нужны: политическая воля, деньги, знания, умения и настойчивость всех членов общества.

Конкурентоспособность. Конкурентоспособность любых объектов можно повысить только путем инновации (внедрения, применения) покупных либо собственных новшеств в области повышения качества любых процессов, как на макроуровне (образовательные, политические, законодательные, воспроизводственные и др.), так и на микроуровне (маркетинговые, инновационные, инвестиционные, производственные и другие процессы). Поскольку конкурентоспособность синтезирует и интегрирует множество различных факторов, эффективную инновационную деятельность можно осуществлять только с применением инструментов конкурентоспособной экономики.

Таблица 2

Принципы рационализации процессов

Наименование принципа	Сущность принципа (что это такое)	Результативность принципа (что это дает)	Условия реализации принципа (что нужно для этого)
1. Правовая регламентация производственных и управленческих процессов	Экономико-правовая регламентация производственных и управленческих процессов нормативными актами различного уровня и видов: 1) система нормативных документов международного уровня (ООН, ИСО, МЭК, МАГАТЭ и др.); 2) системы (кодексы) законов по видам права; 3) нормативные акты исполнительской власти всех уровней; 4) приказы, распоряжения, стандарты организации и т. п.	Реализация (соблюдение) принципа позволит организации участвовать в международной кооперации, внедрять мировые достижения в управление, снижать субъективизм в управлении	Для реализации принципа необходимо разработать комплект нормативных актов различного уровня иерархии (лучше начиная с международного), регламентирующих правовые аспекты производственных и управленческих процессов
2. Совершенствование системы управления организацией	Система менеджмента организации — система достижения конкурентоспособности управляемых объектов, состоящая из внешнего окружения и внутренней структуры. При анализе уровня конкурентоспособности стран Всемирным банком и МВФ отмечен низкий уровень системы управления в России	Совершенствование системы менеджмента организации с применением инструментов конкурентоспособной экономики позволит повысить качество и эффективность системы управления. В системном подходе первичным является внешнее окружение системы, а вторичным — ее внутренняя структура	Для реализации принципа персоналу организации необходимо пройти курс повышения квалификации по «Управлению конкурентоспособностью»
3. Применение научных подходов к процессам	К научным подходам относятся системный, структурный, маркетинговый, воспроизводственно-эволюционный, функциональный, нормативный, комплексный, интеграционный, динамический, процессный, оптимизационный, директивный, поведенческий, ситуационный и др.	Применение научных подходов к разработке и реализации управленческих решений позволит повысить организованность и эффективность производственных и управленческих процессов, экономно использовать ресурсы и повысить качество выпускаемой продукции	Для реализации принципа руководству необходимо организовать обучение персонала этим научным подходам, контролировать и стимулировать их применение

Продолжение табл. 2

Наименование принципа	Сущность принципа (что это такое)	Результативность принципа (что это дает)	Условия реализации принципа (что нужно для этого)
4. Обеспечение инновационного характера развития организации	Развитие на основе разработки новшеств (патентов, ноу-хау и т. д.) и их внедрение (т. е. инновации) ради улучшения деятельности в любой сфере, получения технического, экономического, социального эффекта и др. Процессы по инновациям должны быть приоритетными	Наряду с предыдущими принципами соблюдение данного принципа ведет к переходу организации из ряда отстающих в разряд конкурентоспособных. В развитых странах на долю научно-технического прогресса приходится 85 – 95 % прироста валового внутреннего продукта	Для реализации принципа необходимо активизировать инновационную деятельность (начиная с системы образования и формирования государственной инновационной политики). Средства от продажи сырья и инвестиции должны прежде всего направляться на разработку новшеств и их внедрение
5. Ориентация процессов на качество	Качество любых объектов (товаров, работ, услуг, документов, процессов и т. д.) является приоритетным фактором конкурентного преимущества организации	Позволяет повысить конкурентоспособность управляемых объектов (на первом уровне дерева конкурентоспособности находятся качество объекта, его цена, затраты в сфере потребления и качество сервиса в соотношении 4:3:2:1)	Для реализации принципа необходимо: 1) из состава показателей качества вывести показатели ресурсоемкости; 2) разработать системы показателей качества различных объектов; 3) увязать проблему качества с другими проблемами по вертикали и горизонтали; 4) обучить персонал системе обеспечения качества
6. Обеспечение адаптивности производственных и управленческих процессов	Приспособление компонентов производственных и управленческих процессов к изменениям параметров внешнего окружения или внутренней структуры организации	Позволяет быстро осуществить перестройку производственных и управленческих процессов под новые требования потребителей на выходе системы или ее подсистемы (отдела, цеха и т. п.)	Строить производственные и управленческие процессы из легкозаменимых блоков, ориентированных на выполнение конкретной работы, мониторинг параметров внешнего окружения и внутренней структуры системы
7. Подбор команды профессионалов	Команда, в которой каждый знает свое дело, знает, почему и как его выполнять, что оно дает коллективу и лично ему	Позволяет повысить организованность, надежность и эффективность функционирования организации	Готовить профессионалов в вузах, ориентированных на выпуск конкурентоспособных специалистов

Продолжение табл. 2

Наименование принципа	Сущность принципа (что это такое)	Результативность принципа (что это дает)	Условия реализации принципа (что нужно для этого)
8. Обеспечение сопоставимости управленческих решений	Сопоставимость управленческих решений должна обеспечиваться путем учета следующих факторов: качество объекта, масштаб его производства, освоенность, метод получения информации, условия применения, инфляция, риск и неопределенность	Позволяет повысить качество и эффективность управленческого решения как «позвоночника» менеджмента	Научить менеджеров методам формирования качественных управленческих решений, автоматизировать мониторинг параметров внешнего окружения организации и ее внутренней структуры
9. Рациональное сочетание централизации и универсализации процессов	Централизация — принятие управленческих решений центральными (специализированными функциональными отделами) и их реализация производственными органами управления. Универсализация — принятие и реализация решений комплексными (универсальными, многофункциональными) отделами или производственными подразделениями	Излишняя централизация отрывает субъект управления от объекта, а излишняя универсализация повышает трудоемкость работ. Поэтому желательно находить оптимум при помощи построения графика критической программы на основе расчета постоянных и переменных частей расходов	Автоматизировать калькулирование себестоимости каждого наименования работ в массовом или крупносерийном производстве, применить экономико-статистические и нормативные методы расчета элементов затрат в мелкосерийном и единичном производствах
10. Рациональное сочетание методов управления персоналом	В зависимости от степени свободы объекта управления методы следует подразделять на три вида: принуждение, побуждение и убеждение (при применении последнего объект управления имеет максимальную свободу)	Правильный выбор соотношения применяемых методов управления позволяет оптимизировать управленческие процессы. Предлагается соотношение видов методов управления 4:4:2, т. е. приоритет должен отдаваться методам принуждения и побуждения	Провести исследования по оптимизации структуры методов управления персоналом организации. Неправомерно говорить, например, о переходе от административных (точнее, директивных) методов управления к социально-психологическим методам (точнее, методам убеждения)
11. Ранжирование объектов управления	Установление важности (весомости) данного объекта управления по сравнению с другими по какому-либо критерию (качеству, эффективности, срочности и т. п.)	Позволяет направлять ресурсы (финансовые, трудовые, информационные и др.) на обеспечение процессов, связанных с наиболее эффективным объектом	Разработать оптимизационные модели ранжирования различных объектов по разным критериям

Продолжение табл. 2

Наименование принципа	Сущность принципа (что это такое)	Результативность принципа (что это дает)	Условия реализации принципа (что нужно для этого)
12. Персонализация управления и стимулирование результатов труда	Установление системы управления, в которой: каждый работник знает свою сферу деятельности; документирован круг его обязанностей; у него — один начальник; труд достаточно мотивирован; работник несет ответственность за эффективность на выходе системы в процессе потребления результатов его труда	Позволяет повысить обоснованность системы поощрения и наказания в зависимости от качества труда каждого работника в целях повышения эффективности производства	Разработать и внедрить простую систему поощрения и наказания каждого работника за результаты труда
13. Обеспечение восприимчивости процессов управления	Восприимчивость системы управления — это ее способность воспринимать внешние и внутренние воздействия на объект управления	Восприимчивость управления позволяет увеличивать число управляемых параметров и повышать степень определенности системы. При этом следует отличать целенаправленные воздействия от случайных	Для обеспечения восприимчивости управления следует применять нормативный подход, повышать адаптивность структуры и процессов к внешним воздействиям (возмущениям)
14. Обеспечение информативности процессов управления	Информативность процесса управления характеризуется достаточностью качественной информации для нормального протекания управленческих процессов	Информация как «кровь» системы позволяет питать управление, устанавливать различные закономерности, принимать и реализовывать качественные управленческие решения	Для обеспечения информативности процессов управления необходимо классифицировать и кодировать различные параметры (факторы) управления, структурировать системы показателей, автоматизировать сбор и обработку информации
15. Автоматизация процессов	Протекание процессов без прямого участия человека. Человек выполняет функции разработчика процессов, оператора и регулятора	Автоматизация позволяет значительно увеличить число управляемых параметров, повысить качество управления, снизить его трудоемкость при вынужденном увеличении объема инвестиций в автоматизацию	Для повышения уровня автоматизации процессов нужны средства и обоснованный инновационный проект по автоматизации

Продолжение табл. 2

Наименование принципа	Сущность принципа (что это такое)	Результативность принципа (что это дает)	Условия реализации принципа (что нужно для этого)
16. Обеспечение оперативности управления	Оперативность управления — это способность субъекта или объекта управления вовремя и быстро реагировать на целенаправленные или случайные воздействия	Оперативность управления позволяет обеспечить адаптивность и восприимчивость процессов управления к внешним возмущениям	Для обеспечения оперативности управления следует повышать уровень автоматизации производства и управления на основе унификации, стандартизации и агрегатирования
17. Регламентация процессов	Установление правил, методов, процедур, технологий, регламентов управления какими-либо процессами	Регламентация процессов позволяет обеспечить их целенаправленность, обоснованность, перспективность, эффективность (при соответствующих затратах на регламентацию)	Регламентация требует значительных единовременных затрат на разработку конкретной формы регламента. Чем выше повторяемость (масштаб) процессов, тем выше должен быть уровень их регламентации
18. Обеспечение пропорциональности процессов	Процесс пропорционален, когда отдельные его компоненты находятся в определенном количественном соотношении. В соответствии с законом наименьших в организации производства в сопряженных подсистемах наилучшим является равное соотношение параметров (например, по производительности, мощности и т. п.)	Обеспечение пропорциональности процессов позволяет эффективно использовать ресурсы за счет полной загрузки производственных мощностей и трудовых ресурсов, технических средств и информации. Основными направлениями обеспечения пропорциональности являются: проектно-конструкторское, технологическое, организационное	Для обеспечения пропорциональности процессов необходимо проводить оптимизационные расчеты: загрузки технологического оборудования, надежности разрабатываемых объектов и подсистем организации, их производительности (пропускной способности). Для условий крупносерийного и массового производства выполняются детальные оптимизационные расчеты, а для условий единичного производства — укрупненные расчеты
19. Обеспечение прямооточности процессов	Прямоточность характеризуется оптимальностью пути прохождения предмета труда, информации и т. п., исключающей бессмысленные возвращения на старое место из-за неорганизованности работника или процесса	Обеспечение прямооточности процессов позволяет сокращать длительность производственных и управленческих циклов в производстве и времени	Для обеспечения прямооточности процессов необходимо выполнять оптимизационные расчеты маршрутов прохождения предметов труда, информации и других объектов

Окончание табл. 2

Наименование принципа	Сущность принципа (что это такое)	Результативность принципа (что это дает)	Условия реализации принципа (что нужно для этого)
20. Обеспечение непрерывности процессов	Непрерывность процесса характеризуется степенью оптимальности плановых перерывов и отсутствием внеплановых перерывов	Обеспечение непрерывности процессов позволяет сокращать длительность производственных и управленческих циклов по времени	Для обеспечения непрерывности процессов следует повышать уровень их автоматизации, применять методы оптимизации в планировании и организации производства
21. Обеспечение параллельности процессов	Параллельность процесса характеризуется степенью совмещения операций во времени. Чем больше совмещений, тем сложнее организация процесса, но меньше его длительность	Обеспечение параллельности процессов позволяет сокращать длительность производственных и управленческих циклов во времени. Наиболее распространенным видом сочетания операций является параллельно-последовательное	Для обеспечения параллельности процессов необходимо составлять процессные модели, оперограммы, ленточные графики протекания процессов во всех типах производства
22. Обеспечение ритмичности процессов	Ритмичность характеризуется равномерностью чередования одних и тех же операций во времени, комплекса работ в заданный календарный период и т. п.	Обеспечение ритмичности процессов позволяет равномерно загружать рабочие места во времени, лучше координировать их взаимодействие в пространстве и времени, снижать брак в работе, повышать ее качество	Для обеспечения ритмичности процессов необходимо повышать качество технологических и организационных проектов, искать конкурентоспособных, надежных поставщиков, повышать надежность технологического оборудования и обеспечивать пропорциональность процессов, повышать дисциплину труда

Конкурентоспособность, в свою очередь, является неперенным условием повышения эффективности народно-хозяйственного комплекса и каждой организации в отдельности. Неконкурентоспособный товар покупатели не будут покупать, изготовитель не окупит свои затраты и не получит прибыли для эффективного воспроизводства общества, организации и персонала. Необходимо все (политику, образование, экономику, управление, качество, маркетинг, менеджмент и т. д.) ориентировать на конкурентоспособность. Все до предела логично. Однако «воз и ныне там», никто из власти имущих практически не занимается конкурентоспособностью России, ее воспроизводственные и конечные социально-экономические показатели продолжают ухудшаться.

Эффективность. В конечном счете повышение конкурентоспособности персонала, товаров, организации, отраслей, регионов и страны в целом должно привести к повышению эффективности воспроизводства всех отраслей народно-хозяйственного комплекса, эффективности человеческого, научно-технического, производствен-

ного, природно-ресурсного потенциала и т. д. Высокая эффективность определяет высокий уровень качества жизни населения.

Формирование принципов, структур и содержания различных политик федерального уровня (экономической, воспроизводственной, образовательной, инновационной и др.) не входит в задачи данной работы. Поэтому остановимся только на четырех моментах:

- 1) системе показателей работы государственной власти;
- 2) качестве нормативно-правового обеспечения функционирования и развития народно-хозяйственного комплекса;
- 3) методике оценки эффективности инвестиционных проектов;
- 4) финансовом менеджменте.

В настоящее время *отсутствует система показателей эффективности работы государственной власти*. Каждое министерство, ведомство само определяет свои функции и показатели, которые оно курирует (но не несет ответственности за плохую работу). Поэтому за 15 лет численность чиновничьего аппарата увеличилась более чем в 2,5 раза (1 чиновник на 100 человек населения), их доходы — в несколько раз, а эффективность работы, судя по воспроизводственным и конечным социально-экономическим показателям, снизилась более чем в 2 раза. Власть работает в убыток обществу (но не себе). Научной общественности (а не власти) необходимо с применением инструментов конкурентоспособной экономики *разработать систему показателей эффективности работы государственной власти по отраслям, разделам и проблемам*. Эта система должна пройти широкую экспертизу и быть утверждена в форме федерального закона. Сейчас государственная власть, похоже, отвечает только за три показателя: ВВП, инфляция, профицит.

Качество нормативно-правового обеспечения функционирования и развития народно-хозяйственного комплекса не отвечает требованиям рыночных отношений [23].

Нет ключевых законов, определяющих эффективность и качество жизни населения: «Об эффективности работы государственной власти», «О конкурентоспособности и торговле», «О качестве институтов власти», «О борьбе с nepoтизмом, фаворитизмом и коррупцией», «О промышленной политике», «Об инновационной политике», «О качестве жизни» и др.

Остановимся кратко на качестве методики оценки эффективности инвестиционных проектов и финансового менеджмента.

«Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов» от 21 июля 1999 года (М.: Экономика, 2000) упрощают два вопроса:

- 1) обеспечение сопоставимости вариантов решений;
- 2) унификация методик оценки эффективности.

На взгляд автора, целесообразно альтернативные варианты решений приводить в сопоставимый вид по восьми факторам:

- времени;
- качества объекта;
- масштаба производства;
- освоенности товара в производстве;
- метода получения информации;
- условия применения объекта;
- инфляции;
- риска и неопределенности.

Риск — это вероятность достижения положительного или отрицательного проектного результата в зависимости от действий внешних и внутренних факторов, определяющих степень неопределенности объекта и субъекта риска или процесса по их функционированию.

С позиций системного подхода неправомерно по унифицированной методике определять эффективность инвестиций, осуществляемых на входе действующего объекта, в процессе и на выходе, так как там разные условия, объекты, цели и т. д. Следовательно, должны быть три методики [24].

Финансовый менеджмент следует подразделять на стратегический и тактический (рыночный). Стратегический финансовый менеджмент должен научить финансистов и менеджеров зарабатывать на основе прогнозирования эффективного воспроизводства товаров и других объектов для конкретных рынков в конкретное время. На следующем этапе необходимо проводить синтез, и только потом — анализ и установление рациональных потоков. Обучение упрощенным методам управления финансами в статике ничего не даст. Финансовый менеджмент необходимо ориентировать на конкурентоспособность.

Инструментом повышения качества финансово-учетных процессов является повсеместное внедрение международных стандартов финансовой отчетности (МСФО), которые были приняты постановлением Правительства РФ № 283 от 6 марта 1998 года. *К критериям оценки качества информации, включаемой в МСФО, относятся:*

- прозрачность при принятии экономических решений, отражающих прошлое, настоящее и будущее оцениваемого события;
- достоверность;
- преобладание сущности перед формой;
- нейтральность в обеспечении надежности информации, независимость от лица, применяющего ее;
- объективность;
- сопоставимость информации предприятия с аналогичной информацией других предприятий данной отрасли.

В настоящее время действует около 40 МСФО.

Качество жизни. В учебной и деловой литературе очень мало внимания уделено проблемам повышения качества жизни. В учебнике автора «Стратегический маркетинг» приведен организационно-экономический механизм повышения качества жизни. В учебнике рекомендуется уста-

навливать и вести постоянный мониторинг фактических показателей качества жизни и стратегических факторов его обеспечения.

К фактическим показателям качества жизни относятся:

- 1) среднедушевой доход населения (по группам);
- 2) уровень удовлетворения потребностей человека (материальных, духовных, социальных);
- 3) условия труда, среды обитания и реакции человека;
- 4) степень обеспечения комплексной безопасности, свободы, равноправия человека;
- 5) уровень интеллектуального, культурного и физического развития человека;
- 6) уровень безработицы;
- 7) продолжительность жизни человека и другие показатели. Перечисленные показатели будут улучшаться только при условии реализации следующих *стратегических факторов обеспечения качества жизни:*

- а) стабильность политического, социального, экологического, психологического климата в обществе;
- б) качество и эффективность управленческих решений, стратегического маркетинга и планирования, инновационная активность в стране;
- в) оптимальность и эффективность структуры органов государственного управления;
- г) оптимальность и эффективность функционирования народно-хозяйственного комплекса страны;
- д) эффективность политики ресурсосбережения;
- е) эффективность политики обеспечения конкурентоспособности управляемых объектов.

Базой повышения качества жизни является повышение качества институтов власти, конкурентоспособности образования и науки.

4. Виды конкурентоспособности, ее взаимосвязь с конкуренцией

Конкурентоспособность — это способность субъекта быть лидером, успешно конкурировать (соперничать) с конкурентами на конкретном рынке в конкретное время по достижению одной и той же цели.

Конкурентное преимущество субъекта (объекта) — какая-либо эксклюзивная ценность, которой он обладает.

Конкуренция — процесс мониторинга и управления конкурентными преимуществами, слабостями и внешними угрозами в ад-

качества, ресурсосбережения, ускорения процессов, их глобализации.

Классификация основных признаков конкуренции представлена в табл. 3.

Как было отмечено в п. 1, СК — это нормативы (на входе организации) достижения отдельных факторов конкурентоспособности объекта на всех стадиях его жизненного цикла. ПК — это уже конкурентоспособность изготовленного, но пока еще не реализованного объекта, перед выходом его на рынок. РК — это конкурентоспособность уже реализованного объекта (или решившего свои цели субъекта).

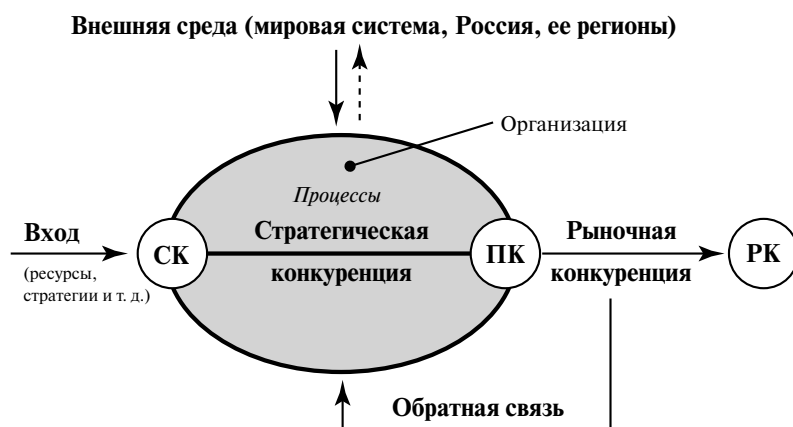


Рис. 3. Взаимосвязи конкурентоспособности и конкуренции:

СК — стратегическая конкурентоспособность; ПК — потенциальная конкурентоспособность; РК — реализованная конкурентоспособность

рес как субъекта, так и его конкурентов по достижению одной и той же цели, например достижению фактической конкурентоспособности на конкретном рынке в конкретное время. Сегодняшний этап развития мировой экономики характеризуется формированием концепции шестого технологического уклада на основе нано- и биотехнологий, перехода на водородную энергию, глобальную информационную систему и конкуренцию и т. д. Развитие техники и технологии влечет за собой пропорциональное развитие обеспечивающих подсистем с целью повышения

После установления нормативов СК разрабатывается стратегия конкуренции по всем видам процессов. После изготовления объекта уточняются процессы стратегии конкуренции для конкретных рыночных условий и реализуется эта стратегия с применением методов рыночной конкуренции. В терминах СПУ (сетевое планирование и управление) СК — это первое событие, от СК до ПК — работа (процессы) по стратегической конкуренции, ПК — второе событие, от ПК до РК — процессы по рыночной конкуренции, а РК — последнее

Таблица 3

Классификация основных признаков конкуренции¹

Признак (группа)	Вид (подгруппа)
1. Субъекты конкуренции	1.1. Индивидуум (политик, сотрудник учреждения или организации, предприниматель, творческий работник, спортсмен и др.)
	1.2. Организация, учреждение как объекты социально-экономической системы
	1.3. Отрасль как совокупность однородных организаций
	1.4. Регион как совокупность разнородных организаций и учреждений одной территории
	1.5. Страна как общество с равными правами, свободами и ответственностью его членов друг перед другом
2. Объекты, по поводу которых ведется конкуренция	2.1. Товар
	2.2. Услуга
	2.3. Информация
	2.4. Технология
	2.5. Бренд
	2.6. Сегмент рынка
	2.7. Новшества
	2.8. Инвестиции
	2.9. Конкурентоспособный персонал
	2.10. Пространство (экономическое, информационное, инновационное и др.)
3. Затраты/качество (классическое соотношение)	3.1. Ценовые методы конкуренции (на основе оптимизации затрат по всем стадиям жизненного цикла объекта)
	3.2. Неценовые методы конкуренции (на основе оптимизации уровня качества процессов и объектов по всем стадиям их жизненного цикла)
4. Содержание частных методов конкуренции по процессам	4.1. Политические
	4.2. Законотворческие
	4.3. Образовательные

¹ Классификация по признакам 12, 13, 14, 16 и 17 позаимствована из работы Ю. Б. Рубина [25], по остальным признакам — уточнена автором.

Продолжение табл. 3

Признак (группа)	Вид (подгруппа)
	4.4. Информационные
	4.5. Маркетинговые
	4.6. Воспроизводственные
	4.7. Инновационные
	4.8. Инвестиционные
	4.9. Экономические
	4.10. Логистические
	4.11. Управленческие
	4.12. Производственные
	4.13. Экологические
	4.14. Социальные
	4.15. Психологические
	4.16. Рыночные и др.
5. Время	5.1. Стратегическая конкуренция
	5.2. Тактическая конкуренция
	5.3. Рыночная конкуренция
6. Предмет конкуренции (факторы конкурентоспособности), который дифференцируется по группам субъектов и объектов конкуренции	Например, потенциальная конкурентоспособность товара характеризуется следующими факторами, по которым происходит конкуренция:
	6.1. Качество товара
	6.2. Цена товара
	6.3. Качество сервиса потребителей товара (включая рекламу)
	6.4. Затраты потребителя на использование товара
	На значение перечисленных статичных факторов конкурентоспособности товара оказывают влияние динамические факторы: конкурентоспособность внешней среды, качество процессов и др.
7. Масштаб (уровень конкуренции)	7.1. Местный (в группе, отделе, организации и т. п.)
	7.2. Региональный (район, город, область и т. п.)
	7.3. Национальный (страна)
	7.4. Межстрановый
	7.5. Глобальный (в мировом масштабе, без конкретизации стран)

Продолжение табл. 3

Признак (группа)	Вид (подгруппа)
8. Количество конкурентов (формы рынков) на рынке продавцов	8.1. Монополия
	8.2. Олигополия
	8.3. Монополистическая конкуренция
	8.4. Совершенная конкуренция
9. Количество конкурентов (формы рынков) на рынке покупателей	9.1. Монопосония
	9.2. Олигопсония
	9.3. Полипсония
10. Формы конкуренции на товарных рынках	10.1. Предметная — между товарами одной ассортиментной группы, удовлетворяющими одну и ту же потребность
	10.2. Функциональная — между товарами-заменителями, выполняющими требуемую потребителю функцию, но разными объектами, технологиями и т. д.
11. Интенсивность конкуренции	11.1. Привлекательная
	11.2. Умеренная
	11.3. Ожесточенная по отношению к объекту конкуренции
	11.4. Ожесточенная для субъекта конкуренции
12. Формы конкурентных действий	12.1. По уровню соблюдения этики делового общения: корректные, некорректные
	12.2. По степени воинственности субъектов: покорные, миролюбивые, агрессивные, компромиссные
	12.3. По степени вовлечения в конкурентную борьбу: хладнокровные, азартные
	12.4. По характеру реакции на внешние раздражения: импульсивные, невозмутимые, рефлексивные
	12.5. По степени активности действий субъектов: нейтральные, безынициативные, инициативные
	12.6. По уровню риска при осуществлении конкурентных действий: рискованные, нерискованные
13. Конкурентная позиция	13.1. Стартовая (или финишная)
	13.2. Адекватная (неадекватная)
	13.3. Сильная (слабая)
	13.4. Гибкая (негибкая)

Продолжение табл. 3

Признак (группа)	Вид (подгруппа)
	13.5. Перспективная (неперспективная)
	13.6. Доминирующая (подчиненная)
	13.7. Устойчивая (неустойчивая)
14. Конкурентные стратегии субъектов	14.1. Стратегия механической монополизации
	14.2. Стратегия интегрирующей консолидации
	14.3. Стратегия простого и дезинтегрирующего обособления
	14.4. Стратегия полного обособления (изоляции)
	14.5. Стратегия кооперативной солидарности
	14.6. Стратегия компромиссного сотрудничества
	14.7. Стратегия вхождения (ухода) в бизнес или другую деятельность
15. Стратегии поведения изготовителя в зависимости от сочетания силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей	15.1. Адаптация одного изготовителя к одному потребителю
	15.2. Локальная диверсификация деятельности изготовителя
	15.3. Горизонтальная диверсификация деятельности изготовителя
	15.4. Адаптация продавцов к одному покупателю
	15.5. Системная интеграция деятельности изготовителя
	15.6. Концентрация изготовителя на целевом рынке
	15.7. Комплексная дифференциация и интеграция деятельности изготовителя
	15.8. Локальная инновационная деятельность изготовления
	15.9. Системная и комплексная инновационная деятельность изготовителя по повышению конкурентоспособности объектов
16. Тактика конкурентного поведения субъектов	16.1. Наступательные модели конкурентного поведения
	16.2. Оборонительные модели конкурентного поведения
	16.3. Модели тактического контрнаступления
	16.4. Модели тактического отступления
	16.5. Модели дебюта
	16.6. Модели тактического согласия
	16.7. Модели тактической изоляции (тактического обособления)

Окончание табл. 3

Признак (группа)	Вид (подгруппа)
	16.8. Модели отвлекающего конкурентного поведения и др.
17. Конкурентные ситуации	17.1. Асимметричная конкурентная ситуация (доминирование одного из соперников над другим, другими)
	17.2. Симметричная конкурентная ситуация, характеризующаяся балансом сил конкурентов и др.

событие. Процессы конкуренции можно детализировать с применением системного подхода, теории графов, СПУ.

Вернемся к рис. 3. На входе организации будет *стратегическая конкурентоспособность* в стратегических нормативах, разработанных на основе результатов маркетинговых исследований. Нормативы должны разрабатываться по всем факторам конкурентоспособности (например, по товару — это качество процессов, качество товара, его цена, качество сервиса потребителей, затраты на использование товара) и всем стадиям жизненного цикла товара, на которых достигаются (выполняются) эти нормативы.

На входе после разработки нормативов конкурентоспособности должны разрабатываться стратегии конкуренции, реализуемые в различных технологиях и процессах от входа до выхода и на рынке с использованием методов уже рыночной конкуренции. Теория и практика разработки стратегий конкуренции изложена в учебнике Ю. Б. Рубина [25].

От входа до выхода организации осуществляются производственные процессы и функции по их обеспечению.

На выходе организации изготовленный товар будет иметь только *потенциальные значения* ранее рассмотренных факторов конкурентоспособности. Эти потенциальные значения будут уточняться уже потребителями на конкретном рынке в конкретное время.

Степень использования многих показателей товара определяется качеством институциональной среды (институтов) и инфраструктуры в данном месте, условиями эксплуатации (применения) товаров, технологической и информационной подготовленностью потребителя, его финансовыми возможностями, психологическими и психофизиологическими качествами, историческими и культурными традициями и т. д. Эти факторы не могут быть унифицированными в пространстве и во времени. Конкретно речь идет о цене товара, показателях его назначения, безотказности, сохранности, долговечности, ремонтпригодности, дизайне, унификации, эргономичности, экологичности, патентной чистоте, безопасности, затратах на эксплуатацию и др. Необходимо изучать изменения этих показателей в условиях конкретных рынков и считать *потенциальную конкурентоспособность объектов* на выходе организации, перед их сбытом.

После выбора конкретных каналов сбыта и сегментов рынка, расчета частных показателей факторов конкурентоспособности объекта изготовитель или его посредники выходят в конкретное время на конкретный рынок. Продав товар, мы будем считать уровень *реализованной конкурентоспособности объекта* по конкретным его показателям.

В заключение этой темы приведем взаимосвязи потенциала, конкурентоспособности и эффективности организации

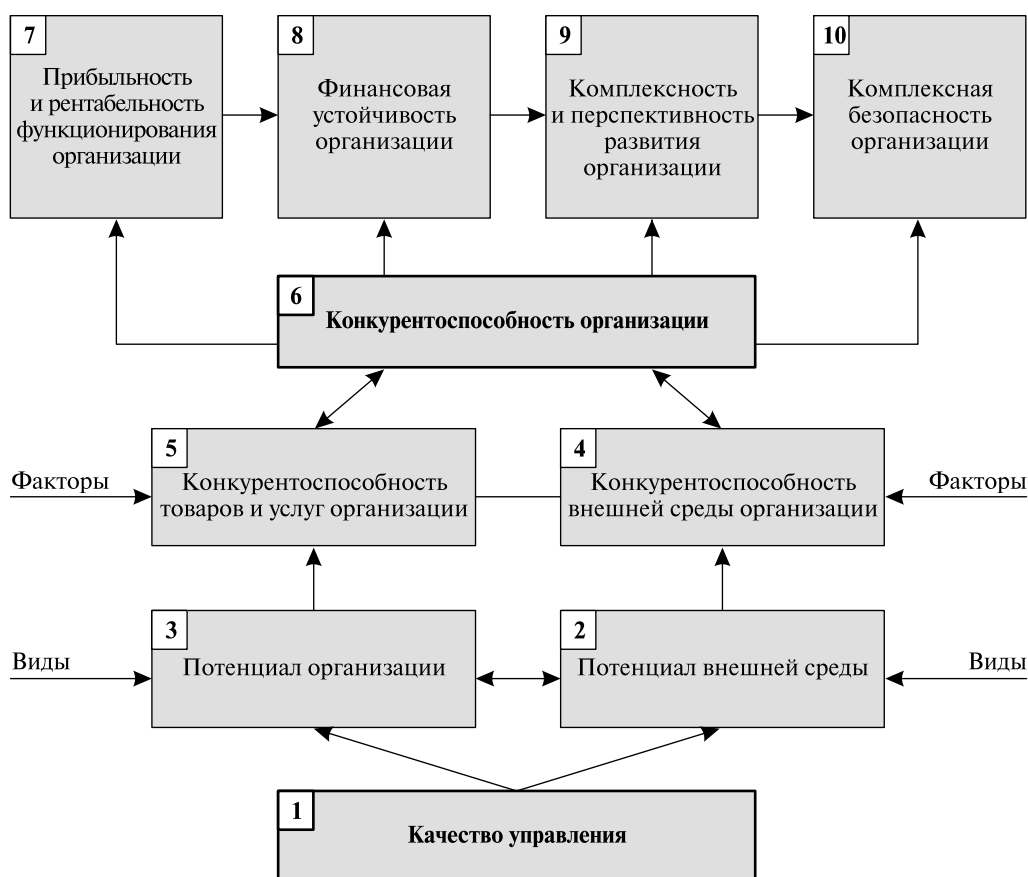


Рис. 4. Взаимосвязи потенциала, конкурентоспособности и эффективности организации

(рис. 4). От конкурентоспособности организации стрелки идут не только к прибыльности, но и к остальным показателям ее состояния и развития, т. е. в состав стратегии повышения конкурентоспособности организации должны включаться и эти показатели как один из результатов комплексной работы.

5. Краткие выводы

1. Конкурентоспособность как способность всегда быть лидером и успешно конкурировать в своей среде интегрирует технологические, экономические, управленческие, маркетинговые, психологиче-

ские и другие характеристики субъекта и его объекта, проявляющиеся в конкретных рыночных условиях. Поэтому дисциплина «Управление конкурентоспособностью организации» изучается на старших курсах (при условии, что все дисциплины профессиональной подготовки студентов будут ориентированы на конкурентоспособность).

2. Научить обучающихся мыслить системно, комплексно, стратегически, эффективно — главная цель интегрированной дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации».

3. Теория конкурентоспособности только зарождается. Освоение теории и методики управления конкурентоспособностью различных объектов позволит, на наш взгляд,

значительно повысить точность и эффективность стратегических технико-организационных и социально-экономических решений (проектов).

4. Ратификация Россией Болонского процесса (соглашения) по повышению конкурентоспособности высшего образования в Европе и присоединение России к Всемирной торговой организации, ужесточающей глобальную конкуренцию и повышающей требования к обеспечению конкурентоспособности всех субъектов и объектов рынка, объективно стимулируют повышение конкурентоспособности вузов и систем подготовки персонала.

5. Ориентация учебно-методической литературы по профессиональной подготовке специалистов по направлению «Экономика и управление» на конкурентоспособность потребует уточнения учебных программ и учебной литературы по дисциплинам этого направления.

6. Процессный подход не заменил функционального подхода. Они всегда составляли матрицу. Функциональный подход определяет функции или услуги, оказываемые отделами и службами организации всем производственным подразделениям (по вертикали), а процессный подход характеризует движение предмета труда (продукции) по горизонтали — от входа до выхода организации.

7. Для выпуска продукции организацией (субъектами управления) необходимо выполнить все всеобщие, общие и специфические функции и виды производственных процессов. Количество функций и видов процессов определяется сложностью выпускаемой продукции и производственного цикла.

8. Основой обеспечения качества совокупности процессов является обеспечение соответствующего качества единичных процессов, большинство из которых регламентируется международными стандартами и рекомендациями. В России они применяются нечасто в связи с редким их рассмотрением в учебной литературе.

9. Конкурентоспособность во времени (по горизонтали) следует подразделять на стратегическую (на входе, в нормативах), потенциальную (на выходе, материализованную) и реализованную (в достигнутых результатах). В терминах СПУ (сетевое планирование и управление) конкурентоспособность — это событие, а конкуренция — процесс по достижению цели (этого события).

Литература

1. *Портер М.* Конкурентная стратегия. Методика анализа отрасли и конкурентов / пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
2. *Моисеева Н. К.* Международный маркетинг: учеб. пособие. М.: Центр экономики и маркетинга, 1998.
3. *Ламбен Ж.-Ж.* Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ.; под ред. В. Б. Колчанова. СПб.: Питер, 2007.
4. *Котлер Ф.* Маркетинг. Менеджмент / пер. с англ. СПб.: Питер, 1999.
5. *Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж.* Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / пер. с англ. М.: ЮНИТИ, 1998.
6. Конкурентоспособность и модернизация экономики: В 2 кн. / отв. ред. Е. Г. Ясин. М.: ГУ ВШЭ, 2004.
7. *Лифиц И. М.* Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие. М.: Высшее образование, 2007.
8. *Минько Э. В., Кричевский М. П.* Качество и конкурентоспособность. СПб.: Питер, 2004.
9. *Качалина Л. Н.* Конкурентоспособный менеджмент. М.: Эксмо, 2006.
10. Конкурентоспособность России в 90-е годы. Межстрановый макроэкономический анализ / М. И. Гельвановский, И. А. Бушмарин [и др.]. М.: ИМЭМО РАН, 2000.
11. *Мазилкина Е. И., Паничкина Г. Г.* Управление конкурентоспособностью: учеб. пособие. М.: Омега-Л, 2007.
12. *Осипов Ю. М.* Конкурентоспособность наукоемкой машиностроительной продукции: экономика и менеджмент. Томск: ТГУСУР, 2002.
13. *Философова Т. Г., Быков В. А.* Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
14. *Чурсин А. А.* Управление конкурентоспособностью организации. М.: ФГУП «НТЦ «Информтехника», 2006.

15. *Портер М.* Международная конкуренция / пер. с англ. М.: Международные отношения, 1993.
16. *Сажин Д.* Государственная поддержка развития промышленности и технологий США // *Мировая экономика и международные отношения*. 1999. № 12.
17. *Глухов В. В., Коробко С. Б., Маринина Т. В.* Экономика знаний. СПб.: Питер, 2003.
18. *Мильнер Б. З.* Управление знаниями. М.: Инфра-М, 2003.
19. *Румизен М. К.* Управление знаниями / пер. с англ. М.: АСТ; Астрель, 2004.
20. *Фатхутдинов Р. А.* Организация производства: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Инфра-М, 2007.
21. *Фатхутдинов Р. А.* Инновационный менеджмент: учебник. 6-е изд. СПб.: Питер, 2008.
22. *Кузык Б. Н., Яковец Ю. В.* Россия — 2050: Стратегия инновационного прорыва. 2-е изд., доп. М.: Экономика, 2005.
23. *Фатхутдинов Р. А.* Конкурентоспособность: Россия и мир. 1992–2015. Монография. М.: Экономика, 2005.
24. Подробнее см.: *Фатхутдинов Р. А.* Управленческие решения: учебник. 6-е изд., перераб. и доп. М.: Инфра-М, 2007.
25. *Рубин Ю. Б.* Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник. 6-е изд., перераб. и доп. М.: Маркет ДС, 2007.

УДК 330.342.14

Джеймс Л. Уэст — американский историк¹, dborsuk@mfa.ru

СТАРООБРЯДЦЫ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА В ЦАРСКОЙ РОССИИ

Для Европы характерна связь между религиозными меньшинствами и предпринимательской деятельностью. Хорошо известна роль нонконформистов в Англии, гугенотов во Франции и евреев по всей Европе. Неизменное присутствие религиозных диссидентов-старообрядцев среди первых российских предпринимателей естественным образом подталкивало историков к мысли рассматривать их как российский аналог веберовских предпринимателей-кальвинистов.

В данном очерке² исследуется парадоксальная роль, которую старообрядчество сыграло в появлении и развитии частного предпринимательства в России.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, старообрядчество, предпринимательская культура, диссидентские сообщества, предпринимательские качества, старообрядцы — лидеры буржуазии

П ерефразируя известные слова Толстого, можно сказать, что каждая западноевропейская страна шла к современности схожим путем, но каждое государство вне этого узкого круга модернизировалось по-своему. История экономического развития России во многих отношениях отличалась своеобразием. Если производственные технологии в основном импортировались из Европы, то культурные контексты и институциональные механизмы, в рамках которых осуществлялись такие процессы, как накопление капитала,

возникновение предпринимательства, наем рабочей силы и организация производства, часто не имели аналогов вне России.

Две особенности — одна структурная, другая культурная — определяли процесс экономического развития России. Для российской экономики был свойствен ярко выраженный дисбаланс между господствующим государственным сектором, формировавшимся в традиции патримониального абсолютизма, и куда более скромными частными предприятиями, появившимися в его тени. Это слабейшее негосударственное течение, развиваясь, вступало в культурное противоречие с глубоко укорененным коллективным этосом, сложившимся в крестьянской культуре, но никоим образом не ограниченным од-

¹ Джеймс Л. Уэст учился в Принстонском университете у Сирила Блэка, крупного представителя «школы модернизации». 1969–1970 и 1978–1979 годы Уэст провел в Советском Союзе. Научная карьера этого историка посвящена изучению купечества и промышленников в контексте политики и общественной жизни позднего периода императорской России. Он был соредактором вышедшего в 1991 году и получившего широкую известность сборника, в котором рассматривались проблемы «образованного общества» и общественной жизни в поздний период существования императорской России, а также соредактором выпущенной в 1999 году книги о купеческой Москве.

² Материал предоставлен издательством «Три квадрата» и впервые был опубликован в международном сборнике российских и американских историков под редакцией профессора У. Брумфилда (Университет Тулейн, Новый Орлеан), академика Б. В. Ананьича (Санкт-Петербург) и доктора исторических наук Ю. А. Петрова (Москва) — «Предпринимательство и городская культура в России, 1861–1914».

ним крестьянством, — этосом, осуждавшим личную инициативу с целью получения частной прибыли. Со времен Петра I государственные отрасли промышленности финансировались и управлялись централизованно, и во главе их обычно стояли аристократы и иностранные специалисты. Частные промышленные заведения, влача убогое существование на задворках государственной власти, возникали в основном благодаря деятельности маргинальных и подчиненных групп: крестьян, крепостных, а также национальных и религиозных меньшинств, в том числе (что особенно важно для нашей темы) по инициативе староверов, или старообрядцев³.

В данном очерке исследуется парадоксальная роль, которую старообрядчество сыграло в появлении и развитии частного предпринимательства в России. Здесь будут последовательно рассмотрены стадии взаимодействия между религиозной культурой старообрядцев и формированием самого энергичного частного (негосударственного) сектора, а именно хлопчатобумажной промышленности Московского региона. Обозреваемый период занимает более двух с половиной столетий — от великого церковного раскола до большевистской революции.

Новые концепции старообрядчества

История старообрядчества, столь богатая парадоксами и аномалиями, всегда давала плодотворную почву для применения

исторических теорий. У исследователей роли старообрядчества в развитии предпринимательства принято по традиции ссылаться на классическую работу Макса Вебера «Протестантская этика и дух капитализма»⁴. Неизменное присутствие религиозных диссидентов-старообрядцев среди первых предпринимателей естественным образом подталкивало историков к мысли рассматривать их как российский аналог веберовских предпринимателей-кальвинистов. Хотя этот подход весьма полезен для проникновения в мир религиозного инакомыслия и по-прежнему подсказывает интересные решения, современные историки, как правило, с подозрением относятся к такого рода заемной мудрости, особенно когда дело доходит до всеобъемлющих обобщений и широких аналогий с историческим опытом Запада. Современная наука изучает русский раскол, используя междисциплинарные подходы культурной антропологии и семиотики.

Разработка концепций старообрядчества как автономной «культурной системы» (если пользоваться терминологией антрополога Клиффорда Геерца)⁵ или «текстового сообщества» (как недавно предложил историк Роберт Крамми) бросает новый свет на культуру старообрядцев. В последнее время Рой Робсон использует выдвинутое антропологом Дэвидом Шеффелем понятие «иконический принцип» для истолкования символических аспектов старообрядческой жизни и «теорию коммуникативного действия» Юргена Хабермаса для объяснения их внутренней связи⁶.

³ Для Европы характерна связь между религиозными меньшинствами и предпринимательской деятельностью. Хорошо известна роль нонконформистов в Англии, гугенотов во Франции, квакеров и менонитов в Германии и евреев по всей Европе. В России, где многочисленное еврейское население было ограничено чертой оседлости, в остальной части империи образовалось что-то вроде предпринимательского вакуума. Если поляки, прибалтийские немцы и армяне занимались торговлей на периферии, то старообрядцы начали заполнять пустующую предпринимательскую нишу в Великороссии.

⁴ См.: Weber M. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London: George Allen and Unwin, 1976. См. русский перевод: Вебер М. *Протестантская этика и дух капитализма* // Вебер М. *Избранные произведения*. М.: Прогресс, 1990. С. 61–272.

⁵ См.: Geertz C. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books, 1973.

⁶ Robson R. R. *Old Believers in Modern Russia*. DeKalb: Northern Illinois University Press, 1995. P. 9, 10.

Для наших целей могут быть полезными несколько подходов. Так, в пионерной работе покойного семиотика Ю. М. Лотмана установлен новый культурный контекст для изучения раскольников. В своей работе «Роль дуальных моделей в динамике русской культуры» Лотман утверждает, что в «глубинной структуре» русской истории преобладали бинарные оппозиции (государство и народ, революция и реакция и т. д.)⁷. Эта господствующая модель «подчеркнутой дуальности», продолжает Лотман, препятствовала возможности появления в русской культуре «нейтральной аксиологической сферы» (предположительно представленной на Западе существованием свободных городов, частного предпринимательства и пространств, находящихся в частной собственности) — сферы, в которой могли формироваться динамические силы и автономные социальные институты. С точки зрения Лотмана, русская история полна радикальных и резких переломов, однако «новые» формы и структуры, возникавшие во время этих катаклизмов, редко представляли полный разрыв с прошлым. Новое, скорее, попросту воспроизводило старые формы, «выворачивая их наизнанку» и сохраняя существенные черты предшествующих архаических структур. Хотя Лотман нигде специально не говорит о религиозной культуре или экономическом развитии, намеченная им перспектива открывает новые пути к пониманию того, каким образом взгляды и нормы поведения, определяемые как новаторские, возникают в крайне традиционалистской субкультуре, и заставляет предполагать, что эти новации несут на себе заметный отпечаток старого.

Точно так же концепция «оружия слабых», предложенная антропологом Джоном Скоттом, помогает многое понять в поведении таких подчиненных групп, как крестьянская

культура или диссидентское сообщество, когда они приходят в столкновение с властью правящих элит⁸. Модели уклонения и бегства, уход в еретические системы веры, всякого рода подкуп и ниспровержение внешней власти формируют ядро тех типов поведения, которые питали предпринимательский этос притесняемых старообрядцев.

Постструктуралистская парадигма также открывает новые аспекты старых проблем. Полемическая работа Мишеля Фуко — с ее намеренной «децентрализацией» общепринятой линейной истории, обращением к нелинейным моделям скачков и разрывов и вниманием к роли аутсайдерских групп, сопротивляющихся власти и отвергающих ее, — хорошо резонирует с историей старообрядчества⁹. Введенное Фуко понятие «аутсайдерский дискурс» может помочь пониманию того, как диссидентские сообщества создают свои собственные параллельные миры — «гетеротопии» в терминологии Фуко, в которых правила и табу доминирующего дискурса ликвидированы или даже перевернуты¹⁰. Концепции Фуко также могут быть полезны для понимания внутренней динамики раскола, ведь если где-то и можно отыскать универсум, в котором дискретность, разобщенность и раздробленность эндемичны, — то это беспокойный мир старообрядчества.

Истоки старообрядчества

В истории России трудно найти более загадочное для внешних наблюдателей событие, чем великий церковный раскол XVII ве-

⁸ См.: Scott J. C. *Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance* New Haven: Yale University Press, 1984.

⁹ Полезное введение в изучение работ Мишеля Фуко см.: Michel Foucault: *Beyond Structuralism and Hermeneutics*. Chicago: University of Chicago Press, 1983.

¹⁰ См.: Foucault M. *The Order of Things*. New York: Vintage Books, 1970. Preface. См. русский перевод: Фуко М. *Слова и вещи: Археология гуманитарных наук*. М., 1977. Введение.

⁷ Lotman Ju. *Binary Models In The Dynamics of Russian Culture // The Semiotics of Russian Cultural History*. Ithaca: Cornell University Press.

ка. На первый взгляд представляется невероятной сама мысль о том, что могла быть нарушена жизнь целой культуры и разгореться настоящая гражданская война по поводу такого, казалось бы, незначительного вопроса, как вопрос о том, сколькими пальцами следует креститься — двумя или тремя. Однако в действительности эта грандиозная борьба развернулась по гораздо более серьезному поводу, чем просто обряд. Важно установить истоки раскола, чтобы уловить отличительные особенности старообрядчества и осознать то огромное расхождение, которое прошли старообрядцы от апокалиптического мистицизма до рационального экономического поведения¹¹.

Старообрядчество родилось на свет на фоне катастроф XVII века: природных бедствий, иноземного вторжения, закрепощения крестьян, народных восстаний и царей-самозванцев. Эти страдания только укрепили и без того ревностную религиозность Московской Руси. Средневековая русская вера была глубоко эсхатологична: в структуре человеческого существования абсолютное преимущество отдавалось вопросам спасения и искупления. В религиозной культуре, где тексты преимущественно отсутствовали и даже священнослужители часто не знали грамоты, материальность иконы, ладана, песнопения и жеста заполняла лакуну недоступного Писания как земные признаки божественного присутствия. В такой строго выдержанной религиозной традиции обряд играл центральную роль: точное соблюде-

ние долгой и сложной церемонии считалось вернейшим, если не единственным, путем к спасению.

При этом ожидалось, что спасение придет немедленно. Московская религиозность была проникнута апокалиптическими ожиданиями конца света и второго пришествия Христа. Пророчество и чудо были особенно популярны в ту эпоху, когда мир, казалось, и вправду шел к своему концу. Старое мирозерцание рушилось и в буквальном смысле, поскольку в России рождалось самодержавное государство с его патримониальными претензиями, указами о закрепощении крестьян и систематизирующими стратегиями — государство, отменяющее старинные средневековые привилегии и подавляющее традиционные народные практики. Старообрядчество возникло в контексте ширящегося народного протеста против этого давления. Приверженцы раскола всегда утверждали, что они стоят на страже извечной свободы народа жить там, где ему хочется, и так, как ему хочется, управлять своими делами и выбирать себе священников. Старообрядческое движение всегда сохраняло это народное бунтарское содержание. Однако именно спор по поводу ритуала помог этому движению сопротивления вырасти во внутренне цельную культуру протеста.

Церковный раскол был реакцией на реформы честолубивого патриарха Никона, который, заняв патриарший престол в 1652 году, намеревался усилить церковь, а вовсе не ослабить ее. Никон пришел к власти с ясным сознанием своей миссии: превратить суеверную и шаткую, как ему казалось, религиозную практику Московской Руси во внутренне цельную, однородную, изошренную веру, способную дать экуменический ответ на светские и религиозные колебания, угрожавшие охватить всю Московию. Ему казалось, что церковь находится в плачевном состоянии. Столетия нестрогого исполнения обрядов, суеверные наслоения и ошибки переписчиков в церковных текстах совершенно извратили подлинную

¹¹ См. классические исследования по истории церковного раскола: *Conybeare F.* Russian Dissenters. Cambridge: Harvard University Press, 1921; *Bolshakoff S.* Russian Nonconformity. Philadelphia: Westminster Press, 1950. Рассказы иностранцев о поведении старообрядцев см.: *Haxthausen, Baron von.* The Russian Empire: People, Institutions, and Resources. London: Chapman and Hall 1856. Chap. 8; *Leroy-Beaulieu A.* Empire of the Tears and the Russians. New York: Knickerbocker Press, 1902. Vol. 3. Наверное, самая яркая картина, рисующая положение раскольников в разгар раскола, дана в статье М. Чернявского: *Cherniavskiy M.* Old Believers and the New Religion // *The Slavic Review.* 1966. Vol. 21.

веру Византийского православия. Он взял на себя исправление московских обрядов, богослужения и церковных книг, чтобы привести их в соответствие с первоначальной киевской верой, унаследованной от греков на заре восточнославянской истории¹².

Уверенный в правоте своей миссии реформатора, Никон самолично ввел целый ряд литургических и текстуальных новаций: изменилось направление шествия вокруг храма, число освящаемых хлебов, написание имени Иисуса и, наконец, получившее широкую известность количество пальцев при совершении крестного знамения (взамен московского двуперстия патриарх Никон ввел троеперстие как символическое исповедание Троицы).

Никонианские реформы пошатнули внутреннюю целостность московской религиозной культуры. Для миллионов истинно верующих никоновские исправления освященного веками божественного обряда превратились в вопрос о спасении всех православных душ. В результате движение религиозного протеста, активно взаимодействуя со всплесками народного недовольства крепостническим государством, сформировалось в мощную контркультуру, альтернативную по отношению к культуре царей и патриархов.

Церковный раскол, в сущности, касался не столько веры, сколько власти, а именно права нового централизованного государства навязывать свою волю народу. Предчувствуя рождение мощной оппозиционной силы, власти — донельзя несвоевременно — созвали в 1666 году церковный собор, призванный разрешить все споры. Греческие и византийские иерархи, приглашенные на собор, попросту не увидели

поводов для разногласий: обрядовые различия, говорили они, не ставят под угрозу фундаментальную догматику и, таким образом, с их точки зрения, несущественны для веры. Но к тому времени уже шли баталии по вопросам, вряд ли понятным внешним наблюдателям. Собор поддержал никонианские реформы и с характерной суровостью отлучил сопротивлявшихся от церкви как раскольников¹³. Инакомыслящие могли истолковать эти важные события единственным образом: близок Апокалипсис, в России набирает силу Сатана, а сам царь — не кто иной, как Антихрист, о котором возвещено в Откровении Иоанна: «Кто имеет ум, тот сочти число зверя, ибо это число человеческое: число его шестьсот шестьдесят шесть» (Откр. 13:18).

Подвергавшиеся заключению, пыткам и сожжению за свою веру, миллионы старообрядцев отделились от русской культуры духовно и физически: они бежали в приграничные и окраинные районы, чтобы спастись от Антихриста и слуг его, к северным озерам, в дикие степи на южных границах, в сибирские леса. При Петре I, когда западное влияние и жестокие репрессии приняли массовые формы, худшие опасения раскольников лишь подтвердились, а продолжающиеся преследования укрепили их волю к сопротивлению.

Старообрядчество было самым глубоким и длительным движением антицаристского сопротивления, которое когда-либо возникало в России. Для людей, веривших в Антихриста и Апокалипсис, даже смерть на костре была желанна как мученичество. И действительно, в первые годы раскола наиболее фанатичные группы искали прибежища от исходившей от властей угрозы в самосожжении. Готовность и даже желание принять смерть делали неэффектив-

¹² Из новых исследований о старообрядчестве см.: *Lupinin N. Religious Revolt in the XVIII century: The Schism of the Russian Church*. Princeton: Kingston Press, 1984; *Поздеев И. В., Смилянская Е. В.* Мир старообрядчества: Личность, книга, традиция. М., 1992; *Michels G. Myths and Realities of the Russian Schism*. Ph. D. Diss., Harvard University, 1991.

¹³ Правительство объявило старообрядцев раскольниками, но сами они не принимали этой характеристики. По их утверждениям, это не истинно верующие откололись от церкви, а церковь предала народ.

ными административные санкции и наказания против религиозных бунтовщиков. Старообрядцы поддерживали стрелецкие бунты в конце XVII века и крестьянско-казацкие восстания Булавина и Пугачева в XVIII веке. Несмотря на все усилия режима выкорчевать эту «ересь», она неуклонно росла и распространялась в течение двух последующих столетий, привлекая к себе самые независимые и энергичные элементы великорусского населения¹⁴.

В самоизоляции от светского мира и друг от друга старообрядцы находили самые разные пути приспособления к обстоятельствам. Не вступая в спор с фундаментальными догмами православной церкви, они начисто отрицали авторитет «никоновских» патриархов и священников, а также царя, в котором они видели настоящего хозяина церкви. Все старообрядцы по старинному обычаю крестились двумя перстами. Но поскольку они были рассеяны, обряды, которых они придерживались, отличались широкой вариативностью. По признаку обряда раскольническая вера быстро разделилась на поповскую и беспоповскую, а последняя группа, освобожденная от структур какой-либо церковной иерархии, расщепилась на десятки малых сект («согласий»). Бесчисленные новые религиозные образования — такие как «поморцы», «странники», «федосеевцы», «филипповцы» или «молчальники» — плодились в течение всей истории старообрядчества¹⁵.

¹⁴ Старообрядцев было очень трудно сосчитать из-за их отшельнического характера, отдаленных мест обитания и недоверия к правительству. Официальная статистика всегда давала заниженные цифры, а взгляд на эту проблему самих раскольников суммировала старообрядческая брошюра, опубликованная незадолго до революции. Она была озаглавлена: «Старообрядчество — два миллиона или двадцать миллионов?» Сегодня принято считать, что в начале XX века в России насчитывалось приблизительно 15 миллионов старообрядцев.

¹⁵ Количество старообрядческих согласий превышает три сотни. См. интересный позднесоветский обзор основных сект: Миловидов В. Ф. Старообрядчество и социальный прогресс. М., 1983.

Сначала разрозненные и изолированные, различные течения старообрядчества стали объединяться в самоуправляющиеся религиозные общины, и между этими аванпостами устанавливались системы коммуникации и взаимопомощи. Старообрядцы усовершенствовали классические стратегии сопротивления, характерные для подчиненных групп: сначала бегство и приверженность неортодоксальной вере, затем формирование коллективной самоидентичности, противопоставленной остальному миру, и, наконец, создание, накопление и размещение материальных ценностей с целью уклонения от административных репрессий. Благодаря структуре защитной реакции на преследования и притеснения установилась прочная связь между старообрядчеством и экономической деятельностью.

Старообрядчество и возникновение русской трудовой этики

На первый взгляд старообрядцы могут показаться плохими кандидатами на роль модернизаторов России. Александр Гершенкрон дал классическую формулировку парадоксу старообрядчества, заметив, что эти «почитатели религиозной стабильности, фанатичные враги церковных реформ, иррациональные приверженцы буквы и жеста» тем не менее «стали энергичными новаторами» в истории раннего русского капитализма¹⁶. Эволюция старообрядческой трудовой этики хорошо известна, она подробно исследована Гершенкроном и другими учеными¹⁷. Напомним вкратце суть проблемы.

¹⁶ Gershenkron A. Europe in a Russian Mirror. Cambridge: Cambridge University Press, 1970.

¹⁷ См. классические исследования по старообрядческому предпринимательству: Kovalevsky P. Le rascol et son role dans le developpement industriel de la Russie // Archives de la sociologie des religions. 1957. №3; Рындзюнский Я. Г. Старообрядческая организация в условиях развития промышленного капитализма.

Рассеянные по отдаленным уголкам империи, часто жившие нелегально или собиравшиеся группами для самозащиты, старообрядцы выработали стиль жизни, отличавший их от простого народа как в практическом, так и в духовном аспекте. Эти люди умели постоять за себя, а приоритет Писания подразумевал, что доступ к тексту существенен для веры, поэтому старообрядческие деревни часто отличались более широким уровнем образования по сравнению с окружающим населением. Таким образом, духовная потребность рождала ценные практические навыки.

Старообрядцы также практиковали строгий аскетизм: адептам предписывалось воздерживаться от алкоголя и табака; поощрялись усердие в работе, рассудительность и бережливость. Раскольники создали иной мир, специфичный ритуал и дискурсивное пространство, в котором взгляды и нормы поведения господствующей культуры оказались ликвидированы либо инверсированы. В духовном мире старообрядцев традиционное отрицательное отношение к коммерческой деятельности, личной инициативе и получению прибыли видоизменилось до противоположности — в религиозно санкционированную культуру предпринимательства.

Гершенкрон учитывает — и отрицает — представление о том, что старообрядчество представляет русский вариант веберовской «протестантской этики»¹⁸. В теологии старообрядцев, утверждает исследователь, не было ничего, что санкционировало предпринимательство как таковое, не было ничего подобного протестантскому «призванию» в понимании Вебера. И действительно, старообрядческая догматика не отличалась от официального никонианского православия,

которое мало поощряло какую-либо «трудовую этику»¹⁹. Диссидентов отличало непрочное положение притесняемого религиозного меньшинства, и вот здесь-то, по мнению Гершенкрона, применима веберовская концепция «капитала парий»²⁰. Изолированные и уязвимые, старообрядческие общины начали культивировать нормы поведения, заметно отличающие их от окружающего «никонианского» населения. Энергия, бережливость и аскетическая самодисциплина стали наглядными признаками истинной веры, выделяющими старообрядцев среди широких кругов духовно и материально обнищавшего крепостного крестьянства. Так, поколение за поколением, фундаменталистские нормы старообрядчества служили рассадником привычек и взглядов, отличных от окружающей крестьянской культуры: стремление к избытку вместо минимума, необходимого для пропитания, постоянный труд вместо сезонных ритмов, долгосрочный расчет вместо моментальной выгоды.

Старообрядцы оставались типичными аутсайдерами русской цивилизации, радикальными ниспровергателями абсолютной власти царского режима. Для официальной государственно-церковной иерархии, равно как и для всей образованной России, старообрядчество являлось загадочным и непостижимым «другим». Сколь бы традиционной ни была культура старообрядцев, сама их чужеродность по отношению к остальной России создавала культурное пространство для появления новых взглядов и норм поведения. Вопреки ожиданиям Лотмана, предпринимательский капитализм, один из отсутствующих в России аксиологически нейтральных институтов, в действительности

ма // Вопросы истории религии и атеизма. 1950. № 1; Blackwell W. L. Old Believers and Private Enterprise // Russia Economic Development from Peter the Great to Stalin. New York: New Viewpoints, 1974.

¹⁸ Gerschenkron A. Europe in a Russian Mirror. P. 31 и далее.

¹⁹ См. новаторское исследование предпринятое в начале XX века попыток обнаружить трудовую этику в православном богословии: Rosenthal B. G. The Search for an Orthodox Work Ethic // Between Tsar and People: Educated Society and the Search for a Public Identity in Late Imperial Russia. Princeton: Princeton University Press. 1991.

²⁰ Weber M. The Protestant Ethic. P. 96.

сти был выпестован внутри одного из четко обозначенных полюсов русской культуры. В терминологии Фуко, изолированные старообрядческие общины и их характерные дискурсивные практики создали «гетеротопии», узлы сопротивления господствующему дискурсу. В этих антимирах нормы окружающего общества отрицались и переворачивались, обвинения игнорировались, запреты нарушались. Старообрядцы были достаточно свободны, чтобы заниматься предпринимательством и пожинать его плоды.

Эти обобщения высшего порядка нуждаются в оговорке: разумеется, были православные русские, принадлежавшие к официальной церкви, которые также проявляли аналогичные предпринимательские качества. По иронии судьбы, удел «никонианских» купцов и крестьян-торговцев был, по-видимому, более тяжким, чем удел диссидентов-раскольников, поскольку они противопоставляли себя русской народной культуре, не имея религиозной санкции, клановых связей и общинных средств. Эти препоны, несомненно, подвигали многих купцов, исповедовавших официальное православие, обращаться в старую веру, таким образом пополняя ряды диссидентов и укрепляя связь между коммерцией и религиозной неортодоксальностью.

Накопление капитала в среде старообрядцев

В растущих поселениях трудолюбивых и аскетических раскольников вскоре начали накапливаться большие запасы коллективных богатств. Наверное, самым известным примером служит старообрядческое «общество» на реке Выг к северу от Онежского озера²¹. Через несколько поколений

после раскола «общество» Выг контролировало обширные лесные и водные ресурсы окружающих территорий. Другие раскольничьи общины на столь же отдаленных окраинах развивались тем же путем. Вскоре старообрядцы проникли в торговые системы Сибири и русского Севера, так что купцы, возившие товары по этим маршрутам, предпочитали благоразумно обращаться в старую веру, чтобы обеспечить себе покровительство этой мирной, но могущественной религиозной группировки.

После взрыва нетерпимости к инакомыслящим в первые годы раскола административные притеснения в основном ослабли, хотя новые волны репрессий периодически возникали в течение двух последующих столетий. Для старообрядцев царский режим был враждебной и репрессивной силой, и перед лицом его деспотической и непредсказуемой власти они крайне экономно расходовали свои коллективные ресурсы. Подкуп и взятки служили первой линией обороны против церковных и полицейских властей, и эти средства защиты с высокой эффективностью использовались богатыми старообрядческими общинами. Для раскольников накопление богатства было вопросом коллективного выживания.

В царствование Екатерины II, провозгласившей себя образцом просвещенной терпимости, старообрядцам была предоставлена возможность переместиться с отдаленных окраин в самый центр империи. Во время эпидемии холеры в 1770-е годы правительство предложило поповским и беспоповским согласиям учредить богадельни и больницы возле Рогожского и Преображенского кладбищ на окраинах Москвы. Эти «кладбищенские общины» скоро стали эпицентрами возрождения старообрядчества²².

²¹ См.: *Crummey R.* The Old Believers and the World of the Antichrist: The Vyg Community and the Russian State, 1694–1855. Madison: University of Wisconsin Press, 1970.

²² См. новое исследование по старообрядческому предпринимательству: *Ulianova G. N.* Old Believers and New Entrepreneurs // Merchant Moscow: Images of Russia's Vanished Bourgeoisie. Princeton: Princeton University Press, 1998.

Богатство в Рогожской и Преображенской общинах было коллективным. Новообращенным, приток которых не иссякал, предписывалось передать свои накопления общине, оставив себе только скромные средства к существованию. Общинные богатства не оставались втуне: старообрядцы понимали, что обдуманные и прибыльные вложения необходимы для благосостояния всех членов общины. Поэтому купцам-старообрядцам предоставлялись кредиты под низкий процент, крепостным крестьянам предоставлялись займы для оплаты вольной, а старообрядческая рабочая сила рекрутировалась в веру и получала поддержку от общины. Самые большие и самые активные резервы негосударственного капитала в России хранились в религиозных общинах под неусыпным надзором суровых рогожских и преображенских старцев. Позже растущие фабрики и мастерские превратили старообрядческий квартал Москвы в настоящий индустриальный пригород.

Эволюция старообрядческих предпринимательских династий

Исторические пути старообрядчества и российского капитализма переплелись еще теснее вследствие войны 1812 года. Разрушительный пожар Москвы в так называемый «французский» год уничтожил собственность солидных московских купцов, придерживавшихся официального православия, так что очень немногие из этих семей смогли восстановить свои состояния в последующие десятилетия. На их место хлынул целый поток крестьянских разносчиков товара и купцов-коробейников из Подмосковья, торгующих в розницу кустарной продукцией — в основном тряпьем и тканями. Многие из новичков были старообрядцами. Именно из этой пестрой толпы странствующих торговцев вскоре выросли новые предпринимательские династии московских купцов: Морозовы, Рябушинские, Коноваловы,

Гучковы, Солдатенковы и Хлудовы возводят свои роды к ранним адептам «древнего благочестия»²³.

Энергичные и, наверное, более удачливые представители этих коммерческих групп сумели сохранить свое скромное место в деловом мире до появления в 1820–1830-х годах новой технологии — производства хлопчатобумажных тканей с использованием паровых машин. Практический здравый смысл предпринимателей-старообрядцев возобладал над всеми религиозными предубеждениями, которые они питали против технических инноваций: эти изобретения вели к модернизации текстильной промышленности. Благодаря настойчивости и деловой хватке многие торговцы тряпьем стали в последующие десятилетия владельцами текстильных фабрик, а те, кто мог обращаться за финансовой поддержкой в старообрядческие общины, пользовались дополнительными преимуществами в примитивной и суровой российской экономике. Таким образом, коллективное богатство создавало предпосылки для появления частного богатства.

Текстильная промышленность особенно привлекала старообрядцев, поскольку это был практически единственный сектор экономики, не требовавший частых контактов с государством. Хлопчатобумажная продукция в основном направлялась не в Петербург, который отдавал предпочтение льняному полотну, использовавшемуся для военных нужд, а на обширный крестьянский рынок того самого Подмосковья, откуда совсем недавно пришли новые промышленники. Поэтому самая архаичная и фундаменталистская русская традиция парадоксальным образом послужила катализатором первой русской промышленной революции и, что важнее всего, первого в России сектора частного предпринимательства.

Значительное число предпринимателей — адептов официальной церкви, в том

²³ Ibid.

числе Крестовниковы, Третьяковы и Найденовы, также взялись за текстильную промышленность на ранней стадии ее развития. И наоборот, многие предприниматели-старообрядцы терпели поражение, а некоторые представители этих семей оказывались некомпетентными в промышленных делах²⁴. Таким образом, неортодоксальность не была ни необходимым, ни достаточным условием предпринимательского успеха. Однако и на последующих стадиях развития текстильной промышленности старообрядцы по-прежнему присутствовали среди удержавшихся наверху семей в пропорциях, значительно превышающих удельный вес старообрядцев в общем населении страны.

Старообрядцы — лидеры буржуазии

Наверное, есть какая-то закономерность в том, что экономический успех со временем охлаждает религиозный пыл. Текстильные промышленники второго и особенно третьего поколения получили достаточное образование и знакомство с европейской культурой, чтобы умерить свои апокалиптические верования. Некоторые (например, Гучковы и Хлудовы) перешли в официально санкционированное «единоверие». Другие семьи (например, Коноваловы) двигались в сторону недифференцированного православия. Тем не менее оставались роды (например, Морозовы и Рябушинские), сохранившие эмоциональную привязанность к древнему благочестию, хотя, как лично-

сти, они уже были полностью европеизированы.

Было бы чрезмерным упрощением утверждать, что связь с религиозной культурой старообрядцев породила совершенно не сходный с другими тип личности, характерный только для приверженцев старой веры. Несомненно, выходцы из старообрядческих семей приучились думать о себе как об отличающихся ото всех прочих; они стремились быть упорными и усердными в делах и думать о будущем своих семейных предприятий. Купцы-старообрядцы обычно оставались купцами, избегая соблазна возведения в дворянский чин, традиционно ослаблявшего купеческое сословие. По этим причинам их фирмы отличались долголетием, необычным для русской экономики. Однако эти свойства не были присущи одним только старообрядцам, поскольку многие семьи, придерживавшиеся официального православия, достигли сходных результатов в текстильных элитах купеческой Москвы. Различие между ортодоксальным и неортодоксальным вероисповеданием, судя по всему, стиралось по мере того, как купцы обоих верований становились активными участниками резко усилившейся филантропической, меценатской и гражданской деятельности, ознаменовавшей наступление культурной эпохи купеческой Москвы в конце XIX века²⁵.

Даже когда купеческое сословие в России начало приобретать явные черты промышленной буржуазии «für sich», почти никто, кроме выходцев из среды старообрядцев, не смог принять вызов времени и развернуть свои деловые интересы в сторону политики и идеологии. Основу этим изменениям заложили красноречивый старообрядец Василий Кокорев, который в середине XIX века пер-

²⁴ Так, например, в семье Коноваловых проблемы с лидерством возникли в третьем поколении. И. А. Коновалов был не очень сведущ в предпринимательстве и сверх меры предавался радостям жизни. В результате семейное предприятие пришло в упадок. В 1897 году решением семьи он был отстранен от дел, и контроль над компанией перешел к его сыну Александру (*Петров Ю. А. И. Коновалов // Политическая история России в партиях и лицах. М., 1994. С. 248–250*).

²⁵ См. об этом: *Пругавин А. С. Старообрядчество во второй половине XIX века. М., 1904. О культурной деятельности московского купечества см.: Ruckman J. A. The Moscow Business Elite: A Social and Cultural Portrait of Two Generations, 1840–1905. De Kalb: Northern Illinois University Press, 1984.*

вым вышел за стены своей фабрики и вступил в союз с такими мыслителями славянофильского направления, как Федор Чижов и Иван Бабст²⁶, и легендарный Савва Морозов, чей мощный голос и харизматическое лидерство прервали самоубийство, совершенное в тот самый момент, когда буржуазия вступила на политическую арену в 1905 году²⁷.

В беспокойную межреволюционную эпоху 1905–1917 годов возник триумвират Павла Рябушинского, Александра Коновалова и Александра Гучкова, озвучивший политические чаяния нарождавшейся буржуазии. Несомненно, благодаря проявленному ими пониманию исторических ошибок деспотической власти в России, эти новые предводители старообрядческого наследия выступали как политические либералы и конституционалисты. Гучков возглавил парламентскую фракцию «октябристов» — националистическую коалицию в составе первых трех Государственных дум, пытавшуюся найти пути к примирению с правительством премьер-министра Петра Столыпина²⁸. В III Думе он вел борьбу за принятие законов о старообрядцах, гарантирующих защиту прав религиозных диссидентов. После убийства Столыпина в 1911 году Гучков разочаровался в царском режиме и вскоре присоединился к более радикальной позиции Рябушинского и Коновалова. Александр Коновалов и Павел Рябушинский возглавляли фракцию прогрессистов в IV Думе, они

стремились объединить все оппозиционные силы под знаменем «Прогрессивного блока»²⁹. Рябушинский, по-прежнему исповадовавший старую веру, был председателем Всероссийского съезда старообрядцев и пытался привлечь своих единомышленников к участию в политическом процессе через организацию неостарообрядческого движения³⁰. В канун Первой мировой войны Коновалов и Рябушинский вели тайные переговоры с большевиками и эсерами о способах противостояния царскому режиму, а Коновалов даже намекал на необходимость «сверхъестественного выхода» из политического тупика 1914 года³¹. Эти активисты-промышленники были практически единственными представителями предпринимателей, обладавшими достаточной уверенностью в себе и убежденностью, чтобы действовать на равных с интеллигентами и аристократами, составлявшими костяк либеральной политической культуры того времени. В годы войны люди этого круга, объединенные оппозиционным отношением к самодержавию, создали и возглавили военно-промышленные комитеты, способствовавшие мобилизации экономики³². Следует также отметить

²⁶ О союзе купечества и славянофильства см.: Owen T. C. *Capitalism and Politics in Imperial Russia: A Social History of the Moscow Merchants, 1855–1905*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982. Ch. 2.

²⁷ Подробный рассказ о революционной деятельности Саввы Морозова см. в воспоминаниях Горького (Горький А. М. Литературные портреты. М., 1959) и Серебров (Серебров А. В. *Время и люди: Воспоминания. 1898–1905*. М., 1949). См. также: Bill V. *The Forgotten Class*. New York: Praeger, 1959. P. 26 и далее.

²⁸ Самым ярким исследованием деятельности Александра Гучкова остается работа: Menashe L. *Alexander Guchkov and the Origins of the Octobrist Party: The Russian Bourgeoisie in Politics*. Ph. D. Diss., New York University, 1966.

²⁹ О кружке Рябушинского см.: West J. L. *The Ryabushinskij Circle: Russian Industrialists in Search of a Bourgeoisie* // *Jahrbucher fur Geschichte Osteuropas*. 1984. Bd. 32. Hef 3.

³⁰ О неостарообрядческом движении см.: West J. L. *The Neo-Old Believers of Moscow: Religious Revival, Nationalism, and Myth in Late Imperial Russia* // *Canadian-American Slavic Studies*. 1991. Vol. 25. № 1–4. Ценный современный обзор старообрядческой истории и культуры в начале XX века см.: Robson R. R. *Old Believers in Modern Russia*.

³¹ Классическое исследование политического кризиса 1914 года и роли, которую сыграл в нем Коновалов, см.: Haimson L. *The Problem of Social Stability in Urban Russia 1905–1914* // *The Slavic Review*. 1964 (December) — 1965 Mart. Vol. 24.

³² О деятельности промышленников по мобилизации экономической нужды войны см.: Siegelbaum. *The Politics of Industrial Mobilization in Russia. 1914–1917. Study of the War-Industries Committees*. New York: St. Mart Press, 1983.

их стремление соединить либеральную оппозицию под эгидой «Прогрессивного блока». В 1916 году Гучков принял активное участие в тайном заговоре с целью свержения царя. Когда в 1917 году самодержавие окончательно рухнуло, Коновалов и Гучков стали министрами Временного правительства. Коновалов своими глазами увидел конец старой России, когда был арестован большевиками в Зимнем дворце при исполнении обязанностей товарища министра-председателя в последнем кабинете Керенского.

Имена этих людей до такой степени олицетворяли интересы деловых кругов, что Ленин обычно использовал их как эпонимы «крупной буржуазии». Такие выражения, как «господа Рябушинские», «эти Коноваловы» и «партия Гучкова», были обычными элементами его политического лексикона, направленного против «главарей буржуазии»³³. Нельзя утверждать с полной уверенностью, что их карьера была предопределена принадлежностью к неортодоксальному вероисповеданию. Тем не менее их предпринимательская динамичность, боевой стиль, сильные националистические чувства, либеральные требования власти закона, защита свободы вероисповедания, непримиримая оппозиция царскому режиму (после того как провалился коллаборационистский эксперимент Гучкова), желание сотрудничать с революционными партиями и присоединиться к заговорам — все это несет на себе отчетливый отпечаток неортодоксального наследия. Хотя их реальные отношения с древним благочестием варьировали от пылких до отчужденных, следует заключить, что выдвижение этих ярких личностей на фоне трудноразличимых на политической сцене фигур, пришедших из ортодоксальной традиции, не было совершенно случайным.

Павел Рябушинский и идеи неостарообрядчества

Словно в подтверждение гипотезы Ю. М. Лотмана о том, что «новое» в России часто оказывалось «вывернутым наизнанку» старым, самая серьезная попытка всестороннего обоснования предпринимательского капитализма в царской России была сделана старообрядцем Павлом Рябушинским и его неостарообрядческим движением. В религиозном журнале «Церковь», в своих речах на съезде старообрядцев и в либеральной газете «Утро России» Рябушинский и его сторонники выработали новаторский старообрядческо-предпринимательский дискурс, такой же утопический и мессианистический, как у любого из их предшественников в первые дни раскола.

С характерной враждебностью к николаевскому самодержавию они утверждали, что экономика и политическая культура России должны освободиться от удушающего централизованного контроля государства. Для обоснования этого утверждения они использовали исторический нарратив, восходящий к славянофильской мифологии: абсолютистское государство патриарха Николая и Петра Великого «насилъно» воздвигало на «Земле» Древней Руси ложную и пагубную конструкцию централизованной власти, затмив и подавив древний культурный ландшафт общинной свободы и независимого предпринимательства. Закрепощенная прихотью царя и его сподвижников, Россия два века стояла перед Европой в жалком обличье юродивого³⁴.

Будучи полностью современными людьми, неостарообрядцы понимали, что возврат к лесным общинам раннего периода невозможен. Быстрое преобразование России с помощью предпринимательского капитализма и конституционной демократии давало единственную для страны возможность остаться великой державой в эпоху импе-

³³ См.: Ленин В. И. Полное собрание сочинений. 5-е изд. [(по именному указателю)].

³⁴ Церковь. 1914. 19 окт. С. 940.

риалистической конкуренции. Свободное предпринимательство и демократические процессы приумножат национальное богатство и укрепят национальное единство, если «Земля» заберет свою суверенную власть у полиции, чиновников и землевладельцев. Мобилизованная добровольной энергией свободного народа, Россия быстро превратится в сверхдержаву, с потенциалом которой смогут соперничать только Соединенные Штаты. Уровень жизни ее граждан будет стремительно расти, а вместе с ним будут расти их гордость и чувство собственного достоинства.

Судя по всему, Рябушинский не сомневался, что русский народ сможет приобрести экономические и политические навыки, необходимые для того, чтобы построить новую Великую Россию, поскольку он был уверен, что такие свойства уже — в зародыше — присутствовали в наследственных инстинктах каждого русского. Они были присущи исходной старообрядческой культуре, потайной России, которая воспрянет с падением самодержавия и его зловерного соратника — никонианской церкви. Рябушинский предполагал, что наступление религиозной свободы приведет к массовому обращению народа в истинную веру предков. Свободным русским не придется учиться у иностранцев навыкам предпринимательства и самоуправления — они обнаружат их сохранившимися наподобие живых культурных ископаемых в своих древних дониконианских традициях. «Земля» и «Власть» снова обретут единство. Демократическая, капиталистическая Россия войдет в современный мир тогда же, когда вернется к своим древним корням, и, наконец, сможет предстать перед Богом и западными народами в своем подлинном облике — как свободная, процветающая нация³⁵.

Предпринимательская энергия, освобожденная индустриальным капитализмом, произведет огромные богатства, но Рябу-

шинский верил, что это новое богатство будет использоваться радикально новым (старым?) образом. «Богатство обязывает» — был его семейный лозунг. Вновь обогатившиеся предприниматели должны будут осознать, что они являются частью нравственного сообщества, и будут чувствовать себя обязанными как своим рабочим, так и менее удачливым предпринимателям, что поможет выйти за границы традиционных патриархальных забот или обычной благотворительности. Частное богатство может быть использовано для общественного блага через соглашения об участии в прибылях, фонды страхования от болезней и несчастных случаев, выплаты пособий по безработице. Под маской современного благоденствующего государства Россия превратится в огромную старообрядческую общину, где будет санкционирована частная инициатива, но также будет признана коллективная ответственность. Богатые будут духовно и нравственно обязаны облегчать участь бедных. Если бы идеи Рябушинского воплотились в жизнь, современный русский капитализм облекся бы в общинные одежды религиозного этоса XVII века.

Неизменность старого (новизна старообрядчества)

Ясно, что исторические пути старообрядчества тесно сплетаются с экономической историей России с начала XIX века — времени рождения московской текстильной промышленности. Неслучайно внимание таких историков русского предпринимательства, как Блэквелл, Гершенкрон и Рындзюнский, сосредоточилось именно на этом периоде. Но после возникновения этого пионерного сектора частной промышленности исследователи старообрядчества теряют его след. Гершенкрон, например, пишет: «Мы будем напрасно искать практикующих старообрядцев-пред-

³⁵ Ibid.

принимателей, сделавших значительный вклад» в экономическую историю России после начала XIX века. Исследователь заключает: «Если старообрядцы и сыграли какую-то роль в [1890-е годы] и позже, то не в промышленном секторе»³⁶.

В этом очерке мы постарались показать, что старообрядчеству может быть приписана далеко не последняя роль в формировании истории русского предпринимательства вплоть до революции 1917 года. Хотя некоторые старообрядцы отделились от веры своих предков, никто из них не носил

длинных бород и не верил в приход Антихриста, но потомки раскольников, которые повели за собой рождающуюся буржуазию, по-прежнему ощутимо выделялись благодаря своему наследию, а некоторые, как Рябушинский, пристально изучали его неортодоксальное прошлое в поисках культурных образцов для будущего. Когда царская власть была уже почти обречена, старообрядчество оставалось формирующей силой, стремившейся найти особый путь России к современности.

³⁶ Gerschenkron A. Europe in a Russian Mirror. P. 42–43.

Перевод Игоря Пильщикова

ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ:

Фролова Е. Д.

**Конкурентоспособность региона в глобальной экономике:
геоэкономический подход**

Томас ДиЛоренцо

Миф о естественной монополии

ПОДПИСКА - 2009

Журнал «Современная конкуренция» выходит 6 раз в год:
Январь Март Май Июль Сентябрь Ноябрь

1 номер	750 руб.	4 номера	3510 руб.
2 номера	1740 руб.	5 номеров	4410 руб.
3 номера (полугодие)	2610 руб.	6 номеров (годовая)	5310 руб.

Вы можете выбрать любой удобный для Вас вид подписки.

Подписка на журнал может быть осуществлена:

по каталогу агентства «Роспечать» (на 1–2-е полугодие 2009 г.), подписной индекс **36207**;
по объединенному каталогу «Пресса России» (на 1–2-е полугодие 2009 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
Заместитель главного редактора А. В. Бабошин
Ответственный секретарь Д. С. Борсук
Литературный редактор Е. И. Андрианова
Дизайн макета и верстка Б. В. Зипунов

Адрес редакции:

125190, Россия, Москва, Ленинградский пр-т., д. 80, корп. Г, оф. 513
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, Моск. обл., г. Красногорск, Коммунальный кв., д. 2
Заказ №