

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

СОВРЕМЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Сентябрь–октябрь 2009 года № 5 (17)

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, профессор,
член-корреспондент РАН,
действительный член Академии экономических наук
и предпринимательской деятельности

Клейнер Георгий Борисович
доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН, академик РАН,
академик Международной академии менеджмента

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,
действительный член Международной академии наук
высшей школы, член-корреспондент РАО,
Почетный работник высшего профессионального
образования Российской Федерации

Сорокин Дмитрий Евгеньевич
доктор экономических наук, профессор

Сушкевич Алексей Геннадьевич
начальник Аналитического управления ФАС РФ

Филиппов Альберт Владимирович
доктор психологических наук, профессор,
Заслуженный деятель науки РФ

Юданов Андрей Юрьевич
доктор экономических наук,
профессор Финансовой академии при Правительстве РФ,
член Европейской ассоциации историков бизнеса

СОДЕРЖАНИЕ

Хроника, события, факты

Новости бизнес-сообщества	4
Календарь мероприятий	10
Обзор литературы	11

Конкурентоспособность малого бизнеса (тема номера)

От редакции	13
-----------------------	----

Конкурентная политика и конкурентная среда в Российской Федерации	14
--	----

(из доклада ФАС России «О состоянии конкуренции в Российской Федерации» за 2008 год)

Материал предоставлен Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» и компанией «Бауман Инновейшн» и является частью отчета «Условия и факторы развития малого и среднего предпринимательства в регионах России 2008», руководитель проекта — Праздничных Алексей, партнер «Бауман Инновейшн»

Рекомендации по повышению конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в России	19
---	----

Исследование проводилось в следующей форме. Изучалось состояние фирм в отдельной отрасли в конкретном регионе. Для этого были выбраны четыре отрасли, в которых распространены малые формы ведения бизнеса: пищевая промышленность, деревообрабатывающая промышленность, автомобильная промышленность и химическая промышленность. Кроме того, из инновационных отраслей сферы услуг была выбрана одна из самых актуальных — информационные технологии.

Вышегородцев М. М.

О конкурентных нишах для малого бизнеса	53
---	----

Развитие предпринимательства для экономики страны является важнейшей задачей. Однако малые предприятия крайне уязвимы, им сложно конкурировать с крупными компаниями. Какие практические меры принимаются в столице для того, чтобы помочь развитию малого бизнеса? В каких нишах городского хозяйства малые и даже микропредприятия могут успешно работать, не опасаясь неравной конкуренции со стороны более крупного бизнеса? Об этом нашему журналу рассказал министр московского правительства, руководитель Департамента поддержки и развития малого предпринимательства **Михаил Вышегородцев**.

Емельянова Е. Л.

Маркетинг как конкурентное преимущество малого бизнеса	58
--	----

Известно, что конкурентоспособность предприятий во многом определяется эффективностью их маркетинговой стратегии, умением выбрать перспективную рыночную нишу и выйти на новые рынки сбыта.

Каким же образом в сегодняшней ситуации можно с наименьшими затратами проникнуть на новые региональные рынки? Как оценить перспективы продвижения своего товара в другом регионе? Какую помощь в решении этих задач готовы оказать местные власти? И за счет чего малые предприниматели могут добиться конкурентных преимуществ? Об этом в интервью нашему журналу рассказала президент Ассоциации межрегиональных маркетинговых центров **Елена Львовна Емельянова**.

Антимонопольное регулирование

Сушкевич А. Г.

Новации в антимонопольном регулировании	64
---	----

Необходимость принятия так называемого второго антимонопольного пакета — комплекса мер и поправок в законодательство — продиктована современной российской действительностью, которую отличают злоупотребление рыночной властью со стороны государственных органов управления, грубейшие антиконкурентные действия со стороны участников рынка. За это нарушители должны нести уголовную ответственность. Одна из основных инициатив второго антимонопольного пакета — новая редакция ст. 178 Уголовного кодекса РФ, предусматривающая уголовную ответственность за наиболее тяжкие нарушения антимонопольного законодательства. Поправки, составляющие второй антимонопольный пакет, призваны сделать правовой инструментарий борьбы с антиконкурентной деятельностью более современ-

ным, адекватным существующей экономической действительности и способствовать поддержанию благоприятной конкурентной среды в стране.

По просьбе редакции журнала о новациях в антимонопольном регулировании рассказал начальник Аналитического управления Федеральной антимонопольной службы **Алексей Геннадьевич Сушкевич**.

Максимов С. В.

На страже честной конкуренции 70

Федеральным законом от 29 июля 2009 г. № 216-ФЗ в ст. 178 Уголовного кодекса РФ «Недопущение, ограничение или устранение конкуренции» внесен ряд поправок, отражающих существенные перемены в отношении государства к роли уголовного закона как инструмента защиты интересов честной конкуренции в нашей стране. Поправки, внесенные в «антимонопольную» статью уголовного закона, вступили в силу 30 октября 2009 г. Принятию закона предшествовал длительный — можно сказать, изнурительный — процесс разработки законопроекта, стартовавший в апреле 2006 г.

Отраслевая конкуренция

Смирнова О. О.

Развитие конкуренции на рынке электроэнергии 82

В статье рассматривается проблема развития конкурентных отношений на рынках электроэнергии, образованных в результате введения в действие Закона «Об электроэнергетике», согласно которому запрещается совмещать деятельность по передаче и купле-продаже электроэнергии. Автор рассматривает виды нарушений антимонопольного законодательства на розничном и оптовом рынках электроэнергии и делает выводы о дальнейшем развитии конкурентной среды на этих рынках.

Лукашенко Е. А.

Конкурентоспособность российских предприятий в условиях их интернационализации: современное состояние, проблемы и перспективы . . 89

Глобализация экономики не только ставит российские предприятия перед неизбежностью того, что им придется действовать в условиях жесткой конкурентной среды как на внутреннем, так и на внешних рынках, но и открывает перед самыми эффективными из них широкие перспективы.

Теория конкуренции

От редакции 99

Томас ДиЛоренцо

Миф о «естественной» монополии 100

Перевод с английского **Бориса Львина**

В данной статье автор анализирует появление «естественных» монополий в США и приходит к выводу: теория естественной монополии — это экономическая фикция. Ее история сводится к тому, что в конце XIX и начале XX в. в инфраструктурных отраслях имела место ожесточенная конкуренция, что, разумеется, не нравилось самим производителям. Сначала они добились от правительства предоставления им монопольного статуса, а затем при поддержке ряда видных экономистов задним числом было сконструировано обоснование этой монополизации.

Учебно-методические материалы

Фатхутдинов Р. А.

Развитие конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособной экономике 115

Журнал продолжает публикацию учебника доктора экономических наук **Раиса Ахметовича Фатхутдинова** «Управление конкурентоспособностью организации».

Третья тема посвящена вопросам использования экономических законов в повышении конкурентоспособности объектов. Особый интерес представляет анализ автором научных подходов к управлению объектами в конкурентоспособной экономике, являющихся необходимой основой для разработки и принятия управленческих решений в бизнесе, в процессе управления коммерческими структурами.

Анонс

Читайте в следующем номере 144

НОВОСТИ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА

Ноябрь

Доля России на мировом рынке наукоемкой продукции сокращается и составляет сейчас около 1%, в то время как доля США равна 36%, Японии — 30%, Германии — 17%. Такие безрадостные цифры озвучил глава администрации президента России Сергей Евгеньевич Нарышкин в Токио на заседании Совета дружественных обменов, где собрались руководители 150 частных корпораций Японии, представители политических и общественных кругов, большая группа зарубежных послов.

«Россия вкладывает значительно больше бюджетных средств в науку, чем государства с сопоставимым уровнем ВВП. А количество научных сотрудников у нас сравнимо с самыми развитыми государствами. Но в результате — ничтожно малое количество зарегистрированных патентов. Бизнес также не заинтересован в российских ноу-хау — лишь 5% патентов приобретаются для коммерческого использования. В результате Россия не может конкурировать с развитыми странами на рынке наукоемкой продукции», — отметил глава кремлевской администрации.

Глава президентской администрации склонен верить в пессимистичный прогноз восстановления российской экономики. Рост ВВП в 2010 г., по его мнению, составит 1,6%, в то время как эксперты сулят 5%. «Экономическая основа нашего государства во многом зависит от зачастую не подконтрольных нам колебаний на мировых рынках сырья. Мы хорошо понимаем, что сырьевая экономика не может быть надежной основой для стабильного развития страны в XXI веке», — отметил г-н Нарышкин, не отрицая, что спустя год после начала кризиса появились первые признаки оживления экономической конъюнктуры.

«Экономический кризис стал еще одним сигналом в пользу структурной перестройки национальных экономик, в том числе и российской, — подытожил С. Е. Нарышкин. — Наша цель — сделать ее менее зависимой от сырьевых поставок, добиться ее перевода на инновационный путь развития».

rbcdaily.ru, 30 ноября 2009 г.

Уровень официальной безработицы в России вырос на 0,7% с 18 по 25 ноября 2009 г. до 2,034 млн человек, сообщила в понедельник пресс-служба Министерства здравоохранения и социального развития РФ. «За последнюю неделю численность безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости, увеличилась на 0,7% и по состоянию на 25 ноября 2009 г. составила 2 млн 34 тыс. 38 человек», — говорится в сообщении ведомства.

Рост численности безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости, наблюдался в 63 субъектах РФ, в Астраханской, Магаданской, Сахалинской областях, Республике Карелия, Камчатском и Краснодарском краях.

Министерство получило информацию о высвобождении работников 65,3 тыс. организаций из всех субъектов РФ. С начала октября 2008 г. общая численность уволенных работников достигла 801 тыс. человек, из них было трудоустроено 222 тыс. человек, в том числе 128 тыс. человек — в прежних организациях. Суммарная численность работников, находившихся в простое по вине администрации, работавших неполное рабочее время, а также работников, которым были предоставлены отпуска по инициативе администрации, составила 1 млн 668 тыс. 920 человек.

www.rg.ru, 30 ноября 2009 г.

* * *

Около 70% всех федеральных госзакупок с июля 2010 г. будет проходить через электронные аукционы, заявил руководитель Федеральной антимонопольной службы (ФАС) Игорь Артемьев. По принятому Госдумой в трех чтениях законопроекту (сейчас находится в Совете Федерации) с 1 июля 2010 г. федеральные заказчики смогут проводить аукционы только в Интернете, закупая на них большинство товаров и услуг, включая строительные работы. В обычной, неэлектронной форме будут проходить только конкурсы и запросы котировок (для закупок дешевле 500 000 руб.). Кроме того, с 2010 г. снимается запрет на проведение электронных аукционов на сумму более 1 млн руб.

Закупки по новому закону позволят сэкономить до 25% общей суммы госзаказа, или около 1 трлн руб., надеется начальник управления ФАС Михаил Евраев. По данным Национального рейтинга прозрачности закупок, в 2008 г. федеральные власти смогли сэкономить в результате оптимизации госзаказа всего 0,85%, региональные — 7,5%.

Электронные аукционы Минобороны на сумму до 1 млн руб. на площадке «Фабрикант» (по действующему закону) проводятся со средним снижением цены в 30,6% (379 процедур на 192 млн руб.), говорит представитель площадки. По данным площадки roseltorg.ru, участвовавшей в федеральном эксперименте по электронным закупкам на сумму свыше 1 млн руб., по таким торгам цены в среднем снижались на 18% (проведено около 600 аукционов на 1,5 млрд руб.). Важно, что со вступлением закона в силу аукционы для госзаказчиков станут бесплатными, сейчас же они тратят 10 000–60 000 руб. на одну процедуру, говорит гендиректор площадки Антон Емельянов: по новым правилам платить будет только победитель торгов — около 5000 руб.

*www.vedomosti.ru,
26 ноября 2009 г.*

* * *

25 ноября 2009 г. в Федеральной антимонопольной службе (ФАС России) состоялось совещание главы ведомства с руководителями компаний ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «ТНК-ВР Менеджмент», ОАО «Газпром нефть» и ОАО «НК «Роснефть» по вопросам ценообразования на рынках нефтепродуктов Российской Федерации, соблюдения норм антимонопольного законодательства и выработки общих подходов к оценке рыночных механизмов. ФАС России и нефтяные компании обсуждали вопросы использования формулы цены на базе общепризнанных котировок.

На первом этапе формирование цены будет происходить обратным отсчетом от цен внешнего рынка за вычетом таможенной пошлины и расходов на логистику. При определении приведенной цены необходимо учитывать, что временной лаг (период запаздывания реакции российского рынка на изменения цен мировых рынков) должен быть одинаков в случае как роста, так и падения мировых цен. В последующем формула цены будет привязана к индексу цен внутреннего рынка, в том числе к ценам, формируемым на биржевых торгах.

Формулу цены можно использовать для целей определения цен сопоставимого товарного рынка при определении наличия или отсутствия монопольно высоких цен. Такая возможность появилась со вступлением поправок в антимонопольное законодательство — «второй антимонопольный пакет», где, в частности, говорится о сопоставимых товарных рынках не только на территории России, но и за ее пределами.

Предметом совещания было улучшение в будущем ситуации на рынке нефтепродуктов. Вопросы о принятых ФАС России решениях по фактам нарушения нефтяными компаниями антимонопольного законодательства не были в повестке заседания. Ранее выявленные нарушения как рассматривались, так и будут рассматриваться судами различных инстанций. Информация о вынесенных решениях, а также о ходе судебных разбирательств, позиция ФАС России в целом по этому вопросу публикуются на сайте ведомства, а также отражаются в публичных выступлениях руководства в СМИ.

*Пресс-служба ФАС России,
25 ноября 2009 г.*

* * *

Законопроект об ускоренном возмещении НДС будет доработан. Ко второму чтению с учетом мнения ФНС и Минфина подготовлены поправки, касающиеся критериев доступа к упрощенному порядку. Их уже одобрил налоговый подкомитет Госдумы. По мнению экспертов, новые критерии сделают заявительный порядок более эффективным и позволят не допустить недобросовестного использования этой налоговой льготы.

Госдума приняла в первом чтении проект закона о заявительном порядке возмещения НДС в октябре. Законопроект вводит в НК новую статью, предусматривающую возможность возмещения налога «авансом», до завершения проверки. Таким образом, решение о возмещении налога налоговики будут принимать сразу же после получения налоговой декларации. Возместить налог таким образом смогут все налогоплательщики. При этом крупным компаниям воспользоваться нововведением будет легче — ускоренную процедуру они пройдут, не соблюдая никаких дополнительных условий. Остальные организации смогут воспользоваться заявительным порядком только при наличии банковской гарантии.

При первом чтении от необходимости получать банковскую гарантию Госдума освободила предприятия со стоимостью амортизируемого имущества свыше 500 млн руб. и с доходами от реализации более 5 млрд руб. в год, а также налогоплательщиков, входящих в категорию крупнейших. Ко второму чтению условия получения возмещения налога без банковской гарантии были пересмотрены: организация должна существовать не менее трех лет, а сумма уплаченных за последние три года основных налогов должна составлять более 10 млрд руб.

«Законодатели пытаются прийти к компромиссу между необходимостью ускорить возврат налога, чтобы оживить оборачиваемость активов налогоплательщиков, и опасениями потерять контроль над возмещаемым налогом. Поэтому таким правом они планируют наделить лишь надежных налогоплательщиков, а не фирмы-однодневки, которые могут бесследно исчезнуть после возмещения налога. Выбор в качестве критерия надежности объема платежей верен, потому что стоимость активов и обороты — параметры, которые легко могут быть достигнуты организациями путем фиктивных сделок», — говорит Тимур Унароков из аудиторской компании «Интерком-Аудит».

www.rg.ru, 24 ноября 2009 г.

* * *

Минфин России одобрил предложение спикера Совета Федерации Сергея Миронова ввести госмонополию на производство и оборот этилового спирта. О том, что законопроект, предлагающий исключить из числа производителей спирта предприятия с госучастием менее 50%, в целом поддержан, следует из письма замминистра финансов Сергея Шаталова. Он рассчитывает, что госмонополия позволит увеличить сбор акцизов. Госмонополия представляется Минфину мерой, «направленной на кардинальное сокращение нелегального оборота как этилового спирта, так и любой алкогольной и спиртосодержащей продукции и соответственно на увеличение поступлений акцизов в бюджет по указанной продукции».

По оценке руководителя Центра исследований федерального и регионального рынков алкоголя Вадима Дробиза, сегодня годовое производство спирта в стране составляет около 90 млн дал, из которых только 45 млн дал произведено легально. «Государство за счет своих предприятий, в свою очередь, обеспечивает только 40% легального спирта, — подсчитал эксперт. — Даже при том что государственные спиртовые мощности сейчас загружены наполовину, в условиях госмонополии на производство они не смогут полностью обеспечить спрос на спирт». По его мнению, «в 2010 году государству не найти средств на национализацию частных спиртовых производств, поэтому последним, чтобы хоть как-то сохранить бизнес, придется, видимо, делиться контрольными пакетами своих заводов». В правительстве сейчас обсуждается законопроект, вводящий временные ограничения на розничную продажу спиртного. При этом

субъектам РФ предоставляется право на установление дополнительного ограничения времени и мест продажи указанной продукции, вплоть до полного запрета.

rbcdaily.ru, 11 ноября 2009 г.

* * *

В России появятся выставки достижений малых предприятий и фермеров. Со следующего года ежегодная Всероссийская межотраслевая выставка товаров «Покупайте российское» «шагнет» в регионы. Отечественные компании сейчас производят много качественных и конкурентных товаров, особенно это касается продуктов питания. Для того чтобы эти товары встретились с потребителями и торговыми прилавками, необходимо задействовать все административные и законодательные ресурсы. Что касается первых, то здесь «открыть» глаза россиянам помогут публичные выставки российских товаров.

В любой уважающей себя стране аналогичные программы, пропагандирующие лучшие национальные бренды, действуют десятки лет. В условиях, когда Россия пока остается вне рамок Всемирной торговой организации, государство имеет все возможности усилить свою протекционистскую политику. В том числе с помощью пошлин. Это нужно делать прежде всего в отношении иностранных легковых автомобилей. А также продолжать бороться со сверхнизкими акцизами на табак, алкоголь и пиво, которые, как правило, производят транснациональные корпорации. Как один из важнейших шагов для защиты российских производителей на внутреннем рынке российскими парламентариями рассматривается и законопроект о государственном регулировании торговли, который, скорее всего, будет принят до конца этого года и откроет доступ к прилавкам тысячам новых компаний.

www.rg.ru, 10 ноября 2009 г.

* * *

Федеральная антимонопольная служба приступает к проверке федеральных министерств и ведомств. Цель работы — выяснить, какие административные барьеры можно убрать, чтобы облегчить жизнь бизнесу и гражданам. По плану, утвержденному правительством, первым на очереди — Минсельхоз. Следующими в списке значатся Минрегион, Минприроды и Минэнерго. Но здесь будут смотреть только сферу строительства. Затем дойдет очередь и до Минобрнауки и Минздравсоцразвития. По другим ведомствам сроки проверки пока не определены. В целом же на эту работу планируется отвести около двух лет.

В ФАС уже состоялось первое заседание рабочей группы по оптимизации структуры функций федеральных органов власти. По словам главы службы Игоря Артемьева, группа намерена проанализировать деятельность различных федеральных госучреждений и предприятий при ведомствах (ФГУ и ФГУП), которые нередко берут на себя полномочия госорганов. «Во-первых, мы рассмотрим мешающие рынку государственные функции и полномочия, — сказал в коротком интервью корреспонденту «РГ» Игорь Артемьев. — Во-вторых, проверим платные услуги. И, в-третьих, предложим свои рекомендации и свой план мер по устранению административных барьеров в соответствующей сфере экономики». При этом глава ФАС особо подчеркнул, что результатом работы группы кадровые перестановки в министерствах не станут. «Это длительная и кропотливая работа, но в ее ходе ведомства будут работать в том же режиме, — заметил Артемьев. — Наша задача строго оговорена правительственными полномочиями, в рамках которых группа и будет действовать».

Результаты работы группы поступят в правительственную комиссию по административной реформе, которую возглавляет вице-премьер Сергей Собянин.

www.rg.ru, 9 ноября 2009 г.

* * *

По новому Федеральному закону от 30 октября 2009 г. № 241-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и статью 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации» афера с ценными бумагами наказуема семью годами тюрьмы.

В сегодняшнем законодательстве ответственность за подобные махинации тоже прописана. Но она небольшая, и только за несколько преступлений — за злоупотребления при эмиссии ценных бумаг, за злостное уклонение от предоставления инвесторам и контролирующему органу информации об эмитенте, его финансово-хозяйственной деятельности и ценных бумагах, о сделках и прочих операциях. А также и за предоставление недостоверной информации.

С принятием нового закона вводится уголовная ответственность за дополнительные и, по мнению специалистов, самые общественно опасные махинации на рынке ценных бумаг:

- нарушение порядка учета прав на ценные бумаги;
- манипулирование ценами на рынке ценных бумаг;
- воспрепятствование осуществлению или незаконное ограничение прав владельцев ценных бумаг.

Отныне привлечение к уголовной ответственности за эти незаконные действия наступят в случае, если они причинили фирме или отдельному бизнесмену крупный ущерб либо поспособствовали извлечению дохода в крупном размере. Надо подчеркнуть, что по российскому законодательству крупным считается ущерб или доход больше одного миллиона рублей. Очень серьезно карается незаконный отказ в созыве или уклонение от созыва общего собрания владельцев ценных бумаг, а также в регистрации для участия в общем собрании владельцев ценных бумаг лиц, имеющих право на участие в общем собрании. Придется ответить по закону и за проведение общего собрания владельцев ценных бумаг, если нет кворума. Наказуемо и любое другое ограничение прав владельцев эмиссионных ценных бумаг и инвестиционных паев паевых инвестиционных фондов.

Публикуемый федеральный закон дополняет Уголовный кодекс новыми статьями — «Нарушение порядка учета прав на ценные бумаги», «Манипулирование ценами на рынке ценных бумаг», «Воспрепятствование осуществлению или незаконное ограничение прав владельцев ценных бумаг».

Можно сказать, что это долгожданный и выстраданный нашим бизнесом закон. Он действительно направлен на защиту интересов инвесторов. Защита бизнеса здесь выражена весьма конкретно — установлена система наказаний за любые действия, способные причинить серьезный вред как гражданам, так и юридическим лицам на рынке ценных бумаг.

www.rg.ru, 3 ноября 2009 г.

Октябрь

Приоритетами в работе Федеральной антимонопольной службы на ближайший год станет борьба с горизонтальными картельными сговорами, сокращение количества дел по злоупотреблению доминирующим положением и уменьшение штрафных санкций за злоупотребление доминирующим положением в части, касающейся ущемления доминирующими на рынке компаниями интересов других компаний. Об этом заявил руководитель ФАС России Игорь Артемьев. Это соответствует рекомендациям, которые ранее высказывались на заседании Комитета по конкуренции в Организации экономического сотрудничества и развития.

Глава ФАС России, представляя новеллы «второго антимонопольного пакета законов», также отметил, что в Кодексе об административных правонарушениях предусмотрен пониженный размер штрафа за злоупотребление своим положением для компаний, доля которых на товарном рынке составляет менее 35%. При этом компании не должны входить в число коллективно доминирующих на рынке. Также «оборотный» штраф пониженного размера предусмотрен для компаний, которые более 75% выручки получают от реализации товара, на рынке которого совершили нарушение (так на-

зываемые «монопродуктовые» компании). Штраф составит от 0,3 до 3% (вместо 1–15%). Игорь Артемьев обратил внимание на то, что введен «оборотный» штраф за антиконкурентную координацию экономической деятельности.

Пресс-служба ФАС России, 30 октября 2009 г.

★ ★ ★

Федеральная антимонопольная служба России намерена снизить стоимость «входного билета» в саморегулируемые организации (СРО) на рынке недвижимости для небольших фирм. Это, по мнению ведомства, позволит избежать захвата рынка строительными гигантами. Поправки в закон о СРО антимонопольное ведомство готовит совместно с министерствами экономического и регионального развития, сообщил помощник руководителя ФАС Алексей Кожевников. Инициаторы поправок предлагают сократить траты малого бизнеса на вхождение в СРО в 2 раза. Сегодня начальная стоимость входа в СРО составляет порядка 100 тыс. руб., а взнос в гарантийный фонд — 1 млн руб. или 300 тыс. руб. при наличии полиса страхования ответственности строителей перед третьими лицами.

Если эти условия сохранятся, может возникнуть угроза монополизации строительной отрасли, опасаются в ФАС. По словам г-на Кожевникова, доля предприятий малого и среднего бизнеса, работающих на строительных субподрядах, составляет сегодня 70–80%. «При этом именно такие организации испытывают трудности со вступлением в СРО», — отметил г-н Кожевников. Основным барьером для «малышей» является высокий входной билет, подчеркивают в ФАС.

Помимо удешевления стоимости входа в СРО, федеральные власти в настоящее время планируют разрешить предприятиям малого бизнеса, не входящим в строительные СРО, выполнять некоторые виды работ, которые ранее Минрегионразвития позволял осуществлять только членам организаций. Либерализовав список подрядов, не влияющих на безопасность жизни, ФАС надеется вывести из системы саморегулирования около 10–15% предприятий.

РБК daily, 21 октября 2009 г.

★ ★ ★

Компании неэффективно используют заемные средства. За десять лет, с 1998 по 2008 г., внешний государственный долг России снизился более чем в 3,5 раза. В это же время долги российских компаний выросли в 15 раз. Именно высокая краткосрочная задолженность корпоративного сектора привела в конце 2008 г. к оттоку капитала, усилению давления на рубль и девальвации отечественной валюты. Со следующего года для покрытия дефицита бюджета правительство планирует занимать на внешних рынках до 10 млрд долл. Не останется в стороне и корпоративный сектор, который нуждается в средствах для развития бизнеса и рефинансирования старых долгов.

В целом сейчас государство уменьшило свой внешний долг, а корпоративный сектор, наоборот, увеличил его достаточно серьезно, оказавшись, по сути, заложником такой стратегии агрессивного роста, требующей значительного числа заемных средств.

Если посмотреть на итоги 1998 г., можно заключить, что источником банковского кризиса был перекося между валютными активами и валютными обязательствами банков. Еще накануне кризиса 1998 г. валютные обязательства банков превышали — примерно на 5% от валюты балансов — величину активов. Поэтому банки оказались не в состоянии исполнять свои обязательства и лопнули.

На полтора десятка крупнейших российских корпораций приходится половина внешнего корпоративного долга. На начало 2009 г. лидерами по объему долгового портфеля были госкомпании: «Газпром» — 38 млрд долл., ВТБ — 17 млрд долл., ТНК-ВР — 10 млрд, «Евраз» — 8 млрд, «ВымпелКом» — 7 млрд, Сбербанк — 6 млрд, Альфа-банк — 5 млрд, Газпромбанк — 5 млрд, Россельхозбанк — 5 млрд долл.

credit. rbc.ru, 6 октября 2009 г.

КАЛЕНДАРЬ МЕРОПРИЯТИЙ

Дата	Наименование, тема	Организатор	Место проведения	Телефон, факс, e-mail
Семинары и конференции				
3 декабря	II ежегодная конференция «Туристический бизнес (Клуб профессиональных путешественников)»	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956–2536 E-mail: conference@vedomosti.ru n.bondareva@vedomosti.ru
3–4 декабря	Российско-германский форум «Инструменты и механизмы содействия развитию малого предпринимательства на местном (муниципальном) уровне»	Ассоциация региональных банков России, консалтинговая компания OST-EURO GmbH, администрация г. Перми, Российский микрофинансовый центр, Пермский институт муниципального управления при участии Главного управления Центрального банка по Пермскому краю	Пермь	Тел.: (495) 780–7284 E-mail: issupova@ost-euro.ru
4 декабря	III фармацевтический форум «Pharma Russia»	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956–2536 E-mail: conference@vedomosti.ru n.bondareva@vedomosti.ru
7–12 декабря	Первый Российский экономический конгресс (РЭК-2009)	Новая экономическая ассоциация (НЭА), Секция экономики Отделения общественных наук РАН	Москва	Тел.: (903) 593–4812 (915) 035–1269 (499) 128–9157
8 декабря	Мастер-класс: «Сервисная программа компании как конкурентное преимущество»	«Эффект консалтинг»	Москва	Тел.: (495) 786–3907 info@effektivno.ru
9 декабря	VIII ежегодная конференция «HR-форум»	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956–2536 E-mail: conference@vedomosti.ru n.bondareva@vedomosti.ru
11 декабря	XVII Кондратьевские чтения «Долгосрочное прогнозирование: исторический опыт и критический анализ» (в рамках Российского экономического конгресса)	Новая экономическая ассоциация (НЭА), Секция экономики Отделения общественных наук РАН	Москва	Тел.: (499) 129–0209 (499) 128–7738 (499) 129–0488 E-mail: belova@inecon.ru, bondarenko@inecon.ru
11 декабря	V ежегодная конференция «Ритейл в России»	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956–2536 E-mail: conference@vedomosti.ru n.bondareva@vedomosti.ru
15–16 декабря	4-я международная конференция «Управление проектами-2009»	infor-media Russia	Москва	Тел.: (495) 995–8004 Факс: (495) 785–2205 E-mail: purisheva@infor-media.org
22 декабря	V заседание клуба маркетинговых директоров «Новые идеи рядом»	Газета «Ведомости»	Москва	Тел.: (495) 956–2536 E-mail: conference@vedomosti.ru l.grishina@vedomosti.ru

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Минцберг Генри.

Менеджмент. Природа и структура организаций глазами гуру.

М.: ЭКСМО, 2009.

В книге Генри Минцберга, признанного гуру теории и практики управления, подробно рассказывается о том, что именно необходимо для успешного управления организацией. Автор считает, что очень часто многочисленные трудности вынуждают менеджера к поверхностным действиям: он перегружает себя работой, поспешно реагирует на внешние стимулы и раздражители, избегает обобщений, принимает решения небольшими порциями, действуя импульсивно и без должной подготовки. В то же время эффективный руководитель способен устоять перед искушением поступать поверхностно; он может сделать шаг назад, чтобы увидеть целостную картину, и активно использовать аналитические методы.

Книга будет полезна и начинающим, и опытным менеджерам, а также студентам вузов и бизнес-школ, всем интересующимся проблемами развития современных организаций и менеджмента.

Савельева Н. А.

Управление конкурентоспособностью фирмы. Ростов н/Д: Феникс, 2009.

В учебнике представлен материал, позволяющий изучить вопросы организации процесса управления конкурентоспособностью фирмы, осуществлена систематизация понятийного аппарата в области теории конкурентоспособности, представлены система управления конкурентоспособностью фирмы и алгоритм процесса управления с детальной проработкой каждого этапа, рассмотрены методические подходы к анализу конкурентной среды фирмы, оценке уровня конкурентоспособности товара и фирмы, изложены основные принципы формирования конкурентных стратегий фирмы, очерчены направления повышения конкурентоспособности товаров и фирмы в целом. Разделы учебника завершаются перечнем контрольных вопросов, тестов и практических заданий для проверки и закрепления знаний.

Материалы учебника ориентированы на студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей экономических вузов, изучающих вопросы управления конкурентоспособностью фирмы, а также на всех интересующихся проблемами диагностики и формирования конкурентоспособности фирмы.

Лажу Александра Рид, Рид Стэнли Фостер

Искусство слияний и поглощений. М.: Альпина Паблишерз, 2009.

Хорошо продуманное и организованное слияние или поглощение вполне может стать основой выживания и роста любой компании. И наоборот, плохо спланированное слияние или поглощение способно не только навредить фирме, но и послужить причиной ее гибели. «Искусство слияний и поглощений» — классическое издание, охватывающее все аспекты слияний, поглощений и выкупов. Книга служит путеводителем и персональным консультантом с самых первых шагов, когда вы начинаете поиск подходящей цели поглощения, до последних шагов, когда после слияния нужно превратить разрозненные компании в единое целое. Книга показывает, как структурировать сделку, чтобы она была справедливой, равноправной и выгодной для вас. Резюме почти трех десятков знаковых precedентов дают реальную картину споров, возникающих после крупных слияний, и демонстрируют, как суды подходят к решению спорных вопросов.

Книга ориентирована на руководителей компаний и предпринимателей, планирующих сделки по слияниям и поглощениям, а также на специалистов в области корпоративных финансов банков и финансовых компаний.

Банкротства и разорения мирового масштаба. Истории финансовых крахов крупнейших состояний, корпораций и целых государств.**М.: Коммерсантъ, Эксмо, 2009.**

Эта книга — о разорившихся и разорителях. О тех, кто потерял миллионы и миллиарды, и о тех, кто помог (или пытался помочь) им это сделать. О тех, кто достойно выдержал испытание утратой богатства (не менее серьезное, чем испытание богатством), и о тех, кто не смог этого сделать. О тех, кто боролся и проиграл, и о тех, кто проиграл, потому что не боролся. О тех, кому уже не подняться, и о тех, кто снова на коне.

Эта книга о крупнейших мировых разорениях и о причинах, по которым люди, компании и государства теряют огромные деньги.

Книга предназначена начинающим и опытным предпринимателям, собственникам и менеджерам компаний, она также будет полезна для широкого круга читателей.

Трейси Б.**100 железных законов успешного бизнеса. Пер. с англ. Н. Казаковой.****М.: Альпина Паблишерз, 2009.**

Признанный бизнес-гуру вывел 100 железных законов, лежащих в основе успеха деловых людей по всему миру. Многократно проверенные на личном опыте автора, эти правила научат вас с легкостью завоевывать сердца и добиваться взаимопонимания, эффективно вести дела, последовательно развивать бизнес, уверенно приумножать доходы. Законы легко запомнить и не слишком сложно выполнять. Если ваш труд не приносит результатов, значит, вы делаете что-то не то, утверждает автор. Учитесь сосредоточиваться на главном, призывает он. Управляйте переменами, иначе они будут управлять вами, предупреждает Трейси.

Книга предназначена для владельцев бизнеса и менеджеров, интересующихся собственным будущим.

Тaleb Нассим Николас**Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости. М.: Колибри, 2009.**

Книга Нассима Taleба «Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости» возглавила список «Топ-5 деловых бестселлеров» в октябре 2009 г. по версии журнала «Секрет фирмы». За последнее десятилетие человечество пережило ряд тяжелейших потрясений: 11 сентября 2001 г., война в Осетии, мировой финансовый кризис. Все эти события, представляющиеся нам сейчас закономерными, казались абсолютно невозможными, пока они не произошли. Сорокадевятилетний ливанец, выпускник Сорбонны и нью-йоркский финансовый гуру Нассим Taleб называет такие непредсказуемые происшествия «черными лебедями». Он убежден: именно они дают толчок как истории в целом, так и существованию каждого отдельного человека. И чтобы преуспеть, надо знать, как с ними обращаться. Сразу после выхода этой книги автор блестяще продемонстрировал свою «не-теорию» на практике: на фоне финансового кризиса компания Taleба заработала (а не потеряла!) для инвесторов полмиллиарда долларов.

Книга может быть интересна и полезна самому широкому кругу читателей.

ОТ РЕДАКЦИИ

Реальность такова, что события, происходящие во внешнем окружении российских компаний, затрагивают различные аспекты их деятельности. Это касается объемов продаж и рентабельности, численности штата сотрудников компании и их зарплат, а также отпускных цен и объема задолженности.

По сути, мировой финансовый кризис явился своеобразным тестом на целесообразность борьбы за экономический рост «любой ценой», на конкурентоспособность каждого участника рынка. Развивающийся кризис особенно остро отразился на функционировании малого бизнеса, причем как в позитивном, так и в негативном плане. К плюсам для собственников можно отнести снижение арендных ставок. К минусам — удорожание кредитов, падение спроса, резко возросшую активность государственных контролеров и рейдеров. В результате большинство представителей малого бизнеса находятся в тревожном ожидании ухудшения состояния своего бизнеса.

Учитывая значимость малого бизнеса для экономики, его особую социальную нагрузку как одного из способов сохранения экономического потенциала страны, редакция журнала сочла целесообразной публикацию ряда материалов, которые, с одной стороны, позволяют оценить позицию официальных органов по поводу состояния конкуренции в малом бизнесе, а с другой — увидеть современные проблемы малого бизнеса глазами представителей негосударственных структур. Эти материалы включают:

- доклад ФАС России «О состоянии конкуренции в Российской Федерации» за 2008 г. (публикуется его фрагмент);
- интервью с министром правительства Москвы, руководителем Департамента поддержки и развития малого предпринимательства г. Москвы **Михаилом Михайловичем Вышегородцевым** и президентом Ассоциации межрегиональных маркетинговых центров **Еленой Львовной Емельяновой** о конкурентных преимуществах и конкурентных нишах для малого бизнеса;
- аналитический материал общественной организации «ОПОРА РОССИИ», содержащий оценку и прогнозы развития малого бизнеса в России.

Редакция журнала надеется, что публикуемые материалы явятся основой открытой дискуссии по проблемам развития малого бизнеса в России, которая, безусловно, будет полезной для обоснования подходов к повышению конкурентоспособности в современных условиях.

Главный редактор журнала
Т. С. Новашина

КОНКУРЕНТНАЯ ПОЛИТИКА И КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

(из доклада ФАС России «О состоянии конкуренции в Российской Федерации» за 2008 год)

Развитие малого бизнеса

Ситуация в сфере развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации характеризуется системными проблемами, которые оказывают негативное влияние как на увеличение числа малых предприятий, так и на их отраслевую структуру. Торговля преобладает над производством с высокой добавленной стоимостью: более 60% общего числа малых предприятий концентрируется в оптовой и розничной торговле.

Исправить данную ситуацию может только комплексный подход, который позволит снизить высокие издержки российского малого и среднего бизнеса. Принципом нашего законодательства должно стать упрощение ведения предпринимательской деятельности, в первую очередь промышленно-производственной и инновационной сферы.

Только появление в России все большего количества предприятий малого и среднего бизнеса будет способствовать развитию эффективной конкуренции, что переориентирует бизнес на сокращение издержек и откроет дорогу для инноваций. ФАС России считает, что дальнейшее ужесточение антимонопольного законодательства и обеспечение прозрачных процедур доступа малого и среднего бизнеса к инфраструктуре, финансам, природным ресурсам, госзакупкам и т. д. способно качественным образом повысить конкурентоспособность малого

и среднего бизнеса. Для этого предлагаются следующие меры.

1. Снижение административных барьеров

Административная реформа в стране идет крайне медленно. ФАС России ежегодно выявляет более 1000 нарушений Закона о защите конкуренции со стороны органов власти, которые выражаются в реализации ими действий (в бездействии), ограничивающих конкуренцию на локальных рынках, в виде запретов на отдельные виды деятельности или входа новых игроков на товарные рынки и т. д. Должностные лица, от действий которых зависит исполнение контрактов (например, в строительной отрасли, при выдаче и согласовании всех необходимых разрешений для заключения и исполнения инвестиционного контракта), не несут никакой ответственности за несвоевременное оформление документов, выдачу технических условий, проведение экспертиз и т. д. За все отвечает только предприниматель.

Необходимыми являются:

- скорейшее принятие Федерального закона «О стандартах государственных услуг и административных регламентов»;
- активизация работы органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления, отвечающих за развитие малого и среднего бизнеса, путем включения задач по развитию

конкуренции и демополизации экономики в программы социально-экономического развития регионов;

- замена при открытии собственного дела (особенно инновационного) всех разрешительных процедур на уведомительные на федеральном и местных уровнях.

2. Расширение доступа к кредитным ресурсам

Как показывает практика, финансирование малых компаний происходит преимущественно индивидуальными инвесторами или через механизм самофинансирования, что снижает прозрачность сделок, повышает их криминальность, снижает конкурентоспособность компаний. Отсутствие законодательства «О венчурном финансировании», «О микрофинансовых организациях» приводит к тому, что сегодня финансирование имеет точечный характер, ориентируется на крупные и средние компании (крупный размер реализуемых проектов) и не направлено в сферу высоких технологий. Пенсионные и страховые компании не участвуют в инвестировании в венчурные фонды, которые, как правило, являются высокорентабельными.

Необходимо:

- включать в обязательном порядке в региональные и муниципальные программы развития субъектов МСП мероприятия, предусматривающие формирование региональных фондов гарантий (поручительств) и муниципальных фондов для предоставления обеспечения по кредитам, привлеченным малыми и средними предприятиями (особенно для поддержки малого бизнеса в сельском хозяйстве);

- предоставлять средства господдержки посредством проведения аукциона, предусматривающего установление фиксированной цены размещения средств господдержки в кредитных организациях и проведение торгов на снижение ставки, по которой бу-

дет осуществляться кредитование субъектов малого и среднего предпринимательства. При этом предоставление средств господдержки может обуславливаться обязательством кредитной организации предоставлять кредиты указанным субъектам за счет софинансирования (например, в соотношении 2:1);

- направлять часть средств, выделяемых на поддержку малого и среднего предпринимательства, на финансирование под уступку денежного требования (факторинг).

3. Доступ к недвижимости и инженерной инфраструктуре

Недостаточная и неразвитая инфраструктура является естественным ограничением как для развития конкуренции, так и для экономического роста в различных секторах экономики и прихода в эти отрасли новых технологий.

Для обеспечения доступа к недвижимости необходимы являются:

- передача имущества ГУПов и МУПов, не используемого для осуществления публичных функций, в госсобственность с последующей приватизацией либо формированием имущественного фонда для сдачи в аренду субъектам малого и среднего бизнеса;

- разработка мероприятий, направленных на создание государственно-частных партнерств на федеральном и региональных уровнях по строительству технопарков и промышленных парков (отраслевой направленности), для развития малого и среднего бизнеса и внедрения новых технологий управления и ведения бизнеса.

Для развития инженерной инфраструктуры необходимо:

- разработать и принять нормативные акты, направленные на дальнейшее совершенствование порядка технологического присоединения потребителей к электрическим сетям;

- ликвидировать необоснованное двойное налогообложение потребителей при осуществлении технологического присоединения, что приводит к повышению платы за технологическое присоединение. Сегодня налог на прибыль взимается дважды — как с потребителя, так как стоимость присоединения он относит в расходы, так и непосредственно с сетевой организации;

- разработать меры, направленные на удешевление и упрощение процедуры подключения к другим инженерным сетям (вода, тепло, газ), как было сделано с процедурой подключения к электросетям, в том числе публиковать информацию о технической возможности подключения, о размере платы и о количестве фактических подключений.

4. Доступ малого и среднего бизнеса к государственному заказу

Доступ к государственному заказу является одним из способов расширения спроса на продукцию малого и среднего бизнеса. Кроме того, сейчас малый бизнес впервые реально получает шансы расширить спрос на свою продукцию до 800 млрд руб. в год, так как только по специальным торгам до 20% общего объема государственных и муниципальных закупок заказчики будут обязаны размещать на специализированных торгах для МСП.

Большим достижением в 2009 г. будет внесение в российское законодательство поправок, касающихся распространения принципа закона о государственных закупках на естественные монополии и государственные корпорации.

Необходимо:

- перейти в размещении государственных и муниципальных заказов преимущественно на электронную форму посредством проведения электронных аукционов на ограниченном количестве электронных площадок;

- составить реестр «недобросовестных заказчиков» по принципу реестра «недобросовестных поставщиков» с возможностью дисквалификации чиновника за систематические нарушения законодательства;

- повысить качество финансового обеспечения исполнения государственных и муниципальных контрактов.

5. Развитие инновационного малого бизнеса

Мировой опыт показывает, что малые инновационные компании обычно развиваются вокруг образовательных и научных центров, однако в России этого не происходит. Причина такого положения дел — отсутствие окончательного урегулирования вопросов коммерциализации технологий, прав собственности на перспективные разработки, что сдерживает их эффективную реализацию. Сегодня в стоимости малых инновационных фирм учитываются фактически только их материальные активы. Однако для малых инновационных фирм такие переменные расходы, как заработная плата, приобретение необходимых для производства услуг, напрямую накапливаются в виде нематериальных активов (опыт персонала, известность фирмы, ее репутация, приобретение новых клиентов и т. п.). Эти нематериальные активы сегодня не находят отражения в оценке фирмы, чему препятствует в том числе и отсутствие эффективных механизмов их защиты.

Необходимо:

- внедрение инновационного образования. Высшее учебное заведение должно стать центром совмещения учебного и научного процессов;

- сделать российское патентное законодательство более гибким: а) упростить процедуры для мелких компаний (т. е. заявительный принцип регистрации патентов); расширить возможность их применения для защиты бизнес-идей, моделей и алгоритмов; б) сориентировать его на индиви-

дуальных предпринимателей, эффективно защищать их от крупных компаний (вопросы судебной процедуры); в) ужесточить санкции за воровство или копирование интеллектуальной собственности (увеличить суммы, подлежащие выплате пострадавшему предпринимателю, соответствующие его реальным потерям);

- укрепить связь между наукой и бизнесом путем закрепления интеллектуальной собственности — включения в трудовые контракты положений о праве собственности в случае коммерциализации разработок. Целесообразно закрепить его за соответствующими научно-исследовательскими и высшими учебными заведениями, которые впоследствии могут переуступить эти права ученым. В случае получения результата, подлежащего коммерциализации, разработчик должен проинформировать о нем подразделения организации-работодателя, отвечающие за трансфер технологий, а не заключать нелегитимные сделки с третьими лицами;

- внести поправки в патентное и связанное с ним законодательство с целью усиления защиты нематериальных активов, недостаток которой сдерживает как развитие партнерских отношений между малыми фирмами, так и венчурное финансирование (венчурные фонды также нуждаются в гарантиях своей собственности на создаваемые активы, сохранения за собой уникальности продукта);

- вовлечение государственных корпораций в инновационную экономику, например, через наблюдательные или попечительские советы.

6. Доработка законодательства о саморегулируемых организациях в целях недопущения создания дополнительных барьеров выхода на рынок

В настоящее время проявились тенденции ограничения конкуренции в интересах отдельных узких предпринимательских

групп. Такие действия направлены на создание новых административных и финансовых барьеров доступа хозяйствующих субъектов на рынок.

Широко декларируется важность скорейшего внедрения механизмов саморегулирования профессионального и предпринимательского сообщества как одного из инструментов развития гражданского общества. Так, Федеральный закон №315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» в его действующей редакции и особенно Федеральный закон № 148-ФЗ «О внесении изменений в Градостроительный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» налагают на СРО и их участников многочисленные и весьма серьезные обязанности, выполнение которых тем не менее не гарантирует ни существенного повышения ответственности строителей и проектировщиков перед конечными потребителями, ни повышения качества вновь создаваемых или реконструируемых объектов. Дело в том, что предметом саморегулирования являются правила предпринимательской деятельности на основе внутренних регламентов СРО, контроль же за исполнением технических регламентов участниками в функции таких организаций не входит, более того, СРО такая деятельность запрещена. Кроме того, совершенно непропорционально распределяется финансовая ответственность участников строительства за результаты работы: взносы в компенсационный фонд генеральных подрядчиков и исполнителей малых по объемам специализированных работ совершенно идентичны. Именно эти работы (их в общем объеме строительства от 40 до 70%, а при проведении реконструкции и капитального ремонта и того более) выполняют предприятия малого и среднего бизнеса.

Необходимо:

- провести анализ законодательства по СРО совместно с объединениями малого и среднего бизнеса на предмет оценки воз-

можных негативных последствий для экономики страны. Необходимо также учесть зарубежный негативный опыт;

- привлечь профессиональные или отраслевые сообщества к разработке проектов нормативных правовых актов, устанавливающих обязательные требования к деятельности участников строительного рынка, и учесть их аргументированные предложения, сосредоточить усилия отрасли прежде всего на разработке технических регламентов в строительстве, на выработке критериев качества и безопасности возводимых и реконструируемых объектов;

- перейти к обязательному саморегулированию в строительстве, если это будет признано необходимым, постепенно в течение нескольких лет.

7. Совершенствование знаний и опыта предпринимателей

Когда предприниматель создает малый бизнес «с нуля» или открывает новое дело в другой сфере деятельности, перед ним встает проблема получения доступа к комплексной и обновляемой информации, касающейся планирования и управления финансовыми и товарными потоками, применения налогового и иного регулирующего

предпринимательскую деятельность законодательства, маркетинга, разработки бизнес-проектов и т. д.

Целесообразно:

- организовать систему краткосрочного специального профессионального образования для руководителей малых предприятий и лиц, желающих открыть собственное дело;

- ввести в школьную программу дисциплину «Основы предпринимательской деятельности»;

- создать информационный портал в Интернете по оперативному консультированию предпринимателей по вопросам организации и работы малого бизнеса (или реализовать это на портале общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ»);

- ввести в программу общероссийского государственного телеканала обучающую передачу, помогающую открыть собственное дело;

- организовать поддержку предпринимательства путем создания инфраструктуры, предполагающей работу предпринимателей-волонтеров («бизнес-кружки» с необходимой литературой, консультации предпринимателей, уже создавших свое дело, и т. п.).

УДК 336.153.11

Материал предоставлен Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» и компанией «Бауман Инновейшн» и является частью отчета «Условия и факторы развития малого и среднего предпринимательства в регионах России 2008», руководитель проекта — Праздничных Алексей, партнер «Бауман Инновейшн».

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Исследование проводилось в следующей форме. Изучалось состояние фирм в отдельной отрасли в конкретном регионе. Для этого были выбраны четыре отрасли, в которых распространены малые формы ведения бизнеса: пищевая промышленность, деревообрабатывающая промышленность, автомобильная промышленность и химическая промышленность. Кроме того, из инновационных отраслей сферы услуг была выбрана одна из самых актуальных — информационные технологии.

Ключевые слова: малый бизнес, средний бизнес, бизнес-климат, конкурентоспособность компаний, бизнес-инкубаторы, промышленные парки.

Повышение качества бизнес-климата для развития малого и среднего бизнеса

Доступ к рынку и система поставщиков

Проблемы доступа к рынкам конечной продукции и сырья, условия конкуренции компаний недостаточно анализировались в российских исследованиях малого и среднего бизнеса. Между тем данные факторы непосредственно влияют на финансовые результаты деятельности фирм и в некоторых случаях представляют собой большую проблему для их развития, чем дефицит финансовых ресурсов и административные барьеры (наиболее популярные темы исследований и обсуждений).

По данным интервью, взятых у предпринимателей в регионах, можно привести много показательных конкретных примеров того,

как те или иные проблемы доступа к рынку влияют на результаты деятельности малых компаний. Так, в Архангельской области иностранные импортирующие компании централизованно закупают крупные партии леса, далеко не всегда отдавая приоритет заготовителям, действующим в полном соответствии с правилами. С одной стороны, присутствие этих компаний в регионе при отсутствии российских специализированных экспортирующих компаний ограничивает доступ местных лесозаготовителей и деревообработчиков к зарубежному рынку. С другой — монополия на контакт с реальными заказчиками позволяет импортерам-посредникам присваивать немалую долю прибыли. Мелкие и средние компании-лесозаготовители вообще редко самостоятельно выходят на зарубежные рынки, и наличие посредников является обычной практикой. Наличие своего экспортера служило бы интересам мест-

ных фирм — иностранный импортер обслуживает интересы зарубежных покупателей.

Аналогичный пример можно привести из деятельности компаний пищевой промышленности Краснодарского края, где скупщики сельскохозяйственной продукции действуют довольно активно. Для местных производителей доступ на многие зарубежные рынки (в первую очередь стран Евросоюза) крайне ограничен.

В Архангельской области примером существующих проблем является возможная координация действий ЦБК региона с целью поддержания низких закупочных цен на сырьевой баланс. По утверждению одного из руководителей компании — поставщика баланса, в Санкт-Петербурге цена на целлюлозу растет, на баланс — падает. Это побудило предпринимателя произвести инвестиции в организацию переработки баланса на экспорт.

Безусловно, подобная практика заставляет компании искать новых клиентов. Однако в первую очередь она ухудшает условия конкуренции для компаний, соблюдающих законодательство, по сравнению с теневыми фирмами, т. е. стимулирует рост теневого сектора лесозаготовки и истощение ресурсной базы.

Монополизм присутствует не только в сфере закупок. Так, еще один пример из Архангельской области — согласованная ценовая политика поставщиков химического сырья для производства фанеры (производители из другого региона).

Эти и другие примеры из регионов демонстрируют, как конкуренция между самими компаниями влияет на доступ к рынку конечной продукции.

Важным фактором является также чрезмерные или, *напротив, недостаточные отраслевое регулирование* или контроль качества. Ярким примером такой ситуации является обширный рынок контрафактной пищевой продукции в Краснодарском крае. Он включает как продукцию домашнего изготовления, так и большой объем массовой продукции низкого качества из консерви-

рованных или сублимированных продуктов, ввозимых из-за рубежа, происхождение которых не соответствует указанному на упаковке. Эти продукты затем продаются под известными брендами. Совершенно не контролируется в крае также продажа соков и спиртных напитков на рынках.

Часть изъятий регулирования связана с тем, что национальные стандарты во многих случаях несовместимы с международными, не приняты документы, устанавливающие какое-либо соответствие между ними. Проблемами, которые возникают в связи с существующим положением, являются дополнительные издержки на получение международных сертификатов (в том числе сертификатов качества), невозможность выхода на рынок со своей продукцией. В то же время во многих случаях регулирование и контроль являются явно избыточными, а отсутствие поддерживающих их механизмов наказания нарушителей приводит к игнорированию регулирования.

Помимо проблем монополизма, регулирования и несправедливой конкуренции, на состояние малых и средних фирм влияет политика крупных заказчиков, в первую очередь государства и крупнейших компаний региона. Несмотря на существующее обременение, обязывающее государственные органы практически во всех случаях резервировать более 20% суммы заказа для малых предприятий, проблемы в сфере конкуренции за поставки государству остаются. Одна из причин этого в том, что конкурсные процедуры — на первый взгляд достаточно формализованные — все же оставляют значительное пространство для сговора и несправедливой конкуренции. Так, при проведении конкурсных процедур основным критерием оценки заявок потенциальных поставщиков является цена контракта. В то же время существующая практика никак не ограничивает победителя конкурса в назначении цен на послепродажное обслуживание, не определяет штрафов за срыв сроков поставок, некомплектность или ненадлежащее качество.

Цена является наиболее справедливым критерием оценки контракта лишь в том случае, если условия такого контракта и все характеристики поставляемого товара можно абсолютно точно определить¹. Это верно лишь для ограниченного круга отраслей, где товар или услуга и условия поставки/обслуживания являются простыми и можно заранее установить четкие требования к качеству. Для большинства отраслей промышленности более справедливыми критериями являются качество и условия поставки (в том числе сроки), так как их невозможно заранее однозначно определить при подготовке условий конкурса, и они являются конечными характеристиками для потребителей. Следует отметить, что согласно Гражданскому кодексу цена также не является существенным условием контракта.

Наконец, поведение крупных компаний, имеющих разветвленную сеть поставщиков (в первую очередь малых и средних фирм), часто создает не стимулы, а барьеры для развития этих поставщиков. Как и в случае госзаказа, излишнее внимание обращается на цену в ущерб качеству продукции и самого процесса поставок. Среди других барьеров — задержки платежей, несоблюдение коммерческой тайны поставщиков, непрозрачный процесс испытаний предлагаемой ими новой продукции.

В целом проблемы, выявленные в сфере условий конкуренции, доступа к рынку конечной продукции, а также к рынкам сырья и материалов, можно объединить в следующие группы:

- барьеры доступа к государственным заказам;
- некорректное поведение и давление на внешних поставщиков со стороны крупных компаний;

- монополизм посреднических организаций и коллективные соглашения;
- несправедливая конкуренция с контрафактной и низкокачественной продукцией;
- монополизм поставщиков отдельных видов сырья/комплектующих;
- барьеры, связанные с избыточным или недостаточным отраслевым регулированием.

Следует отметить, что первые две группы проблем более характерны для дискретных кластеров (таких как автомобилестроение, приборостроение), а три последние являются достаточно общими.

Как решаются проблемы государственных закупок в странах, лидирующих по развитию предпринимательства? В США соблюдение интересов малого бизнеса при государственных заказах обеспечивают Офисы закупок товаров и услуг у малых компаний (OSBDU), которые присутствуют во всех федеральных ведомствах. В Канаде Министерство общественных работ и государственных заказов (PWGSC) имеет в своем составе специальную Службу малых и средних предприятий (OSME), которая обеспечивает консультации и тренинги для малых компаний, намеревающихся поставлять продукцию правительству, а также обратную связь с отраслевыми ассоциациями.

Кроме закупок у малого бизнеса, государство может стимулировать выход национальных малых фирм на международные рынки. *Экспорт российских МСП* очень мал, а отраслевая структура российского экспорта в целом, по общему признанию, нуждается в диверсификации.

В России политика поддержки экспорта только начинает формироваться². В Канаде стимулированием экспорта в определенных отраслях занимается крупная межрегио-

¹ Это возможно, например, при проведении конкурсов на поставки зерна, топлива, дров, каменного угля и прочих стандартных продуктов (так называемых commodities).

² В России в августе 2007 г. МЭРТ начало проводить анкетирование региональных органов исполнительной власти, ответственных за экспортную политику, с целью совершенствования мер поддержки экспорта промышленной продукции. В анкете отсутствуют вопросы, посвященные малому и среднему бизнесу.

нальная ассоциация Team Canada. В Ирландии экспорт стимулируется тремя десятками международных представительств агентства Enterprise Ireland, в Корее (кроме международных представительств SMBA и SBC) — системами поиска поставщиков из Кореи для международных компаний.

В Ирландии важную роль в стимулировании экспорта играют не только специальное агентство и его международные офисы, но и государственные отраслевые организации, созданные в партнерстве с отраслевыми ассоциациями компаний. Особенно мощной является поддержка пищевой промышленности и сельского хозяйства. С сентября 1988 г. действует специальное агентство пищевой промышленности Teagasc (Agriculture and Food Development Authority), занимающееся исследованиями, консультационной поддержкой и повышением квалификации персонала предприятий отрасли. С 1 июля 2004 г. начала свою деятельность одна из таких организаций — Bord Bia, в сферу ее ответственности входит развитие рынков сбыта для пищевой промышленности страны. Продукты из Ирландии от местных поставщиков можно купить прямо на веб-сайте Bord Bia.

Также в Ирландии реализуется «Национальная программа связей», направленная на установление отношений субподряда местных поставщиков с транснациональными компаниями, организующими производство в Ирландии. Ирландское Агентство по промышленному развитию возглавило консорциум агентств, в рамках которого были выявлены потенциальные возможности организации поставок в некоторых секторах и создана группа местных производителей. Этим производителям были предложены услуги по поддержке при закупках и другая помощь в развитии их бизнеса. Участие в программе приняли более 200 иностранных и 83 местные фирмы; рост продаж поставщиков составил 83%, занятость выросла на 33%, а производительность — на 36%. В результате реализации программы в период с 1985

по 1992 г. отделения иностранных компаний вдвое увеличили свои местные закупки сырья и на треть — закупки услуг, а в 2001 г. сумма закупок, поддерживаемых агентством, выросла до более 10 млрд евро.

Достижения Ирландии по поддержке местных поставщиков рыночными методами не уникальны. Аналогичная «Программа связей» реализуется в Сингапуре. Целью обеих программ является снижение рисков взаимодействия поставщиков и покупателей: государство успешно выступает посредником и гарантом интересов и для тех, и для других.

Примеры организаций, подобных Bord Bia, и «Программ связей» часто интересны также тем, что их создание является результатом совместных действий бизнеса и государства, направленных на повышение качества бизнес-климата. Они являются одной из форм частно-государственного партнерства.

Кроме того, при стимулировании экспорта или субконтрактации с их помощью происходит отбор поставщиков, и таким образом стимулируется рост фирм, производящих наиболее качественную продукцию.

Наконец, государство может осуществлять поддержку малого бизнеса, не только вводя обременение в виде закупок у малого бизнеса для органов исполнительной власти, но и стимулируя к этому государственные компании и крупные частные компании в рамках осуществления ими политики социально ответственного инвестирования (corporate social responsibility).

Это также помогает решить проблему давления крупных заказчиков на поставщиков (обычно их большинство — это малые и средние фирмы).

Проблема имеет и другое решение — в виде установления обязанности крупных заказчиков публиковать свою политику закупок и ключевые показатели (в том числе оборачиваемость кредиторской задолженности), характеризующие реальное соблю-

дение этой политики. Подобные рекомендации правительству Ирландии в 2006 г. дал Форум малого бизнеса (правда, эти рекомендации пока не реализованы).

Для совершенствования доступа к некоторым важным для промышленности ресурсам или оборудованию государство или ассоциации фирм могут создавать собственных импортеров, которые будут препятствовать деятельности посредников-монополистов в отрасли. Дополнительной мерой развития внешней торговли является отмена пошлин на импорт оборудования³, а в России подобные компании могут обслуживать в том числе и торговые связи между разными регионами.

Для облегчения доступа малых и средних фирм к рынку сбыта своей продукции можно предложить следующие рекомендации:

- совершенствовать правила маркировки и механизмы отбора продукции;
- стимулировать создание отраслевых ассоциаций или агентств — импортеров и экспортеров продукции;
- разработать национальную политику в области качества.

Первая рекомендация подразумевает улучшение старых и разработку новых правил сертификации и маркировки продукции. Такие правила должны позволять однозначно определить не только ее фирму-производителя, но и производителей ингредиентов/компонентов или важнейшие характеристики их качества. Это особенно важно для пищевой промышленности, так как в большинстве случаев потребители не имеют возможности непосредственно оценить качество потребляемого товара. Среди важных шагов, предпринятых в этом направлении в России, можно назвать четкое разделение соковой продукции на соки и нектары (и введение обязанности производителей указывать это на упаковке).

³ Пошлины были отменены постановлением правительства РФ № 18 от 19 января 2006 г., которое вступило в силу 12 февраля 2006 г.

Создание отраслевых ассоциаций необходимо как на национальном, так и на региональном уровне, причем выбор между ассоциацией и агентством зависит от развитости отраслевых ассоциаций в конкретном регионе, а также от специфики самой отрасли.

Создание национальной политики в области качества предполагает среди прочих следующие меры:

- установить национальные приоритеты в области качества (в том числе для промышленной политики);
- совершенствовать и разработать новые национальные стандарты качества;
- установить соответствие между российскими и международными стандартами;
- совершенствовать мероприятия по стимулированию качества;
- развивать сообщества (союзы, ассоциации) потребителей.

Национальные приоритеты в области качества должны являться ориентирами для промышленности. *Национальные стандарты качества* — отражать установленные приоритеты: если приоритеты задают высокую планку на международном уровне, национальные стандарты должны быть более жесткими, чем международные. Наконец, эти стандарты не будут должным образом содействовать реализации политики (отбору производителей наиболее качественной продукции), если их соблюдение не будет автоматически расширять рынок сбыта или не будет подкреплено другими экономическими стимулами.

К мероприятиям, с помощью которых реализуется эта политика, относятся *национальные и региональные мероприятия, стимулирующие качество* (выставки, конкурсы, премии и др.), издание специализированных отраслевых журналов и другие меры. В настоящее время далеко не во всех отраслях российской промышленности проводятся такие конкурсы и издаются специальные журналы. Частные фирмы и сообщества потребителей могут оказать реальное со-

действие государственным органам в реализации этой политики, так как они заинтересованы в ней. В отсутствие этой политики они иногда самостоятельно решают задачи по отбору поставщиков, распространяя оценки качества их продукции. Так, туристические фирмы в Краснодарском крае, организующие экскурсии в местные хозяйства (на фермы), производят тщательный отбор среди многих конкурирующих хозяйств. Договор с такой фирмой открывает для маленького хозяйства большой рынок сбыта и стимулирует его рост. Прозрачность информации о качестве товара или услуги является важным фактором повышения этого качества.

Финансовые ресурсы

Отсутствие денег для развития — известная жалоба предпринимателей. В области финансирования у малых компаний, да и у большинства любых фирм всегда есть ограничения, препятствующие их росту и активным инвестициям. Эти ограничения часто являются проблемой бизнес-климата. Эта тема и рассматривается в данном разделе. А ситуация, когда они являются проблемой конкурентоспособности компаний, проанализирована в разделе «Повышение конкурентоспособности компаний».

Опыт работы в пилотных регионах показывает, с одной стороны, отраслевую специфику потребностей в финансировании, а с другой — необходимость адаптации используемых государством финансовых инструментов к нуждам компаний.

В настоящее время в обрабатывающей промышленности главной проблемой является технологическая модернизация, которая без закупки нового оборудования невозможна. Так, в компаниях лесопромышленного комплекса Архангельской области ключевым направлением использования дополнительных финансовых ресурсов является закупка нового оборудования. В связи с этим особое значение для этих компаний

имеет такой финансовый инструмент, как лизинг (на 1–2 года). Полезным шагом было бы также предоставление государственных гарантий при экспорте продукции высокой степени переработки.

В средних компаниях химического комплекса Пермской области основная проблема — закупка дорогостоящего процессного оборудования. Наиболее оптимальным ее решением является развитие долгосрочного лизинга (на 5 лет и более) и упрощение доступа к внебиржевому фондовому рынку.

Для малых и средних промышленных компаний в секторе автомобилестроения в Татарстане (это, например, поставщики ОАО «КамАЗ») и в Нижегородской области необходимы *модернизация оборудования и разработка новых комплектующих*. Болезненной проблемой является неопределенность с закупками новых деталей со стороны крупнейших потребителей. Отсутствие гарантий закупок продукции делает рискованной покупку нового оборудования для ее производства. Снизить риски в данном случае можно путем предоставления фирмам возможности брать оборудование в аренду на некоторый срок.

В компаниях агропромышленного комплекса спецификой финансирования является *сезонность затрат*. Так, фермерские хозяйства и кооперативы Краснодарского края более других нуждаются в финансовых средствах во время посевной и во время сбора урожая. В связи с необходимостью в это время брать товарные кредиты или пользоваться услугами посредников их рентабельность снижается до минимума. Благодаря доступности специальных краткосрочных кредитов намного упростился бы их бизнес, при этом сократилось бы число посредников. Сделать ситуацию в отрасли более прозрачной и повысить рентабельность бизнеса фермеров государство могло бы с помощью строительства собственной системы элеваторов и организации централизованных закупок зерна, овощей

и других скоропортящихся продуктов (таких, как молоко).

Наконец, для инновационных фирм (в секторах информационных технологий и биотехнологий) основные проблемы возникают на стадии разработки исследователями новых прототипов продукции и создания фирмы.

Так, для фирм сектора ИКТ Томской области эти проблемы вызваны *отсутствием венчурного финансирования*. Банки почти никогда не предоставляют кредитов без залога на такие цели, как формирование стартового капитала компании, доработка нового продукта, его выведение на рынок. Источниками стартового капитала для подавляющего большинства опрошенных предпринимателей стали собственные средства и средства родственников и друзей.

Проблемы модернизации оборудования или сезонности для этих фирм неактуальны. Поэтому и инструменты, которые были указаны выше в данном разделе (лизинг, строительство элеваторов), для таких компаний тоже неактуальны. Финансирование со стороны «бизнес-ангелов» и частных инвестиционных фондов (таких, как Фонд Бортника), по свидетельству компаний ИКТ из Томска и биотехнологических фирм Санкт-Петербурга, в России недостаточно хорошо развито. Исполнительная власть на уровне региона могла бы косвенно способствовать развитию венчурных компаний в регионе или создать собственные фонды, возможно, интегрированные с технопарком или бизнес-инкубатором (как это сделано в Татарстане).

Итак, для малых предприятий разных отраслей необходимы совершенно разные инструменты субсидирования (или иные формы помощи), поскольку их проблемы различны. Если попытаться обобщить эти проблемы, можно структурировать их в соответствии с потребностями компаний:

- основание компании (финансирование стартового капитала; доработка новой продукции или технологии);

- обслуживание текущих потребностей компании (модернизация оборудования, ремонт зданий и сооружений; пополнение оборотного капитала);

- расширение бизнеса (разработка новой продукции; покупка или строительство зданий и сооружений, нового оборудования, транспортных средств).

Наибольшие проблемы возникают на этапе основания компании (финансирование стартового капитала). Обычно основание компании и ее расширение — рискованные и долгосрочные проекты, под которые не всегда возможно найти залог. Формы финансирования, которые могут удовлетворить эти потребности, — такие, как необеспеченные кредиты, кредиты начинающим предпринимателям, кредиты на срок свыше 3 лет и венчурное финансирование — в России наименее доступны. Основная сложность состоит не в чрезмерной стоимости этих денег для малых фирм, а в том, что их практически невозможно получить по любой цене.

Меньше всего проблем связано с пополнением оборотного капитала. Например, банки с готовностью кредитуют торговые компании под залог их склада или даже товаров на складе.

Можно выделить следующие причины возникающих проблем:

связанные с несовершенством финансовой системы:

- ориентация финансовой политики на интересы крупных компаний;
- относительная закрытость национальной финансовой системы;
- относительно низкий уровень конкуренции между финансовыми посредниками;
- относительно неэффективное законодательство о банкротстве;
- недостаточная развитость отдельных институтов рынка (например, слабое развитие кредитных бюро или слабое развитие венчурного финансирования);

связанные с некоторыми недостатками системы государственной поддержки малого бизнеса в России:

- недостаточная проработка форм поддержки (субсидирование, гарантии);
- проблемы применения упрощенных режимов налогообложения.

Текущая политика федерального правительства направлена на повышение международной инвестиционной привлекательности страны путем развития фондового рынка, снижения инфляции и повышения международного кредитного рейтинга России. К сожалению, все эти меры *ориентированы на крупные компании*, некоторые из них находятся в частичной или полной собственности государства. Крупные компании (а также федеральная и региональная власть) действительно получают выгоду от высокого кредитного рейтинга России, хотя и с некоторой задержкой. К таким выгодам относятся снижение ставки по кредитам на международном рынке и рост курсов акций российских компаний на фондовых биржах Лондона и Нью-Йорка.

Малые и средние компании сегодня не имеют доступа к международному рынку капитала. Они заинтересованы в развитой системе стартовых кредитов и в наличии «длинных» денег, позволяющих обновлять оборудование и покупать недвижимость. Подобные услуги могут быть обеспечены банками, располагающими развитыми системами кредитного скоринга, а таких банков сегодня в России немного. Одна из причин — *относительная закрытость* местного рынка для иностранных банков, которые могут выдавать кредиты под низкие проценты и обладают высокой квалификацией, достаточной для обслуживания таких «сложных» заемщиков, как малые промышленные компании.

Поскольку российская финансовая система довольно медленно адаптируется к потребностям малых и средних компаний, такие услуги, как кредитование стартового ка-

питала или венчурные инвестиции, становятся прибыльными только после насыщения более простых в обслуживании сегментов рынка (кредитование крупных компаний и потребительское кредитование). Открытие кредитного рынка для глобальной конкуренции могло бы стимулировать развитие этого сектора, но этого не происходит и в ближайшее время даже не планируется.

Повысить привлекательность малых и средних компаний как заемщиков можно было бы путем совершенствования законодательства о банкротстве. Чем быстрее будет ликвидирована убыточная компания, чем больше долгов смогут вернуть себе ее кредиторы, тем менее существенным для них будет риск банкротства должника⁴. Следовательно, кредиторы охотнее будут выдавать займы, что сделает финансирование доступным для большего числа компаний.

О том, что законодательство о банкротстве недостаточно эффективно работает сегодня, о том, что оно лучше работало в прошлом, говорят данные Всемирного банка⁵. В 2004 г. длительность процесса банкротства в России, по методологии Всемирного банка, составляла 1,5 года, и на проведение такой процедуры затрачивалось 4% стоимости имущества фирмы, а кредиторы возмещали в среднем 48,4% суммы займов. В 2005 г. показатели заметно ухудшились. В 2006 г. они остались практически без изменений: норма возмещения составила всего 28,7%, при этом сроки проведения банкротства возросли до 3,8 года, а его

⁴ Аналогично, если состояние жизнеспособной компании, имеющей временные проблемы с ликвидностью, удастся восстановить, то кредиторы потенциально могут получить всё. Однако реорганизация редко бывает успешной без смены руководства или владельцев: в 12% случаев это было в США, в 3% — в Великобритании, в 2% — во Франции (World Bank, 2006).

⁵ Анализ состояния института банкротства проводится Всемирным банком в отчетах о деловой среде Doing Business (World Bank 2004, 2005, 2006, 2007). Эти данные условны, если учесть ограничения применяемой методологии, однако они позволяют сравнивать страны между собой.

стоимость — до 9% стоимости имущества. В рейтинге стран по качеству процедуры ликвидации бизнеса Россия заняла 81-е место (из 175 стран).

Развитие конкуренции в финансовом секторе затруднено еще и потому, что в России *недостаточно развиты институты финансового рынка*, в частности, кредитные бюро, венчурные компании и внебиржевой фондовый рынок. Кредитные истории компаний стали доступны российским банкам лишь недавно. Первые кредитные бюро в России были зарегистрированы в августе 2005 г. (в восточноевропейских странах система бюро была создана уже в 1990-е гг.). Бюро пока охватывают далеко не всех заемщиков, а информация о многих из них за период до 2005 г. недоступна.

Репутация надежного заемщика — важный аргумент в переговорах с банком о новом кредите, об изменении условий текущего финансирования или о реструктуризации задолженности. Если кредитные бюро отсутствуют, достоверной информацией о кредитной истории данного заемщика обладает только тот банк, который его обслуживает. Поэтому даже если другие банки предложат более выгодные условия займов, отсутствие публичного доступа к информации о возврате ранее выданных кредитов не позволит им сделать скидку заемщику с учетом более низких рисков.

Венчурное финансирование впервые появилось в России еще в начале 1990-х гг., но по-настоящему актуальным стало лишь после 1998 г., а доступным для инновационных компаний не является до сих пор. Причина не в отсутствии денег — начало работы Российской венчурной компании и региональных частных венчурных фондов летом 2007 г. создало масштабное предложение венчурного капитала на национальном рынке.

Второй источник проблем, возникающих у малых компаний в области финансирования, — *это недостатки текущих мер поддержки*.

Во-первых, региональные программы поддержки предпринимательства, по свидетельству самих предпринимателей, работают не так хорошо, как это задумывалось. Например, в Архангельской области предусмотрена такая форма субсидирования со стороны государства, как компенсация части процентной ставки. Нацелена она на малые фирмы, а пользуются ею в основном средние предприятия. Стоимость техники и оборудования для малой компании в лесозаготовке или в деревообработке не так велика (порядка 100–500 тыс. руб.), и сумма компенсации процентной ставки получается сравнимой с затратами на сбор документов. В то же время проблему составляет не высокий процент, а низкая доступность кредитных средств: финансовая система в регионе пока недостаточно развита, и лишь малая доля банков берет на себя кредитование малого бизнеса.

Не только в России, но и во многих странах поддержка компаний со стороны исполнительной власти направлена на сокращение издержек местных банков или на восполнение финансовых ресурсов, которых у них якобы недостаточно. Часто применяемые инструменты — гарантии по кредитам и субсидирование процентных платежей. В действительности местным банкам обычно недостает умения оценивать риски малых компаний и отбирать наиболее надежных заемщиков. Как следствие, они не способны выдать им ни гарантию, ни кредит, даже если часть издержек на эту операцию субсидируется⁶.

Во-вторых, определенные проблемы с доступом к финансовым ресурсам связаны с *применением упрощенных режимов налогообложения*. Банки очень осторожно относятся к заемщикам, работающим по упрощенной системе, так как их финансовая отчетность практически не позволяет оценить свое финансовое состояние. Это

⁶ Подробный обзор этой проблемы провели специалисты Всемирного банка (IBRD, World Bank, 2007).

затрудняет доступ малых компаний к кредитам и снижает ценность таких режимов налогообложения. Кроме того, низкий порог доходов, требуемый для применения упрощенной системы, фактически ограничивает ее использование лишь микрофирмами. Малые промышленные компании со штатом 50–60 человек уже вряд ли смогут воспользоваться упрощенной системой. И наконец, нынешние упрощенные режимы не подходят для поставщиков, которые работают с компаниями, а не с физическими лицами, ведь это означает оказаться в невыгодном положении по сравнению с плательщиками НДС.

Что делают страны-лидеры по развитию МСБ, чтобы решить проблемы малых компаний в сфере финансирования? Во многих странах правительство способствует развитию инвестиционного кредитования малого бизнеса и стартового (венчурного) кредитования через предоставление специальных льгот или гарантий финансовым посредникам, выдающим такие займы (программы SBIC, 504, 7 (a) и CDC в США, программа CSBF в Канаде). То же самое делается и в России. Но в странах-лидерах финансовый блок системы поддержки связан с другими ее элементами (недвижимость, специальные навыки) и адаптирован для разных стадий развития компаний.

В качестве примера можно привести организацию системы финансирования компаний в Ирландии, где для компаний на начальных стадиях развития действует программа «Субсидирование стартового капитала» («Seed Capital Relief»). Кроме того, на стадии основания компания пользуется поддержкой местных Советов по предпринимательству (Community Enterprise Boards) при проработке плана развития бизнеса. Зарегистрированная компания, испытывающая потребность в расширении своего дела, может воспользоваться программой «Схема роста бизнеса» («Business Expansion Scheme»), на этом этапе ей оказывает поддержку агентство Enterprise Ireland. Комплекс оказывае-

мых услуг уже гораздо шире — от помощи по коммерциализации результатов НИОКР до содействия в продвижении продукции на международные рынки.

Кроме того, в странах-лидерах проводятся регулярные исследования состояния финансирования малых и средних компаний с целью уточнить направления государственной поддержки. Например, в Канаде налажен регулярный мониторинг, который помогает более точно определить их потребности в финансировании и наиболее подходящие формы финансирования (инициатива SME FDI). Аналогичное исследование проводится в Европейском союзе.

Законодательство о банкротстве постепенно реформируется в пользу кредиторов, в 2004 г. это произошло в Бразилии, Португалии, Финляндии, Вьетнаме, Индонезии, Японии и других странах. Улучшение может принести установление четких сроков рассмотрения дел в судах и лишение должников права выкупа заложенного имущества. В странах со средним уровнем дохода на душу населения (к этой группе стран относятся и Россия) доля банковского кредитования в пассивах малых компаний (до 50 занятых) составляет 10%, а крупных (более 500 занятых) — 25%⁷. В странах с неэффективной и долгой процедурой банкротства малые компании лишь на 9% финансируют новые инвестиции за счет банковских кредитов, а крупные — на 34% (разница составляет 25 п. п.). В странах с эффективной процедурой банкротства эта разница между малыми и крупными компаниями составляет всего 4 п. п.⁸

Что делается в последние годы в России для повышения доступности финансовых ресурсов для малого и среднего бизнеса? В первую очередь к числу положительных изменений следует отнести введение упрощенных режимов налогообложения и реализацию региональных программ поддержки.

⁷ См. (Galindo, Micco, 2005).

⁸ См. (World Bank, 2007).

Однако были и такие изменения, полезность которых является спорной.

Во-первых, по упрощенным режимам невозможно произвести вычет НДС. Предложения отменить НДС или заменить его налогом с продаж звучали не раз (в частности, со стороны РСПП), ведь это позволило бы намного сократить бухгалтерские расходы фирм и уравнило бы всех пользователей упрощенных режимов с фирмами, рассчитывающими налоги по общей системе. Министерство финансов имеет другое мнение: замена НДС на налог с продаж нецелесообразна, так как экономика при этом становится менее устойчивой.

Во-вторых, в России с 2002 г. отменена инвестиционная льгота по налогу на прибыль, вместо этого значительно снижена ставка налога и введены правила ускоренной амортизации оборудования. По поводу полезности этой меры есть разные мнения. Инвестиционные налоговые льготы для МСБ используются во многих странах мира. Предпринимательские союзы России, в том числе «ОПОРА РОССИИ», давно добиваются нового введения инвестиционных льгот (вплоть до 100%). Однако позиция Министерства финансов России иная: льгот быть не должно, ускоренная амортизация и так неплохо выполняет их функции. Обоснование позиции Министерства финансов РФ базируется на двух аргументах. Во-первых, льготы могут привести к необоснованному росту инвестиций, а значит, к ослаблению функции автоматического регулирования налога на прибыль. Во-вторых, в отличие от ускоренной амортизации льготы являются нерыночным механизмом и потенциальным источником «теневых» схем.

В 2007 г. государственные банки начали участвовать в кредитовании малого и среднего бизнеса, но, как показывает международный опыт, они пока практически не используют свой ресурсный потенциал. Российский банк развития сегодня не может участвовать в кредитовании МСБ — эта структура изначально ориентирована на

крупномасштабные долгосрочные проекты, что позволяет избежать конкуренции с частным сектором. Установленная минимальная сумма кредита составляет 1 млрд руб., окупаемость проекта должна составлять не менее 5 лет (именно на такие проекты сегодня российские компании предпочитают занимать деньги за рубежом).

Внешторгбанк (ВТБ 24) предлагает специальные кредиты для малого бизнеса⁹, но только предприятиям, работающим на рынке полгода и более и получающим прибыль. То есть кредиты банка могут способствовать росту и развитию успешно работающих предприятий, а не созданию новых фирм. Предлагаются две схемы многоцелевого кредитования: микрокредит (до 850 тыс. руб. на срок до 2 лет) и кредит на развитие бизнеса (до 5 млн долл. на срок до 5 лет). Данные кредитные схемы являются наиболее простыми. Их могут с успехом предложить и частные банки.

С учетом описанных выше проблем, приведенного опыта их решения и различных оценок текущих мер федеральной политики можно предложить следующие рекомендации для исполнительной власти в России:

- осуществлять регулярное исследование состояния финансирования МСБ, аналогичное канадской инициативе SME FDI;
- продолжить реформу национального законодательства о банкротстве;
- увеличить максимальный порог доходов, необходимых для применения упрощенной системы налогообложения, до 50 млн руб.;
- разрешить малым предприятиям, не работающим по упрощенной системе налогообложения, оплату НДС по итогам финансового года;
- профинансировать разработку систем кредитного скоринга МСБ (с учетом упрощенных режимов налогообложения);

⁹ К субъектам малого бизнеса ВТБ 24 относит юридических лиц и частных предпринимателей с объемом годовой выручки не более 90 млн руб.

- привлечь государственные банки к развитию инвестиционного кредитования малого и среднего бизнеса в рамках пилотных проектов (при широком распространении результатов этих проектов);

- стимулировать более тщательную разработку финансовых инструментов поддержки в региональных программах развития предпринимательства и малого и среднего бизнеса.

Общая рекомендация в сфере повышения доступности финансовых средств для малых и средних компаний — это *повышение конкуренции в финансовом секторе*. Если этого не произойдет, малые и средние компании будут еще долго оставаться относительно непривлекательными заемщиками.

Поддержку будет сложно сфокусировать и усовершенствовать без проведения предварительного *исследования потребностей малых компаний в финансировании*. Более того, было бы полезно провести исследование скоринговых систем, применяемых российскими кредитными организациями, чтобы определить направления их совершенствования.

Международная статистика показывает, что *законодательство о банкротстве* — важный фактор, определяющий доступ малых фирм к финансовым ресурсам. В России потенциал повышения использования кредитов малыми фирмами за счет реформирования этого законодательства в пользу кредиторов остается высоким.

Значимость упрощенных режимов налогообложения для российских компаний значительно возрастет, если удастся разрешить три обозначенные выше проблемы. Прежде всего, необходимо *повысить порог доходов*, при котором разрешено их применение, — это создаст для малых фирм дополнительные стимулы к росту.

Малым компаниям, которые не пользуются упрощенными режимами налогообложения, можно предоставить возможность *оплачивать НДС один раз в год* (вместо еже-

квартальной или ежемесячной оплаты). Финансовый цикл подавляющего большинства предприятий меньше одного года, поэтому такое нововведение приведет не только к сокращению административных издержек, но и к росту оборотного капитала.

Для того чтобы российские банки смогли эффективно удовлетворить финансовые потребности малых компаний, им необходимы *новые системы кредитного скоринга*. Они необязательно должны быть основаны на бухгалтерской или налоговой отчетности. Например, банк Wells Fargo, крупнейший специализированный банк кредитования малого бизнеса в США, использует уникальную скоринговую систему, основанную на регулярном учете активов, обязательств и банковских счетов своих заемщиков, а также их кредитной истории. Банк ShoreBank (США), первым принявший местные бизнес-сообщества за основу кредитования, активно использует при оценке кредитоспособности потенциальных заемщиков данные об их денежных потоках (а не бухгалтерскую или налоговую отчетность).

Эти методы работают не только в развитых странах. Например, при поддержке специалистов ShoreBank были разработаны скоринговые системы для банков Азербайджана и Грузии, обучены местные специалисты по кредитованию.

Залог в России может определяться более гибко, чем это имеет место сегодня. 94% суммы выданных малым фирмам кредитов банка Wells Fargo (по состоянию на 2004 г. — около 5,9 млрд долл.) являлись необеспеченными. Бразильский банк Banco do Nordeste выдает кредиты, обеспеченные не залогом, а поручительством других предпринимателей. В рамках микрофинансовой программы CrediAmigo заемщики объединялись в группы по пять предпринимателей, каждый из которых давал поручительство по займам всех остальных. Эта программа, начавшись с нуля в 1998 г., стала крупнейшей в сфере микрофинансирования в Бразилии к 2003 г.

В России, вероятно, можно стимулировать финансирование малого и среднего бизнеса с помощью аналогичных пилотных проектов и разработок. Пример Banco do Nordeste показывает, что *государственные банки могут привлекаться к кредитованию МСБ* и достигать успеха в этой сфере. Крупным государственным банком, который сегодня кредитует российский малый бизнес, является ВТБ 24. Его программы необходимо совершенствовать в соответствии с лучшим международным опытом, с тем чтобы в дальнейшем распространить этот опыт более широко среди заинтересованных российских банков. Другое возможное решение — *реализация пилотных проектов* консорциумом заинтересованных финансовых институтов.

Наконец, последняя рекомендация по фактору «финансовые ресурсы» — *повышение качества инструментов финансовой поддержки в региональных программах* развития малого и среднего бизнеса: их более четкая фокусировка на те компании, которые более всего нуждаются в субсидиях, а также адаптация процедуры получения средств под их возможности и потребности.

Инфраструктура

Качество инфраструктуры для ведения бизнеса — например, состояние дорог в регионе и доступность качественных офисных помещений — является одним из наиболее специфичных для каждого региона факторов. Качество инфраструктуры зависит не только от общего уровня экономического развития региона, но и от целенаправленных усилий региональной власти по ее развитию. Исследование дает тому наглядное подтверждение при сравнении Республики Татарстан и Архангельской области.

Так, по результатам опроса малых и средних компаний, относящихся к потенциальному кластеру автомобилестроения в Республике Татарстан, производственная, транс-

портная, логистическая и телекоммуникационная инфраструктуры очень благоприятны для их развития. Во многом это является результатом политики правительства республики, в том числе в области создания бизнес-инкубаторов и промышленных парков. В то же время по результатам опроса компаний лесопромышленного комплекса Архангельской области можно заключить, что состояние инфраструктуры в регионе — *настоящая проблема* для развития МСБ. 50% опрошенных компаний считают, что сеть лесных дорог в области совершенно не отвечает потребностям их бизнеса. И отсутствие политики по ее развитию — одна из основных причин такого положения дел.

Фактор инфраструктуры состоит из нескольких элементов:

- доступность земельных участков различного назначения;
- производственная и коммерческая инфраструктуры (производственные и выставочные помещения и т. д.) и сопутствующие услуги (электроснабжение, водоснабжение и т. п.);
- офисная доступность, качество транспортной (в том числе автомобильные и железные дороги) и логистической (в том числе склады, портовые сооружения) инфраструктуры;
- телекоммуникационная инфраструктура.

Земельные участки, в том числе промышленные, лесные, сельскохозяйственные, часто необходимы малым и средним компаниям для создания или расширения бизнеса. Доступность и качество транспортной инфраструктуры в сильной степени влияют на уровень их операционных издержек и конкурентоспособность.

Из-за отсутствия качественных складов компании вынуждены самостоятельно организовывать хранение продукции. Отсутствие офисов надлежащего класса может служить препятствием для иностранной компании инвестировать в экономику региона или открыть свое представительство (что имеет

место в Архангельской области). А недостаток производственной инфраструктуры или сложности с подключением к электрическим мощностям является мощным барьером для новых компаний.

По результатам исследования каждого из перечисленных элементов были выявлены следующие проблемы:

- сложности с получением земельных участков в собственность или в аренду;
- дефицит качественной промышленной/коммерческой недвижимости;
- проблемы взаимодействия с естественными монополиями (РАО «ЕЭС», РАО «РЖД»);
- дефицит и низкое качество дорог.

По результатам нашего исследования, в подавляющем большинстве случаев источником проблем с получением земельных участков является сама процедура передачи участка региональными или местными властями его потенциальному покупателю. Неподготовленность этих участков (например, необходимость прокладки коммуникаций) является для малых компаний непреодолимым барьером: подготовкой и развитием земельных ресурсов занимаются либо специализированные фирмы-девелоперы (в России этот бизнес лишь начинает развиваться), либо очень крупные компании. Для малого бизнеса актуально также то, что в условиях общего дефицита подготовленной земли и качественной складской и офисной недвижимости политика арендодателей в целом является недружелюбной по отношению к его представителям. Это выражается в нестабильности условий контракта, в том числе в резком повышении цен и в незаинтересованности арендодателей в улучшении качества принадлежащей им недвижимости.

Барьеры для развития МСБ возникают также в связи с дефицитом инвестиций в *транспортную инфраструктуру*. Особенно актуально это для больших по площади регионов — таких, как Архангельская область. Предприниматели ЛПК региона сетуют не

только на отсутствие лесных дорог, но и на низкое качество покрытия автомобильных дорог, а также на то, что их ремонт давно не производился. Железные дороги являются основным средством транспортировки грузов в ЛПК, и еще одной проблемой лесопромышленников становится политика монополиста: ограничение доступа к железной дороге, ветхость вагонов, несоблюдение графиков транспортировки, установление необоснованных сборов.

Помимо перечисленных проблем, в указанных регионах малые предприятия испытывают *трудности с энергообеспечением и подключением мощностей*. Ценовая политика РАО «ЕЭС» одинакова для всех фирм, так что чем меньше фирма, тем большую нагрузку представляет для нее подключение новых мощностей. И тот факт, что о подключении каждый арендатор должен заботиться самостоятельно, существенно увеличивает для него нагрузку.

Очень показателен опыт Республики Татарстан по созданию индустриального парка «КИП-Мастер», в связи с чем кардинально изменилась ситуация с промышленной недвижимостью в г. Набережные Челны, получило стимул создание новых компаний — поставщиков ОАО «КамАЗ». В промышленном парке проблемы доступности недвижимости, стабильности цен, подключения новых мощностей и другие решаются арендодателем — управляющей компанией парка.

Во многих странах мира решением проблем МСБ является создание особых экономических зон (ОЭЗ), промышленных парков и бизнес-инкубаторов. Иногда эти программы иницируются государством, как, например, в Южной Корее (1991 г.). В ходе реализации программы были созданы 5 специализированных промышленных парков для МСБ и 12 производственных комплексов для МСБ (комплекс подготовленных производственных и офисных помещений, которые сдаются в аренду частями). Комплексы были построены в наиболее урбанизированных

регионах, в том числе в Сеуле, и позволяли удовлетворить потребности и начинающих предпринимателей, и более зрелых фирм в расширении площадей. Финансирование и реализация программы осуществлялись Корпорацией малого бизнеса Кореи. Эти парки и комплексы стали производственными площадками для более 1000 малых и средних компаний. Кроме того, важной частью политики стимулирования роста бизнеса во всем мире являются также бизнес-инкубаторы. Их деятельность более важна для инновационных отраслей и для начинающих компаний. Необходимо подчеркнуть, что значимым фактором успеха их работы являются критерии отбора компаний и четкие сроки нахождения резидентов в бизнес-инкубаторе. Чем лучше определены эти критерии, тем больше деятельность бизнес-инкубатора способствует возникновению и росту местных компаний и отбору наиболее успешных из них.

Бизнес-инкубаторы и промышленные парки должны рассматриваться как виды инфраструктуры, которые способствуют развитию бизнеса на разных стадиях его роста. Недостаток инфраструктуры, соответствующей какой-то одной стадии роста компаний, тормозит процесс роста фирм в целом. Важно также, что в интересах развития малого бизнеса часто создаются «оазисы», в которых решаются проблемы не только инфраструктуры, но и многие другие. Эти «оазисы» являются частью общей региональной политики, направленной на стимулирование предпринимательства среди местных жителей, на создание именно местных компаний — производителей продукции с высокой добавленной стоимостью.

Такая политика (economic gardening) в первую очередь характерна для Великобритании и США, особенно показателен опыт города Литлтон, штат Колорадо (Littleton, Colorado). В 1987 г. правительство этого малого города решило использовать имеющиеся промышленные парки для то-

го, чтобы развивать местный бизнес вместо привлечения компаний из других регионов. С этой целью были созданы максимально благоприятные условия для местных компаний, работающих в этих парках, что привело к росту их числа, к увеличению общей занятости и инновационной активности. Важным дополнением к разнообразным льготам была программа повышения квалификации персонала, качества продукции, содействия маркетинговым исследованиям. Результатом стало создание таких местных компаний, которые нанимали именно высококвалифицированных работников и платили им относительно высокую зарплату по сравнению с «пришлыми» крупными компаниями, рассматривавшими город как источник дешевой рабочей силы.

С учетом описанных выше проблем и приведенного опыта их решения можно предложить следующие рекомендации для исполнительной власти в России:

- совершенствовать регулирование рынка земли, содействовать росту предложения земельных участков;
- ускорить формирование земельного кадастра по регионам;
- создавать комплексные «оазисы» развития МСБ в регионах, где на ограниченной территории для компаний все эти проблемы были бы решены;
- при планировании хода реформ естественных монополий (РАО «ЕЭС», РАО «РЖД») учитывать дополнительные издержки для МСБ, к которым приводит задержка реформирования;
- формировать более дружелюбное отношение естественных монополий к малому бизнесу, использовать влияние ассоциаций и региональных властей;
- развивать механизмы частно-государственного партнерства в крупных проектах строительства инфраструктуры (например, дорог);
- создавать и реализовывать специальные федеральные целевые программы — отраслевые стратегии развития инфраструк-

туры для лесопромышленного и агропромышленного комплексов.

Дефицит земельных участков зависит от соотношения спроса и предложения. Дефицит предложения может быть естественным (приводит к повышению цен), а может быть искусственно вызван сложившимся на рынке порядком предоставления земельных участков (приводит к ценовой дискриминации). Во многих регионах — например, в Пермском крае — это искусственный дефицит. Проблемы с земельными участками нередко обусловлены не отсутствием земли как таковой, а неподготовленностью земельных участков для строительства и необходимостью проведения ряда подготовительных работ (как в Архангельске) либо отсутствием нормальной рыночной процедуры, позволяющей заинтересованным инвесторам приобретать земельные участки (как в Пермском крае). Решение данной проблемы предлагается следующее: сделать правила предоставления участков более прозрачными и стимулирующими инвестиции, а также предусматривать государственное финансирование для межевания и подготовки участков.

Создавать «оазисы» означает строить в комплексе правильно запланированные и организованные промпарки, бизнес-инкубаторы и т. д., которые позволяют обеспечить малым и средним предприятиям благоприятную среду для развития на всех этапах их роста.

Существенную роль в региональной экономике играют *промышленные парки*. Региональная администрация более всего заинтересована в развитии промышленных парков на своей территории по ряду причин, главная из которых заключается в том, что такой проект способствует повышению конкурентоспособности всего региона. В то же время анализ российской практики показывает, что на региональном уровне барьеры для реализации подобных проектов относительно низкие, однако, к сожалению, практических действий по этой реализации в ре-

гионах почти не предпринимается (исключением является Республика Татарстан).

Сегодня основными барьерами, препятствующими созданию в России промышленных парков, являются барьеры федерального уровня. Приведем некоторые рекомендации для правительства по устранению подобных барьеров:

- изменения в законодательстве и регулировании, касающиеся данной проблемы;
- меры по распространению лучшей практики;
- финансирование пилотных инициатив;
- создание ограниченного числа государственных промышленных парков.

Сам факт новизны промышленных парков для бизнеса и власти в России указывает на возможность существования пробелов в законодательстве и регулировании. Они становятся причиной дополнительных затрат для управляющих компаний по организации парков, а для регионов — по их включению в план территориального развития.

Первым барьером является неопределенность, возникающая из-за того, что термин «промышленный парк» в отличие, например, от родственного термина «бизнес-инкубатор» законодательно нигде не определен. Это приводит к сложностям при создании региональных программ развития промышленности.

Второй барьер — особенности процедуры зонирования территории, применяемой сегодня: слишком много времени уходит на оформление земельных участков в собственность или долгосрочную аренду, на их перевод в необходимую категорию. Самостоятельное оформление строительными компаниями документов и получение земельных участков проходит множество согласований и отнимает очень много времени. В результате возникает дефицит участков под жилищную застройку, а это одна из основных причин роста цен на жилую недвижимость в 2005–2007 гг. При упрощении процедуры оформления участков снизятся

временные и денежные затраты управляющих компаний и, в конечном итоге, необходимые платежи резидентов.

Третий барьер — морально устаревшие Строительные нормы и правила, в которых не учитываются современные технологии промышленного строительства и производства. Согласно этим нормам санитарные и охранные зоны вокруг предприятий необоснованно велики, что снижает плотность застройки промышленного парка, его экономическую эффективность и конкурентоспособность по сравнению с аналогичными проектами в других странах.

Четвертым барьером являются некоторые особенности существующего антимонопольного законодательства, нередко рассматриваемые регулируемыми органами как запрет на предоставление льгот резидентам промышленного парка. Например, в 2006–2007 гг. в ряде регионов прокуратуры подали протесты против законов, устанавливающих такие льготы. Такое положение вещей в долгосрочной перспективе может оказать сильное негативное влияние на инвестиционную привлекательность России, так как в других странах (Южная Корея, Китай, Индонезия, Вьетнам) льготы обычно предоставляются, как это было описано выше. Отчасти эта проблема связана и с первым барьером.

Пятый барьер — проблемы взаимодействия управляющих компаний парков с естественными монополиями. Сегодня монополии определяют базовые параметры конкурентоспособности промышленного парка — доступность транспортных путей (РЖД), снабжение парка электричеством (РАО «ЕЭС»), газом («Газпром»), водой (местный «Водоканал»), теплом (местные ТЭЦ). Федеральные власти могут не только ускорить процесс реформирования монополий, который приведет в конечном счете к росту мощностей и снижению цен, но и повысить их ориентацию на клиентов, выступив посредником в переговорах управляющих компаний и защитив их интересы.

После устранения барьеров в законодательстве логично было бы перейти к более прямым и активным действиям: принять участие в информировании, в передаче лучшего опыта и в повышении квалификации в области создания промышленных парков. Способы, применяемые в большинстве стран мира и в международных организациях (например, ЮНИДО), традиционны: издание методических пособий, анализ зарубежной практики, организация тренингов и программ обучения специалистов.

К сожалению, благотворное влияние плотных проектов очень ограничено. Даже осуществление всех перечисленных мер по сокращению общего уровня затрат на создание промышленных парков и по развитию инфраструктуры в регионах может оказаться недостаточным.

Прямую поддержку созданию промышленных парков можно оказать в форме программы развития парков в промышленно неразвитых или экономически депрессивных регионах, где есть возможность предусмотреть преференции для всех управляющих компаний или потенциальных резидентов этих промышленных парков (например, налоговые льготы, субсидии на разработку дорогостоящего технико-экономического обоснования проекта или гранты для управляющей компании). Софинансирование деятельности управляющей компании, в свою очередь, может быть фиксированным, зависеть от прибыли или иных достигнутых результатов, может принимать форму совместных инвестиций. База для разработки предлагаемой программы может быть заложена уже в федеральной стратегии развития регионов России.

Процесс инвестирования и предоставления льгот в этом случае можно представить в виде трех этапов: финансирование разработки технико-экономического обоснования и составления мастер-плана; разработка программы федеральной или региональной поддержки промышленных парков; организация тендера для частных

управляющих компаний на создание этих парков.

Большое значение имеет *развитие механизмов частно-государственного партнерства* в крупных проектах строительства инфраструктуры (например, дорог). Эту функцию во многих странах выполняют так называемые «институты развития»¹⁰, в том числе международные финансовые организации (например, МБРР).

Создание промышленных парков и деятельность институтов развития — необходимые, но недостаточные меры. Развитие инфраструктуры (и меры по адаптации отраслевого регулирования) необходимо предусмотреть при *разработке отраслевых стратегий развития инфраструктуры*. Например, для лесной промышленности и сельского хозяйства их лучше оформить в виде федеральных целевых программ. В качестве приоритетных направлений развития инфраструктуры можно выделить следующие: лесные дороги и лесовосстановление, защитные лесопосадки и мелиорация.

В долгосрочной перспективе на рост малых и средних фирм в России (на доступность специализированной инфраструктуры для них) будет также влиять реформа естественных монополий: РАО «ЕЭС», РАО «РЖД» и др. По примеру США можно сделать естественные монополии более «дружелюбными» к малому бизнесу, используя влияние ассоциаций и региональных властей.

В случае если развитие МСБ будет объявлено национальным приоритетом, распространить один такой пример на многие регионы будет достаточно легко.

Административные барьеры

До сих пор одно из основных препятствий на пути роста бизнеса представляют собой административные барьеры, в том числе деятельность регулирующих и проверяющих

органов (налоговая инспекция, экологическая и пожарная инспекции, органы милиции и др.), препятствующая нормальной работе компаний. Указания на значимость для бизнеса таких барьеров подтверждается и настоящим исследованием, и многими другими¹¹. Однако важным является правильное и корректное описание данной проблемы, так как фактор административных барьеров имеет сложную структуру.

Во-первых, по мнению большинства опрошенных руководителей компаний, проблему для их бизнеса представляет *процедура налогового администрирования*. Среди причин этого можно указать не только многочисленные проверки, но и низкое качество работы налоговой службы. Например, по словам владельцев пекарен в Краснодарском крае, сотрудники налоговой инспекции в течение продолжительного времени предъявляли им к оплате счета на незначительные суммы, заявляя об ошибках в расчете налогов, и в качестве обеспечения останавливали движение средств по счету. Когда же выяснялось, что ошибки делали сами инспектора, предприниматели уже не могли рассчитывать на компенсацию понесенных потерь. На их неоднократные жалобы в ФНС и в партийные организации «Единой России» не было получено ни одного ответа; определенные результаты были достигнуты только после их обращения к руководству региона. Эта ситуация стала причиной закрытия бизнеса несколькими предпринимателями.

Во-вторых, не меньшую проблему представляет собой *поведение инспекторов во*

¹⁰ В России таким институтом является недавно созданный Банк развития.

¹¹ К примеру, в совместном исследовании ЦЭФИР и Всемирного банка «Мониторинг административных барьеров развития малого предпринимательства. Раунд 6» (2006) указывается, что внеплановым проверкам, значительная доля которых проводится без предъявления предписания, систематически подвергаются одни и те же фирмы, а доля незаконных штрафов, взимаемых разными проверяющими органами, составляла в 2006 г. от 18 до 45%. До 13% малых предприятий испытывали давление в целях получения взятки.

время проверок. Органы могут и не стремиться к получению взяток при проведении проверки, однако могут, например, требовать составления документов, которые совсем не нужны предприятию. Результаты интервью указывают на то, что органы чаще приходят с инспекцией на прибыльные, успешно работающие (а потому платежеспособные) предприятия. В качестве примера можно привести одну из мебельных фабрик в Архангельской области. Убыточную фабрику долгое время не посещала ни одна инспекция, но как только она перешла к новому владельцу и перестала быть убыточной, проверка не заставила себя ждать. Многие предприятия сектора ИКТ в Томской области по аналогичным причинам «не хотят расти»: чем крупнее бизнес, тем больше к нему «ходит» проверок, тем больше возникает поводов для претензий. Подобное систематическое поведение инспектирующих органов приводит к «отрицательному отбору»: наиболее эффективные компании встречаются на пути своего развития с самыми сильными барьерами.

Две описанные проблемы носят особенно негативный характер, поскольку в целом российская система налогообложения является достаточно благоприятной для бизнеса. В России размеры основных налогов (на прибыль, на доходы физических лиц, НДС и т. п.) являются достаточно низкими с точки зрения международной практики. Однако чрезмерно сложные для бизнеса процедуры расчета и уплаты налогов, низкое качество налогового администрирования, непрофессионализм и ошибки сотрудников налоговых органов практически полностью нивелируют возможный положительный эффект от самой системы налогообложения. Показательным примером может служить ситуация с налогом на добавленную стоимость, величина которого является относительно низкой по сравнению с другими странами, но при этом НДС представляет собой постоянную «головную боль» для всех руководителей и бухгалтеров малых и средних пред-

приятий из-за «практической реализации» схемы уплаты данного налога.

В-третьих, в отдельных отраслях (например, в пищевой промышленности) важной проблемой остается *отраслевое регулирование*, в том числе процедура получения лицензий. Так, регулирующие органы, требуя от бизнеса составления определенных документов, рекомендуют обращаться за ними в те организации, с которыми они аффилированы.

Эти организации, в свою очередь, по завышенным ценам готовят документы/лицензии, по которым они сами не несут никакой ответственности. Такая практика является незаконным навязыванием платных услуг и нарушением конкуренции.

Наконец, лицензионные требования до сих пор не являются вполне адекватными технологии производства, их не всегда можно обосновать защитой интересов потребителя. Так, в пищевой промышленности любое сколь угодно малое изменение рецептуры продукта требует получения нового разрешения, что представляет собой серьезную проблему для некоторых краснодарских хлебопеков и кондитеров.

Решение данных проблем бизнеса в первую очередь зависит от исполнительной власти федерального и регионального уровней, так как административные барьеры создаются в процессе деятельности органов власти и их взаимодействия с компаниями. Соотношение роли региональной и федеральной власти в решении проблем административных барьеров, создаваемых конкретным ведомством, зависит от того, в чьем подчинении находится это ведомство.

Региональными службами, деятельность которых выступает источником административных барьеров, являются прежде всего службы строительного надзора и пожарная инспекция. Гораздо внушительнее выглядит список органов федерального уровня, качество работы которых оказывает непосредственное влияние на деятельность фирм, в том числе через проведение проверок или

выдачу разрешений (сертификатов, лицензий):

- Министерство внутренних дел (МВД);
- Федеральная миграционная служба (ФМС);
- Федеральная служба по труду и занятости (Роструд);
- Федеральная налоговая служба (ФНС);
- Федеральная таможенная служба (ФТС);
- Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор);
- Федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору (Ростехнадзор);
- отраслевые министерства и агентства.

Среди причин, по которым данные органы создают излишние административные барьеры для бизнеса, первой можно назвать *отсутствие заинтересованности в развитии местных компаний*. Органы власти, особенно федерального уровня, не ставят перед собой такие цели и задачи по развитию в регионах бизнеса, в том числе малого и среднего, так как основные выполняемые ими функции никак не связаны с бизнесом.

Вторая причина: *федеральные органы неподконтрольны тем структурам, которые более заинтересованы в развитии местного бизнеса* и могли бы оказать на него соответствующее влияние. Региональная власть, более заинтересованная в развитии малых фирм в качестве, например, налоговой базы, не имеет решающего влияния на территориальные органы ФНС, так как они находятся в федеральном подчинении. Федеральные министерства экономического блока тоже в основном не имеют влияния на службы, которые создают проблемы для бизнеса.

Третья причина: *федеральные структуры пока не обеспечивают более или менее стандартное качество работы своих подразделений в регионах*. Например, различия в качестве налогового администрирования

между региональными отделениями ФНС не меньше, чем различия в качестве работы пожарной инспекции. Это объясняется тем, что качество работы органов зависит прежде всего от их сотрудников, а с переходом некоторых инспекций в федеральное подчинение массовых изменений в кадровом составе не произошло.

Как можно устранить эти причины?

Если обратиться к опыту стран, лидирующих в развитии предпринимательства и МСБ, стоит выделить в первую очередь следующие моменты:

- повсеместное и обязательное применение регулярного анализа воздействия регулирования на МСБ (Regulatory flexibility legislation model — в США, PBRI — в Канаде, RIA — в Ирландии);

- наличие специальных представителей интересов МСБ в правительстве (государственный секретарь по МБ и туризму — в Канаде, руководитель SBA — в США, руководитель SMBA — в Корее);

- наличие специальных служб или комиссий, занимающихся мониторингом состояния МСБ и реализации политики в этой области (Президентская комиссия — в Корее, Адвокатура МБ — в США, Форум МБ — в Ирландии);

- наличие специальных служб, работающих с жалобами МСБ на действия органов власти (Служба национального омбудсмена SBA и 10 региональных Комиссий справедливости — в США, Колл-центр для МСП SMBA — в Корее);

- действие соглашений о сотрудничестве органов правительства в развитии МСБ (Соглашение о приоритетах и Team Canada — в Канаде, Соглашение о социальном партнерстве — в Ирландии) или организация их совместной деятельности в рамках целевых программ (в США).

С учетом этого можно предложить следующие рекомендации:

- включить в систему целей федеральных министерств и указать их в докладе о работе и основных направлениях деятель-

ности (ДРОНД) цели, приоритеты или задачи, связанные с развитием МСБ или совершенствованием регулирования, определить сферы ответственности министерств за развитие МСБ;

- при разработке новых систем оценки эффективности органов власти, оказывающих влияние на развитие МСБ, учитывать интересы МСБ (в частности, при определении окончательного списка критериев оценки эффективности ФНС, разработанных Министерством финансов);

- обеспечить постоянную защиту интересов МСБ в правительстве России при разработке новых регулирующих актов и непосредственное участие малых фирм или их ассоциаций в процессе разработки / экспертной оценки таких актов;

- включить дополнительные показатели, характеризующие состояние МСБ, в Методику оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации;

- разработать механизм взаимодействия федеральных и региональных органов власти (например, рамочные соглашения), которые позволили бы пресекать деятельность региональных подразделений федеральных служб, препятствующую нормальному развитию МСБ в регионе;

- учредить межведомственную Комиссию по предпринимательству и МСБ при президенте России или председателе правительства России.

Федеральные службы, агентства и отраслевые министерства, оказывающие влияние на конкурентоспособность малых и средних компаний, не будут заинтересованы в развитии МСБ, если такая цель не указана в их основополагающих документах и в ДРОНД вышестоящего министерства. К этим министерствам относятся:

- Министерство здравоохранения и социального развития;
- Министерство природных ресурсов;
- Министерство промышленности и энергетики;

- Министерство сельского хозяйства;
- Министерство транспорта;
- Министерство финансов;
- Министерство регионального развития.

Во вторую очередь — министерства, не связанные непосредственно с развитием МСБ, но оказывающие серьезное влияние на деятельность компаний:

- Министерство внутренних дел;
- Министерство по чрезвычайным ситуациям.

В настоящий момент в ДРОНД этих организаций не указаны цели, связанные с повышением общественной эффективности их деятельности, с развитием бизнеса или с упрощением регулирования, несмотря на то что они или подчиненные им службы и агентства оказывают непосредственное влияние на развитие МСБ. В отдельных случаях система критериев оценки является противоречивой. Например, пока собираемость налогов (а не выполнение норм налогового законодательства и сроков уплаты налогов) будет основным критерием оценки эффективности работы ФНС¹², вряд ли налоговые инспекции в регионах будут в сильной степени заинтересованы соблюдать интересы бизнеса.

На основе анализа ДРОНДов министерств и вышеописанных проблем российских компаний в ДРОНДы могут быть добавлены дополнительные формулировки.

Формулировка *«Достижение максимальной общественной эффективности регулирования»* (например, «Развитие способностей выполнять текущие и новые возникающие обязанности» — в СЕАА, Канада, или «Стать министерством, которое является ответственной и ориентированной на результат организацией» — в ЕРА, США). Эта формулировка является наиболее общей

¹² Критерии оценки эффективности работы ФНС были утверждены после отчета руководителя ФНС М. П. Мокрецова о работе службы на заседании правительства России 21 июня 2007 г.

и применяется федеральными ведомствами в США и Канаде. Она предполагает проведение ведомством анализа общественных выгод и издержек, связанных с его деятельностью, и оценку этой деятельности на основе показателей общественной эффективности / добавленной стоимости.

Формулировка *«Сокращение общественных затрат на исполнение регулирования»* (например, «Защита потребителей посредством справедливого и эффективного регулирования», «Обеспечение эффективности регулирования» — в CFIA, Канада, или «Сделать максимальной гибкость регулирования и искомые выгоды и стимулировать развитие рабочих мест с гибким графиком работы» — DOL, США). Эта формулировка является более узкой. Она, например, стимулирует ведомство, ответственное за охрану окружающей среды, для сокращения выбросов и отходов внедрять программы поощрения соблюдения экологических требований и добровольного сокращения выбросов вместо того, чтобы наращивать процедурную нагрузку на компании. При этом интересы бизнеса должны учитываться при разработке экологических нормативов и программ, поощряющих соблюдение экологических требований и стандартов.

Такая формулировка не обязывает орган власти устанавливать связи между определенными статьями затрат/выгод и рассчитывать эффективность. Однако она может прямо устанавливать ответственность органа власти за создаваемые им административные барьеры. Например, в Департаменте труда США приняты следующие индикаторы достижения цели гибкого регулирования: доля регулирующих актов, оказывающих значимое воздействие на бизнес, которые были пересмотрены; доля регулирующих актов, которые было решено отменить или пересмотреть.

Формулировка *«Развитие бизнеса и обществ в определенных типах местности»* (например, «Межведомственные инициа-

тивы в области развития села, бизнес-услуг для фермеров, человеческого капитала агрофирм» — AAFC, Канада, или «Расширить экономические возможности в сельской местности», «повысить качество жизни в сельской местности» — USDA Rural Development mission, США). Такая формулировка определяет более широкую сферу ответственности власти — развитие местных сообществ и бизнеса, чья жизнь и деятельность тесно связана с определенным типом местности и родом деятельности, который регулируется данным органом. Так, органы власти по развитию лесного хозяйства могут иметь целью повышение качества жизни «лесных сообществ», а регулирующие органы в области сельского хозяйства — взять на себя ответственность за социальное развитие села.

Если подобные формулировки будут включены в систему целей министерств, вторым этапом обеспечения интересов МСБ может стать внедрение постоянного мониторинга влияния разрабатываемых программ и положений на малые и средние фирмы. Например, в США все регулирующие акты ведомств разрабатываются в соответствии со специальной процедурой, предусмотренной Законом о гибком регулировании. Эта процедура обязывает ведомство согласовывать принимаемый акт с главным советником Адвокатуры SBA, если этот акт может оказать существенное воздействие на малые компании в США. В Канаде политика в области регулирования обязывает ведомства проводить консультации с заинтересованными сторонами при разработке новых законов и актов. В конечном счете, регулирование должно согласовываться с органом, эффективность работы которого оценивается по развитию МСБ в стране.

На региональном уровне система оценки эффективности администраций также должна включать показатели развития предпринимательства и МСБ. Сегодня в «Методике оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Рос-

сийской Федерации»¹³ предусмотрены всего три показателя, характеризующих усилия и достижения субъекта в области развития малого бизнеса:

- 1.1.5. Доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) малых предприятий в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций.

- 1.1.6. Доля продукции, произведенной малыми предприятиями, в общем объеме валового регионального продукта.

- 1.1.7. Расходы консолидированного бюджета субъекта Российской Федерации на поддержку и развитие малого предпринимательства.

Эти показатели объективно характеризуют результаты развития компаний (вклад малого бизнеса в создание стоимости и его роль на рынке труда), однако не упоминают и никак не отражают достижения среднего бизнеса, несмотря на то что администрация в равной степени несет ответственность за успешное развитие и малых, и средних компаний. Более того, они указывают лишь один из источников их достижений: финансовое участие региональной власти. К сожалению, на абсолютные значения этих индикаторов оказывает влияние отраслевой портфель региона, и эффективность политики региональной администрации можно оценить, лишь зная показатели их динамических рядов. Сами по себе эти показатели никак не характеризуют эффективность региональной администрации в развитии предпринимательства и МСБ.

Кроме того, данные показатели не несут качественной информации о состоянии малого бизнеса (инвестиционная и инновационная активность компаний) и совершенно не характеризуют сферу предпринимательства — создание новых компаний. В результате может получиться, что бурный рост доли малых компаний в ВРП и в занятости при

действующей администрации может быть результатом активных усилий предыдущей администрации по стимулированию создания новых фирм, инвестирования и инноваций. Однако низкая текущая «рождаемость» фирм будет означать замедленный рост (или спад) целевых показателей в будущем.

Дополнить список могли бы следующие индикаторы:

- доля малых и средних компаний региона в инвестициях в основной капитал;
- доля малых и средних компаний в расходах на НИОКР и внедрение инноваций;
- доля созданных в текущем году компаний, % их общего числа.

Индикаторами качества работы администрации по снижению административных барьеров могут быть:

- уровень административных барьеров в регионе (по мнению руководителей компаний);
- сокращение издержек малых и средних фирм в связи с совершенствованием регулирования.

Эти индикаторы можно определить на основании опроса, либо путем расчета издержек по собственным оценкам региональной администрации, либо по данным независимых опросов (например, исследование «ОПОРЫ РОССИИ» «Условия и факторы развития малого предпринимательства в регионах России»).

Индикаторы административных барьеров в российских регионах зависят от деятельности не только региональной и местной власти, но и федеральных инспекций. Инспекции в целом проявляют мало заинтересованности в отношении развития малого бизнеса и практически не взаимодействуют по этому поводу с региональной и местной властью. Таким образом, у местных и региональных администраций сегодня недостаточно рычагов, которые позволили бы им выступать в роли гарантов стабильности условий ведения бизнеса в регионе.

Можно предложить следующие варианты решения этой проблемы:

¹³ Методика утверждена 18 июля 2007 г.

- разработать рамочные соглашения о сотрудничестве между территориальными органами ФНС и подразделениями региональной администрации по развитию МСБ;

- создать в региональной администрации специальную должность независимого арбитра, ответственного за прием и разбор жалоб на действия как федеральных служб, так и органов самой администрации.

Реализация разработанных целей или приоритетов развития МСБ на федеральном уровне может быть подкреплена соответствующими инициативами федеральных органов власти. Так, в Канаде в 2006 г. министр по налогам и сборам поставил перед своим ведомством цель сократить бремя регулирования. Было предпринято систематическое исследование, и в 2007 г. были внедрены основные рекомендации по его итогам¹⁴.

Мониторинг качества работы федеральных и региональных органов власти может обеспечиваться специальной комиссией при председателе правительства России или при президенте России. Комиссия может иметь функции, аналогичные функциям Президентской комиссии в Корее, в том числе проводить периодическую оценку административных барьеров и оценивать качество работы министерств. Для оценки также можно использовать статистику и ежегодные опросы — например, как в Ирландии или в Канаде¹⁵.

Рекомендация исследования: создать межведомственную комиссию с такими функциями при президенте России (или председателе правительства России). В ее состав должны войти представители всех административных органов и представители регионов на принципах ротации (как, например, в Президиуме Госсовета РФ). Координацию ее работы логично будет поручить МЭРТ РФ.

Реализация предложенных рекомендаций представляет собой реформу регулирования и требует разъяснений по процессу ее проведения. В этой связи полезно указать на лучший мировой опыт проведения подобных реформ в Ирландии¹⁶ и Южной Корее.

Толчком к масштабной реформе регулирования в Корее стал азиатский финансовый кризис 1997 г. Долгосрочные цели реформ были следующими:

- повысить общее качество регулирования;
- сделать регулирование более прозрачным;
- ориентировать регулирование на конечного пользователя;
- сделать регулирование более комплексным (ориентированным на конкретные проблемы, но включающим сферу ответственности сразу нескольких министерств).

С самого начала важную поддержку реформе оказывал президент страны. Органами, координирующими реформу, являются Комитет по реформе регулирования (с 1998 г.) и Рабочая группа по реформе регулирования (с 2004 г.). Оба органа возглавляются премьер-министром страны.

Комитет состоит из 25 человек (18 представителей бизнеса и 7 представителей власти) и возглавляется совместно премьер-министром и одним из 18 представителей частных организаций, которого назначает президент страны. Секретариатом комитета является Офис реформы регулирования в администрации премьер-министра (40 сотрудников и 3 внешних эксперта) под руководством заместителя премьер-министра по реформе регулирования.

На первом этапе (в течение 1998 г.) только что созданный Комитет по реформе регули-

¹⁴ См. описание международного опыта — политики развития МСБ в Канаде.

¹⁵ См. подробнее в соответствующих разделах, посвященных описанию международного опыта.

¹⁶ В Ирландии реформа началась по инициативе премьер-министра в 2004 г. и продолжается до сих пор. Опыт Кореи представляется особенно важным, так как он демонстрирует, насколько быстро можно достичь конкретных положительных результатов с помощью правильной политики реформ.

рования пересмотрел 11 000 регулирующих актов. Из них половина была отменена и еще примерно 2400 документов подверглись серьезным изменениям. Целью этих мероприятий было масштабное дерегулирование экономики, направленное на выход из кризиса.

Результатом этих мероприятий стало снижение барьеров входа на рынок электроэнергии, а также введение механизмов конкуренции в секторе международной и дальней связи на рынке телекоммуникаций (в результате чего корейский сектор телекоммуникаций и мобильной связи с того времени вырос в несколько раз и стал одним из лидирующих в мире). Были снижены и таможенные барьеры: отмена программы диверсификации импорта, запрещавшей импорт из Японии, а также снятие или снижение ограничений на иностранное владение активами привели к росту внешней торговли в 1,5 раза (с 32 до 48% ВВП) и к буму портфельных инвестиций.

В том же 1998 г. четыре агентства, регулировавших финансовый рынок в стране, были объединены в Службу финансового надзора (Financial Supervisory Service). Были разрешены все формы слияний и поглощений. Коммерческий кодекс был изменен с целью укрепления защиты интересов миноритарных акционеров, а также повышения финансовой ответственности директоров компаний — как формальных, так и реальных. В течение одного года количество отраслей, закрытых для прямых иностранных инвестиций, сократилось с 53 до 24. Все эти меры касались ограничения экономической роли чеболей (корейских бизнес-групп) и были бы недостаточными без мер по укреплению малых и средних предприятий. Регулирование, закреплявшее их привилегии, осталось практически без изменений; кроме того, МСБ была оказана очень большая финансовая поддержка. Такая политика, проводимая с 1998 г., привела к банкротству более половины из 30 бизнес-групп, при этом средний ежегодный темп роста ВВП на душу населения в 1999–2005 гг. составлял 4,5%, а занятость росла на 1,4% ежегодно.

Комитет по реформе регулирования с 1998 г. внедрял в органах правительства методы анализа регулирующих актов (RIA), анализировал все принимаемые постановления на предмет их влияния на бизнес и оценивал ход реформ. Политика была ориентирована на сокращение бремени регулирования. С 2003 г. администрация нового президента взяла более широкий курс на повышение общего качества регулирования. В частности, новыми целями стали: ориентация системы оценки реформы регулирования на качественные показатели (а не только на количественные, как это было ранее) и расширение участия общественных организаций в реформе.

В 2004 г. начала свою работу Рабочая группа по реформе регулирования, которая включает 26 чиновников и 24 независимых эксперта. В отличие от комитета, она рассматривает те проблемы регулирования, которые выносятся на повестку дня бизнесом, и обеспечивает согласованную работу нескольких министерств по совершенствованию регулирования. К июлю 2006 г. Рабочая группа разработала 1421 план совершенствования тех или иных регулирующих положений. В том же году был создан Центр разрешения вопросов бизнеса (Business Difficulties Resolution Center, BDRC) — «единое окно» для урегулирования вопросов, связанных с административными барьерами, вызванными регулированием. Его деятельность направлена на разработку рекомендаций по решению тех проблем, которые ставятся перед ним предпринимателями. Из 1337 проблем, рассмотренных Центром к июлю 2006 г., 774 проблемы были решены.

Для повышения прозрачности регулирования и для сокращения административных барьеров в качестве одного из основных каналов коммуникации с 2000 г. стал использоваться Интернет. Сегодня специальный «портал электронного правительства» для бизнеса является полноценным «единым информационным окном» по вопросам регулирования и программ поддержки.

Функцию аналитического центра в процессе реализации реформы выполняют Корейский институт государственного управления и его Центр по реформе регулирования, который занимается внедрением и совершенствованием методов анализа регулирующих актов, а также регулярными исследованиями, помогающими оценивать влияние тех или иных постановлений.

Важным элементом реформ явился рост влияния «потребителей» регулирования на процесс его создания. Консультирование с заинтересованными сторонами стало обязательным элементом разработки всех постановлений, причем был установлен минимальный срок таких консультаций — 20 дней (в США этот срок больше — 60 дней).

Один из «уроков» реформы в Корее заключается в том, что *необходимо заранее создавать деятельные институты*, которые способны на протяжении многих лет обеспечивать последовательное продвижение реформ и их максимальную политическую поддержку.

Так, в течение 15 лет (с 1989 г.) проходила реформа регулирования предпринимательской деятельности в Мексике. Сначала в 1989 г. было создано Агентство по экономическому дерегулированию, занимавшееся оценкой эффективности регулирования и пересмотром норм. Оно преодолело сопротивление политических групп при полной поддержке президента страны. Агентство долго пыталось внедрять реформу регистрации компаний на федеральном уровне, но в 1998 г. она затормозилась. Лишь в 2000 г. агентство было преобразовано в Комиссию по реформе регулирования — автономный орган в рамках Министерства экономики, имеющий мандат на выдвижение собственных программ и проектов реформ; его глава назначается президентом страны. Одной из первых реформ стало упрощение процедуры регистрации компаний, длительность которой удалось со-

кратить сразу в 20 раз: с 26 до 1,4 рабочего дня¹⁷.

Другой «урок» корейской реформы таков: *необходимо активно привлекать частный сектор к процессу реформ* и предоставлять широкие полномочия ответственным гражданам. Для улучшения инвестиционного климата необходим постоянный диалог с заинтересованными сторонами, который во многих странах мира организуется с помощью представителей ассоциаций национальных компаний, экспортеров и инвесторов в комитетах по улучшению деловой среды. Работа этих органов направлена на получение конкретных результатов: они помогают разрабатывать и проводить реформы. Так, Координационный совет по улучшению инвестиционного климата в Турции содействовал разработке законов о труде и о найме иностранного персонала, о прямых иностранных инвестициях и регистрации компаний, участвовал в реформах таможенной службы, лицензирования, земельного оборота. А в Латвии Регламентирующий комитет по улучшению деловой среды помогает осуществлению реформ в сферах инспектирования, регистрации, налогов, таможни, строительства¹⁸.

В качестве приоритета при реализации политики сокращения административных барьеров в России можно предложить *совершенствование процедур лицензирования*. С одной стороны, это направление в настоящий момент является приоритетным для МЭРТа, с другой — оно заметно выделяется среди многочисленных проблем регулирования в промышленности, на которые обращали внимание предприниматели. Для устранения проблемы незаконного навязывания услуг рекомендуется повысить ответственность лицензирующей организации за выданный ею документ, например, ввести

¹⁷ Подробнее см.: Кикери и др. (2007). Совершенствование инвестиционного климата. Уроки для практиков.

¹⁸ Подробнее см.: Всемирный банк (2005). Доклад о мировом развитии. Как сделать инвестиционный климат благоприятным для всех.

принцип разделения ответственности между ней и лицензируемой фирмой. В этом случае деятельность по лицензированию не была бы уже так «прибыльна».

Повышение конкурентоспособности компаний

Помимо проблем «внешнего» характера, еще одной ключевой проблемой, препятствующей развитию малого и среднего бизнеса в российской промышленности, является категорическая неконкурентоспособность большинства предприятий на международных рынках. Причина этого — «провалы» в ключевых сферах деятельности предприятий, включая:

- отсутствие или слабый уровень развития управления человеческими ресурсами на предприятиях (подбор и оценка персонала, развитие и продвижение персонала, обучение персонала, анализ мотиваций и стимулирование персонала и т. п.);
- слабые навыки в сфере экспорта товара за пределы региона и за пределы страны (неумение определять целевые рынки, отсутствие культуры деловой переписки и переговоров, слабые навыки в области маркетинга на зарубежных рынках, незнание специфики местных рынков и т. п.);
- отсутствие или плохо организованный процесс проведения исследований и разработок и создания инноваций на предприятиях;
- крайне слабые навыки в области маркетинга и создания фирменных / продуктовых брендов (многие компании часто находят оригинальные решения в сфере так называемого «партизанского» маркетинга, однако не способны разработать и реализовывать правильную регулярную маркетинговую политику);
- слабое управление производственными процессами (плохой контроль качества, неумение снижать издержки и т. п.).

Эти «провалы» связаны прежде всего с дефицитом профессиональных знаний и навыков. Крупные компании могут преодолеть их за счет найма внешних специалистов (для малых и средних компаний такой способ решения невозможен в силу финансовых ограничений).

Основным инструментом компаний для решения этих проблем является реализация системы образовательных программ, включая:

- среднесрочные обучающие программы (на срок от полугода до года), повышающие общий уровень компетенции, для отдельных руководителей и специалистов, в том числе за границей (по аналогии с Президентской программой подготовки кадров);
- краткосрочные обучающие программы (от однодневных семинаров до 2–3-месячных курсов), позволяющие получать знания, умения и навыки в рамках отдельного направления, реализуемые для групп руководителей и специалистов в регионах;
- деятельность системы образовательно-консультационных центров на местах, оказывающих разовые консультации или организующих мини-семинары по конкретным проблемам.

Эта система образовательных программ может полностью финансироваться из государственного (федерального и региональных) бюджета и средств спонсоров или иметь гибкую модель финансирования, предусматривающую частичную оплату со стороны МСБ.

Повышение эффективности региональных программ стимулирования предпринимательства и развития малого и среднего бизнеса

Наряду с разработкой федеральной политики развития МСБ необходимо формирование аналогичной политики и на регио-

нальном уровне, так как именно на этом уровне, в конечном итоге, и принимаются основные решения, которые будут мешать или помогать развитию предпринимательства. То, каким образом будет оформлена эта политика, зависит от компетенции отдельных регионов. На федеральном уровне для ее формирования необходимо определить конкретные инструменты стимулирования предпринимательства и развития МСБ. К ним относятся следующие:

- разработать типовые региональные программы поддержки малого и среднего бизнеса;
- разработать и внедрить систему методической поддержки, стимулирующую распространение лучшего российского и международного опыта;
- регулярно проводить оценку эффективности региональных программ развития МСБ с привлечением признанных российских и международных экспертов и на федеральном уровне принимать решения относительно регионов с учетом показателей эффективности.

Можно также выделить направления, реализация которых должна быть приоритетной для исполнительной власти в регионах при формировании региональных программ. Это:

- разработка и использование показателей, связанных с развитием МСБ, для оценки эффективности деятельности региональных органов власти;
- создание «оазисов» для малого и среднего бизнеса — специализированных промышленных и технологических парков в регионах для сфокусированного стимулирования малого и среднего бизнеса в приоритетных секторах и кластерах.

Типовые программы

Типовые программы могут либо носить общий, типовой и тиражируемый характер, либо разрабатываться для конкретных пилотных регионов и использоваться в каче-

стве примера (при условии адаптации к региональным условиям).

Типовая программа должна включать примеры определения целей и задач, разработки системы мероприятий по их реализации, создания системы мониторинга программы и организационных механизмов управления реализацией программы. Возможно, лучшим вариантом было бы формирование краткого образца типовой программы и разработка нескольких детализированных региональных программ в пилотных регионах с тиражированием опыта. В дальнейшем можно организовывать конкурсы между регионами на право получения федерального софинансирования для разработки и реализации программ развития МСБ.

Помимо «образцовой программы», следует предусмотреть и «образцовую структуру» администрации или органа, которые ее реализует. Эта структура должна быть адаптирована к региональным условиям, однако наличие образца необходимо для того, чтобы проиллюстрировать примеры целей, задач и мероприятий и описать механизм их реализации.

«Оазисы» для МСБ

Задача создания «оазисов» для МСБ относится к сфере компетенции региональных органов власти и является частью региональной политики развития предпринимательства. Чтобы отработать этот вопрос и сделать данный инструмент эффективным и распространенным, необходимо реализовать несколько пилотных проектов специализированных промышленных парков для малого бизнеса при поддержке федеральных министерств и ведомств, возможно, на конкурсной основе.

Участие региональной администрации в создании на своей территории «оазиса» может заключаться не только в разработке политики или программы, но и в софинансировании и предоставлении земельного участка. Важную роль в развитии парка играет

способность администрации служить гарантом стабильности условий ведения бизнеса и защищенности инвестиций резидентов. В том числе речь идет о помощи в решении проблемы административных барьеров, несмотря на то что основная масса ведомств, оказывающих влияние на бизнес, — федерального уровня.

Например, одним из практических решений проблемы административных барьеров местного уровня является назначение в управляющих компаниях промышленных парков заместителями по взаимодействию с инспекциями и контролирующими органами бывших высокопоставленных сотрудников этих органов¹⁹. Кроме того, как показывает пример Татарстана, внимание федеральной власти к промышленному парку служит для инспекций своеобразным барьером.

В рамках политики по развитию предпринимательства наряду с созданием новой или развитием старой промышленной недвижимости должны действовать программы повышения квалификации и налаживания кооперационных связей с потенциальными поставщиками в регионе. Эффект «оазиса» возникнет только в том случае, если на территории промышленного парка будет решена большая часть проблем малых фирм, т. е. будут затронуты все 7 факторов развития МСБ.

Методическая поддержка

Методическая поддержка для регионов может включать такие направления, как организация конкурсов регионов, привлечение ведущих международных экспертов при реализации приоритетных программ в отдельных регионах, систематизация опыта, накопленного на местах. Такую работу в странах-лидерах выполняют специальные институты МСБ (как в Корее) или исследо-

вательские подразделения соответствующих агентств (как в США).

Оценка

Формальная периодическая внутренняя оценка программ приносит мало пользы для их развития и совершенствования. Наибольшим потенциалом для оптимизации программы обладает внешняя оценка, а также процесс текущей оценки (по мере реализации) через консультации с заинтересованными сторонами — в первую очередь с компаниями, на которые направлена программа.

Информационная поддержка

Информационный ресурс

Предприниматели не всегда хорошо информированы о той среде, в которой они работают, и о той поддержке, на которую могут рассчитывать. Региональные власти редко организуют систематическое информирование предпринимателей о разрабатываемых и реализуемых программах поддержки, в результате участвуют в них далеко не все. Если в агропищевом кластере Краснодарского края около 30% опрошенных компаний заявили о своем участии в региональных программах, то в сфере ИКТ в Томске таких оказалось всего 10%. Препятствием к участию в региональных программах является не только отсутствие информации, но и недостаточно высокое качество представления тех сведений, которые находятся в свободном доступе.

В настоящее время наиболее массовым и эффективным каналом коммуникации является Интернет (в первую очередь это обновляемые веб-сайты и электронные рассылки). Помимо Интернета, используются такие каналы коммуникации, как местные газеты и доски объявлений в муниципалитетах (например, в Архангельской и Нижегородской областях).

¹⁹ В целом это распространенная практика для крупных компаний, которые могут себе позволить нанять такого высокооплачиваемого сотрудника.

В Интернете размещаются в основном лишь тексты принятых программ поддержки и отчеты о результатах работы. Эти методы представления информации рассчитаны, скорее, на сторонних пользователей, которые хотели бы поверхностно ознакомиться с работой региональной администрации, чем на предпринимателей. Для бизнесменов недостаточно только увидеть текст программы поддержки — они должны понимать, какие результаты может принести участие в программе, что потребуется от них и с чего начать оформление заявки. Таким образом, качество представления информации о программах поддержки в исследованных регионах оставляет желать лучшего. К образцовым примерам из международного опыта можно отнести канадские и европейские региональные интернет-порталы поддержки предпринимателей.

Часто предприятия, более всего нуждающиеся в поддержке, одновременно являются и наиболее информационно изолированными. Так как процесс информирования в исследованных регионах отделен от процесса разработки программы, необходимую информацию не получают именно те, на кого и нацелена программа поддержки. Выбор каналов информирования диктуется обычно не способностью донести необходимые сведения до потенциальных участников программы, а тем, насколько удобно и просто региональной власти использовать эти каналы.

Недостаточная информированность, с одной стороны, ведет к недооценке потенциальными предпринимателями возможностей для создания своего дела, а с другой — ограничивает перспективы существующих компаний. Для повышения информированности и тех, и других необходимо организовать постоянное информационное сопровождение. Это наименее затратное направление поддержки, оно не требует обязательного участия исполнительной власти.

Формирование целостной системы государственной поддержки малого и среднего бизнеса

Развитие малого и среднего бизнеса в России требует осмысленной и определенной государственной поддерживающей политики, направленной как на устранение препятствий, так и на создание стимулирующих воздействий для этого развития. Такая политика поддержки МСБ представляет собой целостную систему, которая основывается на соответствующей нормативно-правовой базе, стратегиях и программах развития МСБ, включает деятельность специальных органов, ответственных за разработку и реализацию этих программ, а также оценку их эффективности. Ниже описаны основные черты этой системы.

Разработка концепции/стратегии политики по развитию малого и среднего бизнеса в России

Политика развития МСБ всегда основана на нормативно-правовой базе. Это в первую очередь законодательные акты, определяющие правовые возможности и условия для создания и развития малых и средних предприятий, а также систему приоритетов и ориентиров развития МСБ. Для полного описания и определения таких ориентиров недостаточно наличия только законодательных актов, поэтому дополнительно используются концепции и стратегии — документы стратегического характера, имеющие государственный (федеральный) статус и задающие ориентиры как для государственных организаций и крупного бизнеса, так и для малого и среднего предпринимательства. Такие программные документы могут быть изданы от имени президента страны (например, The President's Small Business Agenda в США), правительства (European Commission Entrepreneurial Action Plan) или специализированного органа поддерж-

ки (Transforming Irish Industry — Enterprise Ireland Strategy в Ирландии). Эти документы отвечают на следующие вопросы:

- Какой вклад в экономику государство ожидает от малого и среднего бизнеса?
- Какие отраслевые и региональные приоритеты есть у правительства в отношении малых и средних предприятий?
- Какие формы поддержки будут использоваться?
- Как распределяются задачи развития МСБ между различными органами власти (федеральной, региональной и муниципальной)?
- Как будет изменяться государственная политика по развитию МСБ с течением времени?

После принятия в России в 2007 г. нового Закона о малом и среднем бизнесе появилась необходимость формирования концепции федеральной политики по развитию малого и среднего бизнеса на период 10–15 лет. Эта концепция должна определять и описывать все необходимые ориентиры, в первую очередь — возможные изменения политики по временным периодам. Концепция должна сделать федеральную политику понятной и предсказуемой для бизнеса, который должен иметь возможность осуществлять собственное долгосрочное планирование.

Фокус государственной политики

Государственная политика развития малого и среднего бизнеса должна быть ориентирована на поддержку МСБ на всех стадиях его роста, включая:

- предпринимательство — этап от идеи занятия предпринимательством до начала работы нового малого предприятия;
- микробизнес — малое предпринимательство на самом раннем этапе своего существования, с численностью в несколько человек и нестабильной финансовой ситуацией;

• собственно малый бизнес — прошедшие первый, стартовый, этап малые предприятия;

- средний бизнес.

При этом определенный акцент в рамках общей политики должен быть сделан на самой ранней стадии — при поддержке предпринимательства — по той причине, что число людей, готовых заняться предпринимательством, как правило, всегда достаточно ограничено, а в неблагоприятных для старта бизнеса условиях это число еще больше снижается.

С учетом того что малый бизнес является одним из основных источников инноваций в кластерах и перед российской экономикой стоит критическая задача диверсификации, именно благодаря стимулированию роста предпринимательства среди населения можно будет не только решить задачу развития МСБ, но и внести значительный вклад в решение экономических проблем общего характера.

В свою очередь, политика по поддержке предпринимательства должна быть направлена не только на снижение стартовых барьеров и пропаганду («социальную рекламу»), но и на формирование благоприятных условий для старта малого бизнеса, в том числе за счет создания «оазисов» для его развития (реально работающих бизнес-инкубаторов и т. п.).

Формы организации системы поддержки

Выбор формы организации системы поддержки должен осуществляться в первую очередь между постоянно действующим агентством, разрабатывающим свои программы (пример Кореи), целевыми программами, которые реализуются тем или иным способом одним ведомством (как в США) или несколькими органами (пример Канады). Отдельное агентство должно иметь систему целей, направленную на развитие именно малого и среднего бизнеса. Возможно соз-

дание специальных органов, занимающихся только проблемами микрофирм (сеть Советов по малому бизнесу в Ирландии и отдел микрофирм Министерства DETE) или только проблемами компаний, поддержка которых имеет социальную мотивацию (Minority Business Development Agency в США).

Также распространена организация специальных корпораций (SBC в Кореи) или банков (Business Development Bank в Канаде), которые реализуют программы в дополнение к «основной» политике. Эти органы могут быть собственностью государства (Канада, Корея) или созданными в партнерстве с крупным бизнесом (как в некоторых штатах США).

Наконец, участие крупного бизнеса может быть более прямым или более косвенным. В первом случае бизнес принимает участие в финансировании и управлении агентством. Так, в одном из канадских агентств регионального развития (АСОА) есть два уровня управления²⁰, первый из которых — министр, а второй — Наблюдательный совет, возглавляемый президентом агентства. Совет непосредственно руководит всей деятельностью агентства, он состоит из 8 членов (президент агентства и представители провинций), которые назначаются по представлению министра на трехлетний срок (не более двух раз). Членами совета являются не чиновники, а успешные предприниматели.

Создание президентской комиссии как координирующего органа

Как показал проведенный выше анализ международной практики, одним из наиболее интересных и эффективных инструментов в системе формирования и реализации государственной политики по развитию МСБ является комиссия при президенте или пра-

вительстве государства. Основной задачей такой комиссии является *определение целей и приоритетов* государственной политики развития малого и среднего бизнеса.

Вторая, не менее важная, задача — *координация* деятельности различных агентств, министерств и ведомств по разработке и реализации такой государственной политики.

Третьей задачей является *оценка результатов политики и контроль* за возможными нарушениями в отношении МСБ. В рамках этой задачи можно определить главные для России направления работы президентской комиссии по предпринимательству и МСБ:

- оценка политики;
- борьба с административными барьерами;
- борьба с коррупцией.

Оценка политики включает оценку результатов всех программ, оказывающих влияние на малый и средний бизнес, а также комплексную оценку работы отдельных ведомств и оценку административных барьеров. Эта оценка — инструмент борьбы с административными барьерами (по ее результатам можно будет судить о влиянии тех или иных законов и постановлений на развитие бизнеса), который может быть использован для борьбы с коррупцией в тех органах власти, чья деятельность оказывает непосредственное влияние на бизнес. Важнейшим каналом коммуникаций, позволяющим формировать обоснованную оценку деятельности органов власти, являются консультации и рассмотрение индивидуальных жалоб предпринимателей.

Фактически такая комиссия должна выполнять роль стратега, арбитра и защитника интересов малых предприятий. Для этого в состав комиссии должны быть включены не только представители государственных органов, но и пользующиеся наибольшим авторитетом представители крупного, малого и среднего бизнеса, а возможно, и известные адвокаты.

²⁰ По своему значению они в целом соответствуют совету директоров и топ-менеджменту в крупных компаниях.

Ключевым преимуществом президентской комиссии является ее высокий статус, что позволяет не только определять ориентиры для развития МСБ, которые будут приниматься к исполнению государственными организациями, но и в случае выявления нарушений — добиваться наказания виновных на самом высоком уровне.

Разработка ведомственной политики и интеграция в отраслевые программы

Важным условием реализуемости федеральной политики по развитию МСБ является интеграция целей и задач федеральной политики в систему целей федеральных министерств и ведомств. На сегодняшний день цели и задачи, связанные с развитием МСБ, занимают самое незначительное место в официально принятой системе целей и задач таких министерств, как Министерство экономического развития и торговли, Министерство промышленности и энергетики, а также отраслевых министерств. Поэтому де-факто задачи, связанные с развитием МСБ, пока не относятся к значимым для федеральных министерств и ведомств.

Важность этой темы для экономического развития в целом и развития отдельных отраслей требует детализации этих целей до конкретных и практических задач, поставленных перед конкретными подразделениями министерств и ведомств в определенные сроки. Координировать интеграцию целей развития предпринимательства и целей министерств должна именно комиссия при президенте или правительстве страны.

Кроме того, для решения задачи интеграции целей и задач по поддержке и развитию МСБ в систему приоритетов федеральных министерств и ведомств необходимо также интегрировать практические действия по развитию малого предпринимательства в ведомственные программы. Такая интеграция должна быть задана в рамках концепции федеральной политики по

развитию МСБ. В ней необходимо отразить ведомственные целевые программы, которые надлежит разработать и реализовать во исполнение концепции, а также федеральные и ведомственные целевые программы, в которые нужно интегрировать отдельные направления и задачи по развитию малого и среднего бизнеса. На более детальном уровне вопросы такой интеграции должно решать агентство по развитию предпринимательства, а в случае возникновения спорных ситуаций — президентская (или правительственная) комиссия.

Важнейшим министерством, в систему целей которого следует включить показатели развития предпринимательства и МСБ, является Министерство промышленности и энергетики России.

Интеграция функций и подразделений по развитию предпринимательства и МСБ в организационную структуру министерств

Интеграция целей и функций по развитию МСБ предполагает *создание в министерствах специальных подразделений*, которые возьмут на себя данные функции и своей деятельностью гарантируют соблюдение интересов малых компаний при подготовке министерством программ и правил регулирования.

Взгляд в будущее (вместо заключения)

Развитие малого и среднего бизнеса в перспективе будет приобретать все большую важность для экономического процветания России по двум причинам. Во-первых, возрастает потребность во все большей гибкости и инновационности российской экономики, а удовлетворить эту потребность может только успешно развивающийся малый и средний бизнес. Во-вторых, как показывает мировой опыт, малые и сред-

ние предприятия всегда испытывают проблемы и всегда нуждаются в поддержке со стороны государства, меняются только причины проблем и необходимые инструменты поддержки. Невозможно создать раз и навсегда успешно работающую систему поддержки и развития малого и среднего предпринимательства, эта система постоянно должна модернизироваться и отвечать новым запросам малых и средних компаний. Поэтому в перспективе государственная политика по развитию МСБ в России должна учитывать два основных направления: во-первых, постоянное совершенствование внешних условий (бизнес-климата) для развития малого/среднего предпринимательства и, во-вторых, постоянное совершенствование системы государственных мер по поддержке малого и среднего предпринимательства.

В настоящее время роль предприятий малого и среднего бизнеса в российской экономике крайне мала по сравнению с другими странами мира. Следствием этого является низкий вклад малого и среднего бизнеса в занятость населения и в инновации. При этом в целом по стране ситуация очень неоднородна. В одних регионах малый бизнес вносит незначительный вклад в промышленное производство, в других — как в про-

мышленном производстве, так и в инновациях — предприятия МСБ имеют большее значение. С одной стороны, такие различия зависят от особенностей структуры экономики, так как разные отрасли имеют неодинаковый потенциал и предоставляют разные возможности для развития малого и среднего бизнеса. С другой стороны, различия в качестве условий для предпринимательства и малого, и среднего бизнеса также играют возрастающую роль в дифференциации регионов. Соответственно региональная специфика, роль и политика региональных и городских администраций будут также играть большую роль в развитии малого и среднего бизнеса.

Главный вывод очевиден: поддержка бизнеса должна носить комплексный и стратегический характер и стать новым национальным приоритетом, а не разовой кампанией. Для России это особенно актуально, поскольку именно развитие малого и среднего бизнеса позволяет наиболее эффективно произвести капитализацию высокого человеческого потенциала России и может стать основным двигателем диверсификации и повышения конкурентоспособности экономики России.

Статья поступила в редакцию 5.09.2009

*The material is provided by the All-Russian non-governmental organization for small-scale and middle-scale business enterprises «Russia's Support» («Opора Rossi») and «The Bauman Innovation Company». This material is a part of the report on «The Conditions and Factors for the Development of Small-Scale and Middle-Scale Business Enterprises in the Regions of Russian in 2008», **Aleksey Prazdnichnikh** — coordinator of the project, partner of «The Bauman Innovation Company».*

RECOMMENDATIONS ON INCREASING COMPETITIVE CAPACITY OF SMALL-SCALE AND MIDDLE-SCALE BUSINESS ENTERPRISES IN RUSSIA

The research was conducted in the following way: the conditions of firms in a separate branch of industry of a certain region were studied. Four industries with the prevailing small-scale business type of enterprise were chosen: food industry, wood processing industry, motor-car and chemical industries. Besides these industries one of the most important for today industries — the information technology industry — was chosen among the innovative branches of non-manufacturing business.

Key words: small-scale business, middle-scale business, business climate, company's competitive capacity, business incubators, industrial parks.

Вышегородцев М. М., министр правительства Москвы, руководитель Департамента поддержки и развития малого предпринимательства г. Москвы, <http://www.dmpmos.ru/quest.asp>

О КОНКУРЕНТНЫХ НИШАХ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

*Развитие предпринимательства для экономики страны является важнейшей задачей. Однако малые предприятия крайне уязвимы, им сложно конкурировать с крупными компаниями. В сложившихся экономических условиях небольшие предприятия остро нуждаются в поддержке государства. Это хорошо понимают московские власти, уделяющие данному сектору городской экономики большое внимание. Какие практические меры принимаются в столице для того, чтобы помочь развитию малого бизнеса? В каких нишах городского хозяйства малые и даже микропредприятия могут успешно работать, не опасаясь неравной конкуренции со стороны более крупного бизнеса? Об этом нашему журналу рассказал министр московского правительства, руководитель Департамента поддержки и развития малого предпринимательства **Михаил Вышегородцев**.*



Ключевые слова: малые предприятия, финансовые субсидии малому бизнесу, конкурентоспособность малого бизнеса, инновационные проекты, антикризисные меры поддержки малого и среднего бизнеса.

Как Вы оцениваете нынешнюю ситуацию в сфере малого предпринимательства столицы?

Сегодня малый бизнес сталкивается с серьезными проблемами — это и удорожание банковских кредитов, и рост процентных ставок, и изменение условий работы с контрагентами, и снижение спроса на выпускаемые товары.

Очевидно, что в настоящее время малые предприниматели как никогда нуждаются в поддержке. И такую работу мы начали еще в сентябре прошлого года. Мы предложили сосредоточить максимальные усилия на финансовой и имущественной помощи малому бизнесу. Первое постановление о введении

минимальной ставки для всех арендаторов городского имущества было принято еще в конце прошлого года. Это позволило арендаторам дополнительно использовать для развития своего бизнеса более 5,7 млрд руб.

Основные средства решено направить на финансовую поддержку малого предпринимательства. Дополнительные средства получил московский фонд содействия кредитованию малого бизнеса. Фонд поручается за малый бизнес, а уполномоченные банки под поручительство фонда спокойно обеспечивают кредитами предпринимателей, понимая, что в случае невозврата фонд компенсирует им не менее 50% предоставленных средств. Кстати, по состоянию на 1 января за два прошедших года под пору-

чительство фонда уже было выдано около 9 млрд руб., т.е. на 1 руб. фонда выдается 4 руб. кредитов.

В ноябре прошлого года начала работать организация «Микрофинанс», которая предоставляет малому бизнесу небольшие займы без залогов и поручительств. Мы также упростили систему компенсации процентной банковской ставки, и теперь предприниматели, которые не занимаются производством подакцизных товаров, имеют право на такую компенсацию в максимальном объеме. Если кредит получен на срок свыше 3 лет, то максимальный объем компенсации составляет 2/3 ставки рефинансирования Центробанка, на срок от 2 до 3 лет — 50%, а если от года до двух — 30%.

Можно ли малый и средний бизнес в Москве оценить как конкурентоспособный?

Безусловно, можно, особенно если сравнивать его с региональным бизнесом. Показателем конкурентоспособности является, к примеру, очевидная экспансия московских — особенно сетевых — предприятий в российские регионы. Если сравнивать с зарубежными малыми предприятиями, то у нас есть сектора, где мы, безусловно, сильны, услугами которых пользуется весь мир, — это программирование, IT-направление. В настоящее время система образования достаточно хорошо выстроена, продолжает выпускать кадры специалистов, которые воспринимаются за рубежом. А главное — страна получает высококонкурентный продукт, который производят эти кадры, особенно в области инноваций.

В августе текущего года постановлением мэра Москвы была утверждена Городская целевая программа развития и поддержки малого и среднего предпринимательства на 2010–2012 гг. В чем ее отличие от других аналогичных программ? Какие задачи сформулированы в этом документе?

Программа является продолжением и развитием уже реализованных городских программ, дополнительно в нее включены меры по поддержке и развитию среднего бизнеса.

Основными целями данной программы в первую очередь являются обеспечение занятости населения и создание дополнительных рабочих мест в сфере малого и среднего предпринимательства. Намечены меры по сокращению административных барьеров, затрудняющих деятельность малых и средних предприятий на территории города. Программа направлена на увеличение вклада субъектов малого и среднего предпринимательства в экономику Москвы и соответственно на увеличение налоговых поступлений в бюджет города от их деятельности.

Предусматриваются также дальнейшее развитие малого и среднего предпринимательства в инновационной сфере, стимулирование инновационной деятельности, направленной на энерго- и ресурсосбережение, снижение материалоемкости и экологических рисков, а также повышение производительности труда в нефинансовом секторе экономики города.

В Программе большое внимание уделено таким важным вопросам, как проблема обеспеченности малых предприятий офисными и производственными площадями, развитие инновационного и молодежного предпринимательства, доступность финансовых ресурсов.

На что могут рассчитывать те предприниматели, кто еще только планирует начать свое дело?

Мы понимаем, что в условиях кризиса многие работодатели стараются избавиться от лишнего количества работников, в результате неизбежно увеличивается число людей, которые остались без работы или потеряли в заработке. Как и ожидалось, в такой ситуации у многих возникает жела-

ние заняться собственным бизнесом. Вот почему были предусмотрены субсидии для финансирования «стартапов» — стартующих бизнесов. Сегодня мы готовы выдавать из бюджета в виде субсидий до 300 тыс. руб. при условии, что сам предприниматель профинансирует свое предприятие как минимум на такую же сумму. Кроме этого, предусмотрены субсидии для начинающих молодежных предпринимателей не старше 35 лет — в этом случае размер субсидии может достигать 750 тыс. руб. А успешные молодежные проекты могут рассчитывать на субсидию до 1 млн руб.

Помимо этого, могут быть предоставлены субсидии на компенсацию затрат, связанных с развитием инновационных проектов. В текущем году на все эти цели в совокупности зарезервировано более 500 млн руб.

Финансовую помощь начинающим предпринимателям также оказывают и два венчурных фонда, созданных в Москве. В их распоряжении — 1,6 млрд руб., которые предназначены для финансирования инновационных проектов малого и среднего бизнеса.

По какому принципу отбираются предприятия, которые получают помощь городских властей?

Принцип очень простой: вся поддержка осуществляется на конкурсной основе. Условия конкурса размещаются на всех интернет-ресурсах, которые мы поддерживаем и администрируем, в том числе на сайте нашего департамента и на сайте системы поддержки малого бизнеса — mbm.ru.

Наш подход абсолютно прозрачен. Чтобы полностью исключить вкусовщину во время принятия решений, мы разработали балльную систему оценки заявок. Эта система дает возможность каждому предпринимателю самостоятельно подсчитать, сколько баллов набирает его заявка, и узнать, является ли его бизнес приоритетным. По каким

критериям это можно определить? Например, создаются ли новые рабочие места после получения субсидии или нет. Если создаются — проект получает максимальное количество баллов, не создаются — минимальное. Следующий критерий — объем налогов, поступающих в городскую казну. Иначе говоря, за какой период времени выданная субсидия возвращается в бюджет города. Если более 3 лет — начисляется меньше баллов, а если от года до двух — больше баллов. Если в результате набирается необходимая сумма баллов, то предприниматель может быть абсолютно уверен, что он получит субсидию.

Мы постарались сделать эту процедуру максимально прозрачной и доступной. Разработав интегрированный показатель, мы одновременно и себя вывели из-под критики. Такой же подход применяется и при компенсации процента по банковской ставке. Поскольку закон запрещает помогать тем организациям, которые занимаются производством и реализацией подакцизных товаров, мы их сразу исключили. В остальных случаях, если бизнес низкорентабельный и для его развития требуется кредит, мы готовы помочь, чтобы как можно быстрее предприятие стало рентабельным и предприниматель смог быстрее вернуть кредит. Ну а если бизнес рентабельный, наша помощь не требуется.

Какие антикризисные меры, направленные на поддержку малого и среднего бизнеса, были приняты столичными властями в 2009 г.?

В период финансово-экономического кризиса свою основную задачу правительство Москвы видит не только в том, чтобы минимизировать его негативные последствия для предпринимательской деятельности, но и в том, чтобы обеспечить дальнейшее эффективное развитие малого и среднего бизнеса города. Мы рассматриваем эту категорию предпринимателей как гарант ус-

пешного выхода из кризиса и формирования крепкого среднего класса. Вот почему даже в период кризиса город нашел возможность увеличить расходы на поддержку малого бизнеса на 150 млн руб.

Среди наиболее значимых мер поддержки малого бизнеса столицы — установление на 2009 г. льготной арендной платы на муниципальную недвижимость в размере 1 тыс. руб. за 1 кв. м в год.

В сфере правовой поддержки важной мерой стало принятие московским правительством полного моратория до конца текущего года на плановые проверки малых предприятий контрольными и надзорными органами.

Дальнейшее развитие получила программа микрофинансирования. В Москве уже действуют 9 микрофинансовых офисов, которые выдают кредиты по упрощенной схеме — без залога и поручительства — до 350 тыс. руб. Через специально созданную сеть агентств «Микрофинанс» было заключено более 1000 договоров займа. По экспертным оценкам, это позволило сохранить 15–20 тыс. и создать около 1,5 тыс. рабочих мест.

Московские власти также производят компенсацию до 30% затрат, связанных с присоединением к любым внешним сетям города.

Особое внимание уделяется поддержке приоритетных направлений малого бизнеса — это производственная и инновационная сферы, жилищно-коммунальное хозяйство, сфера бытовых услуг, ремесленничество, социальное и молодежное предпринимательство. Для таких предприятий разработан широкий ряд преференций и льгот.

Фонд содействия кредитованию увеличил объемы поручительств малым предприятиям, реализующим приоритетные направления, до 70% суммы кредита и процентов за пользование кредитом. Гарантируемая фондом сумма ссуды для микропредприятий была увеличена до 50 млн руб., а для малых предприятий — до 70 млн руб.

Особое внимание уделяется поддержке малых инновационных предприятий — по конкретным бизнес-проектам им предоставляются субсидии в размере до 2,5 млн руб. С целью поддержки инновационных предприятий также создан «Второй региональный венчурный фонд инвестиций в малые предприятия в научно-технической сфере г. Москвы».

К тому же такие предприятия могут рассчитывать на льготное размещение в бизнес-инкубаторах. Несмотря на кризис, программа строительства бизнес-центров, технопарков и бизнес-инкубаторов продолжается. На сегодняшний день в столице уже работают 29 технопарков и 2 бизнес-инкубатора.

Вероятно, одними только финансовыми субсидиями помощь малому бизнесу не ограничивается?

Сегодня у нас есть возможность оказывать поддержку малым предприятиям практически по любым вопросам. Сюда относится информационная и рекламная поддержка — мы можем компенсировать 50% затрат, связанных с выставочно-ярмарочной деятельностью предприятий, с продвижением продукции московских предпринимателей в других регионах. Для этой цели созданы межрегиональные маркетинговые центры, которые помогают столичным предпринимателям расширять рынки сбыта. Также оказывается помощь в поиске субподрядчиков для крупных компаний либо, наоборот, для маленьких фирм подбираются крупные заказчики, которым они могли бы поставлять ту или иную продукцию.

Какие направления деятельности могут быть наиболее перспективны для малого предпринимательства?

В первую очередь это ЖКХ, бытовое обслуживание. Раньше небольшие предприятия конкурировали на городских конкурсах

и аукционах с крупными компаниями и зачастую проигрывали, потому что не имели равных с ними возможностей. Теперь мы установили планку на уровне 15 млн, всем госзаказчикам будет поручено торги на сумму до 15 млн проводить как специализированные — только среди субъектов малого предпринимательства. При этом заявки крупных компаний на таких конкурсах будут автоматически отклоняться.

Это приведет к тому, что объем средств из городского бюджета, который сможет освоить малый бизнес, увеличится в несколько раз. Получить их можно в качестве заказов на капитальный ремонт жилого фонда, на благоустройство внутридворовых территорий, на окраску фасадов, на ремонт дорог — и это только в сфере ЖКХ. Достаточно сказать, что в Центральном округе уже год назад озеленительные и благоустроительные работы на 90% выполнялись предприятиями малого бизнеса. По сути, эта ниша именно для небольших, мобильных предприятий с персоналом до 100 человек. И постановление, о котором я говорил выше, защитит эти предприятия от конкуренции со стороны крупных компаний. Кстати, что касается капитального ремонта жилого фонда, то долю малого бизнеса в этой сфере предполагается увеличить до 30%. И это вполне реально.

Небольшие строительные фирмы могут заниматься ремонтом кровли, фасадов, различных коммуникаций, ставить счетчики в домовладениях, т. е. выполнять те работы, которые город продолжает финансировать в прежнем объеме. Есть еще и такие возможности, как поставка товаров для городских нужд, и этим тоже может заниматься малый бизнес.

Могут ли рассчитывать на получение подобных заказов микропредприятия?

Как известно, к этой категории обычно относят предприятия с численностью сотрудников до 15 человек. Мы проводили несколько конкурсов на поставку оборудования, мебели, и в них выиграли именно такие фирмы. Хотя они и являются посредниками, а не производителями, тем не менее предложенные цены позволили им победить. Ассортимент продукции, закупаемой городом, очень широк: компьютеры, медикаменты, продукты питания, в том числе для детских садов, школ, больниц, а также такие услуги, как приготовление пищи в школьных столовых. Это та ниша, где малый бизнес может очень активно себя проявить.

*Беседу вел журналист
Никита Сергеев*

M. M. Vishegorodtsev, Minister of the Moscow City Government, Head of the Department for Small Business Support and Development, Moscow

ON COMPETITIVE NICHES FOR SMALL BUSINESS

The development of entrepreneurship is one of the most important tasks for the economy of the country. However small enterprises are rather vulnerable and have difficulties in competing with big companies. In the present day economic conditions small enterprises are in great need of governmental support. Moscow authorities are aware of it and give a lot of attention to this sector of the city economy. What practical measures are taken to support the development of the city's small business? What niches in the city economy are big-business-competition-free and suitable for successful operation of small and micro businesses? Mikhail Vishegorodtsev, Minister of the Moscow City Government, Head of the Department for Small Business Support and Development answered these questions at an interview for our magazine.

Key words: small businesses, financial subsidies for small business, competitive capacity of small business, innovative projects, anticrisis measures for small and medium business support.

Емельянова Е. Л., президент Ассоциации межрегиональных маркетинговых центров (ММЦ), г. Москва, emelianova@marketcenter.ru

МАРКЕТИНГ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО МАЛОГО БИЗНЕСА



Известно, что конкурентоспособность предприятий во многом определяется эффективностью их маркетинговой стратегии, умением выбрать перспективную рыночную нишу и выйти на новые рынки сбыта. Известно также, что малые предприятия, как правило, не могут себе позволить серьезные расходы на маркетинговые исследования или рекламную кампанию. Финансовый кризис усугубил сложности по решению представителями малого бизнеса проблем сбыта и продвижения своей продукции.

Каким же образом в сегодняшней ситуации можно с наименьшими затратами проникнуть на новые региональные рынки? Как оценить перспективы продвижения своего товара в другом регионе? Какую помощь в решении этих задач готовы оказать местные власти? И за счет чего малые предприниматели могут добиться конкурентных преимуществ? Об этом в интервью нашему журналу рассказала президент Ассоциации межрегиональных маркетинговых центров (ММЦ)¹ Елена Львовна Емельянова.

С какими основными трудностями, на ваш взгляд, сегодня сталкиваются малые предприниматели?

¹ Система ММЦ основана в 1997 г. по инициативе правительства Москвы и является объединением независимых компаний, работающих в области маркетинговых исследований и практического маркетинга. В составе Системы ММЦ в настоящее время 63 межрегиональных маркетинговых центра в регионах России и в зарубежных странах.

Специализация Системы ММЦ — маркетинговые исследования региональных и общероссийских рынков любой сложности, социологические исследования, подбор торговых и производственных партнеров, формирование сбытовых сетей, продвижение товаров на региональные и зарубежные рынки, подготовка и проведение инвестиционных программ.

Система ММЦ присутствует на 90% экономически активной территории России и во многих зарубежных странах. Это единственная российская сетевая струк-

По нашим наблюдениям, с началом кризиса самой острой проблемой для предпринимателей оказались не аренда помещений и даже не наличие денег, а сбыт — он остановился практически полностью. Малый бизнес столкнулся с очень серьезными трудностями при продвижении своей продукции. Это происходит даже в тех случаях, когда продукция конкурентоспособна, и вызвано в первую очередь тем, что у малых предпринимателей не остается денег ни на маркетинг, ни на серьезную рекламную

тура, имеющая столь широкое географическое присутствие — от Калининграда до Владивостока. С целью интеграции в европейское и мировое маркетинговое сообщество лучшие центры Системы ММЦ в 2002 г. объединились в Международную ассоциацию с аналогичным названием.

кампанию. А ведь это важнейшие составляющие продвижения товаров и услуг, в том числе и на новые рынки.

Что предпринимают московские власти для того, чтобы помочь малому бизнесу в продвижении своей продукции?

В рамках программы правительства Москвы ведется большая работа с целью расширения деловых возможностей малых предприятий. И одно из важных направлений этой работы — деловые миссии в разные регионы Российской Федерации, которые организует Ассоциация ММЦ. Как известно, малые предприятия работают в основном на локальном рынке, и лишь немногие из них стремятся выйти со своей продукцией на рынки других регионов. В Москве действует около 20 тыс. производственных малых предприятий. Мы сформировали своего рода «костяк» из 3 тыс. предприятий, которые принимают участие в наших деловых миссиях. Причем это вовсе не деловой туризм, а серьезные мероприятия, требующие профессиональной подготовки на местах.

Предварительно мы проводим экспресс-анализ локального рынка — Калуги, Тулы, Челябинска, Уфы и т. д. — по той или иной группе товаров. И специалисты нашего центра — а всего в России действует уже 63 таких центра — на основе присланных каталогов и образцов оценивают, насколько тот или иной товар может быть конкурентоспособен на данном рынке. Эксперты проводят маркетинг, сравнивают предлагаемые товары с аналогичной продукцией, учитывают их качество и стоимость. Оценивается плотность конкуренции по данной товарной группе в регионе, в результате предприниматель получает заключение о том, насколько разумно для него выходить со своим товаром на рынок данного региона.

Большое значение имеет то обстоятельство, что товар поступает на рынок непосредственно от производителя, минуя цепочку посредников. Это приводит к сниже-

нию цены и повышению конкурентоспособности товара. Причем за всю маркетинговую работу платит государство, поскольку экспресс-анализ и предконтрактную подготовку проводят московский центр и его партнеры в регионе. А предприниматели выезжают уже фактически на финальные переговоры и подписание договоров.

В ходе этой работы мы решили сформировать реестр наиболее конкурентоспособных малых предприятий Москвы. В него вошли в первую очередь те предприятия, которые мы хорошо знаем и которые на практике — качеством своей продукции, своими результатами — доказали, что их товары пользуются спросом в регионах и что они вполне могут конкурировать даже с зарубежными производителями аналогичной продукции.

Как отразилась непростая экономическая ситуация на составе участников и результатах таких миссий?

Во время финансового кризиса ситуация изменилась, и мы тоже изменили акценты в своей работе. Раньше мы преимущественно занимались товарами повседневного спроса — поставлялись швейная, полиграфическая продукция, детские игрушки, товары для дома, пресервы и другие продовольственные продукты глубокой переработки. Теперь же в регионы идет более наукоемкая, технологичная продукция. И такой подход вполне себя оправдал.

Характерный случай произошел во время деловой миссии калужских предпринимателей в Рязань. Дело в том, что в Калуге действует филиал МГТУ им. Баумана, и там создано много интересных разработок, причем некоторые из них доведены до уровня промышленного производства. Так вот в ходе этой миссии представители одного крупного рязанского холодильного предприятия обнаружили, что они закупают аналогичное оборудование в Германии, причем по гораздо более высокой цене, плюс импортные пошлины,

плюс транспортные расходы. И предприятие тут же приняло решение перейти на российские аналоги. Такие ситуации возникают довольно часто, если в наших миссиях принимают участие инновационные предприятия.

В этом году Московский межрегиональный центр проводил деловые миссии в Брянск и Калугу, и они тоже принесли неплохие результаты. В основном это импортозамещение, поскольку наша продукция дешевле, а по качеству не хуже зарубежной. В прошлом году мы организовали поездку московских медиков в Саратов, где они также представили свои инновационные приборы. Это направление является довольно перспективным. С учетом транспортного плеча и дополнительных расходов при поставке товаров в другие регионы московским предприятиям приходится уходить в более дорогую ценовую нишу, которая существует только в Москве и городах-миллионниках. В такой ситуации для них имеет смысл поставлять высокотехнологичные изделия — например, водоочистное оборудование, счетчики и, вообще, все, что связано с системой ЖКХ.

Приведу другой пример. В наших деловых миссиях активное участие принимает одна московская компания, которая начала с производства матрасов. Они были дешевле импортных, а по качеству мало им уступали, поскольку изготавливались по западным лекалам. Эта продукция пользовалась хорошим спросом в регионах, и в компании действовал целый логистический отдел. Однако из-за кризиса его пришлось сократить, и сейчас фирма обходится всего одним логистиком. Выходом для нее стала диверсификация выпускаемой продукции. Теперь это предприятие производит не только обычные, но и ортопедические матрасы, а также предметы мебели. Благодаря этому в одном из регионов ему удалось выиграть муниципальный конкурс на поставку продукции для больниц этой территории.

Чтобы побеждать в таких тендерах и успешно продвигать свои товары в другие

регионы, московские товаропроизводители должны иметь конкурентные преимущества.

Помогая нашим производящим предприятиям закрепиться на новых региональных рынках, мы тем самым создаем для них конкурентные преимущества. Более того, мы считаем, что делать это необходимо. Ведь внутренний экспорт — поставки из региона в регион — это первый шаг к внешнему экспорту. Кстати, экспорт предполагает наличие патента, а его получение также связано со значительными расходами, и государство готово разделить их с предпринимателями. Не раз бывали случаи, когда наши разработчики создавали уникальные приборы, патентовали их в России, а потом вывозили на выставки в западные страны. Там их покупали, вносили небольшие изменения и патентовали — но уже как оригинальные изделия под иностранными брендами. Защита авторских прав — очень серьезная проблема, непосредственно связанная с конкурентоспособностью отечественных предприятий на западных рынках.

Эффективным методом, облегчающим вхождение малых предприятий на региональный рынок, также может стать участие в межрегиональных выставках, причем не индивидуальное, а участие коллективным стендом. Дело в том, что если ты участвуешь на таком мероприятии под брендом «Малый бизнес Москвы», твоя продукция демонстрируется на большом коллективном стенде, соответственно и результат совершенно другой. Мы давно отказались от таких выставок, где пирожки и тапочки соседствуют с узлами для высокотехнологичного оборудования, а рядом — игрушки или водка. Мы участвуем в отраслевых выставках, в том числе в межрегиональных и международных. Разумеется, мы приглашаем на такие мероприятия отраслевиков. И когда они выступают под общим территориальным брендом правительства Москвы, у людей возникает больше доверия к этим про-

изводителям. Понятно, что это специально отобранные, более надежные партнеры, и это внушает доверие.

Назову еще один способ проникновения на новые рынки — франчайзинг. На мой взгляд, он очень перспективен. Особенно в сфере услуг, общественного питания, торговли, гостиничного бизнеса, туризма. Недаром в США на каждый доллар, обращающийся в сфере малого бизнеса, 80 центов приходится на франчайзинговые схемы.

У нас в стране это направление сегодня развито слабо. И сдерживающим фактором является то, что пока у нас, к сожалению, нет законов, которые бы защищали франчайзеров от недобросовестных франчайзи. Все с нетерпением ждут пакета документов, которые будут регулировать эту деятельность. Существующее законодательство не защищает интеллектуальную собственность обладателя франшизы. Можно привести немало случаев недобросовестной конкуренции, когда те или иные бренды, в том числе в сфере общественного питания, пытались скопировать под другими названиями.

Формирование и продвижение узнаваемого бренда силами малого бизнеса — задача трудно реализуемая. Можно ли в этом деле рассчитывать на какую-то помощь?

В Москве есть малые предприятия, которые имеют длительную успешную историю. Так, некоторые из них работают с 30 регионами Российской Федерации. Какую продукцию они выпускают? Например, лакокрасочные материалы, которые не уступают западным аналогам. Однако, эти товары не продаются в розничных магазинах, а поставляются оптовиками непосредственно строительным фирмам. Поэтому и широкому покупателю эти торговые марки не известны.

У этих предприятий есть очень качественная продукция, но у них нет известного бренда. Мы сейчас делаем все необходимое, чтобы исправить сложившуюся ситуацию: при поддержке московского правитель-

ства ведется работа по созданию коллективного бренда в области лакокрасочных материалов. А это предполагает и внедрение инновационных технологий, и создание единой упаковки, и проведение широкой рекламной кампании. Это позволит нам раскручивать и продвигать лакокрасочные материалы разных московских производителей под единым брендом. Осуществлением этого проекта занимается ММЦ «Москва».

Не приведет ли это к потере самостоятельности отдельными предприятиями?

Объединение разных производителей под единым брендом вовсе не предполагает потерю ими хозяйственной независимости, юридического лица или даже собственной торговой марки. Вовсе нет. Единый бренд создается с целью более эффективного продвижения товаров, совместного участия малых предприятий в выставках, поиска партнеров и в итоге — вывода продукции на розничный рынок. Это очень кропотливая работа, связанная в том числе с тем, чтобы убедить разных производителей в необходимости объединиться — в данном случае в ассоциацию производителей лакокрасочных изделий.

При этом мы выстраиваем линейку продуктов, которые взаимодополняют друг друга. Это в каком-то смысле еще и разделение, и специализация труда. В конце этого пути мы видим создание мини-кластеров по производству лакокрасочных материалов, что вообще оптимизирует деятельность каждого конкретного предприятия и делает весь этот конгломерат в целом более конкурентоспособным, поскольку, с одной стороны, в кластере происходит конкуренция, а с другой — развивается кооперация: обучение, взаимное использование оборудования, взаимный обмен информацией и т. д. Кластер более устойчив, чем одно отдельно взятое предприятие. Конечной целью и является создание такого мини-кластера. Пусть он будет даже территориально распределен по всей Москве, но входящие в его со-

став предприятия будут взаимодействовать между собой.

Как вам удается объединять под единым брендом независимых производителей однотипной продукции? Ведь, по сути, они являются конкурентами.

В этом отношении на психологию предпринимателей, как это ни странно, положительно повлиял кризис. Ведь раньше разговаривать с ними было еще сложнее, поскольку предприниматели по сути своей индивидуалисты. Однако наступил кризис, и они начали понимать слово «кооперация»: у кого-то есть незадействованные складские помещения, у кого-то не до конца загружено оборудование — и такие совместные усилия помогают оптимизировать издержки. Это, в свою очередь, обеспечивает им конкурентные преимущества по сравнению с отдельными — необъединенными — производителями, помогает вывести свою продукцию в розницу. Одна из наших основных задач в том и состоит, чтобы вывести их продукцию на розничный рынок и путем широкой рекламной кампании продвинуть новый бренд, сделать его узнаваемым.

Безусловно, ни у одного из предпринимателей нет такого количества денег, чтобы шаг за шагом пройти этот путь в одиночку. Поэтому предпринимателям помогает московское правительство, выделяя субсидии. Но это вовсе не значит, что сами предприниматели в этих затратах не участвуют. Например, началось создание единой упаковки. С дизайном и разработкой помогает правительство, а вот выпуск единой упаковки — это уже дело самих предпринимателей. И если они на это пошли, значит, поняли ту выгоду, которую от этого получают, и ту перспективу, которая перед ними открывается. В апреле будущего года мы планируем провести рекламную кампанию и представить продукцию под единым брендом на крупной специализированной выставке.

Малому бизнесу очень непросто успешно конкурировать с крупными предприятиями, особенно в условиях экономического кризиса. И все же какие факторы могут обеспечить малым предпринимателям конкурентные преимущества?

Важным конкурентным преимуществом для малых предприятий может стать сертификация по ISO. Это дает возможность не только руководителю, но и всему коллективу по-новому взглянуть на свою работу. И те предприятия, которые прошли такую сертификацию — не покупную за 50 тыс. руб., чтобы повесить сертификат на стенку в своем офисе, а настоящую, — тоже получили субсидии правительства Москвы. 50% этих расходов оплачивается из городского бюджета, а 50% — самим предпринимателем. Чтобы пройти эту процедуру, предварительно необходимо отладить бизнес-процессы, привести в порядок документооборот, в результате это дает несомненные конкурентные преимущества. Вот характерный пример. Не так давно в Москве по франчайзингу открылась сеть пиццерий. Поскольку эта сеть предприятий общественного питания создавалась в соответствии с американскими требованиями, все поставщики, которые снабжали ее продуктами, должны были иметь сертификат ISO. Это было краеугольным условием обладателя франшизы.

Малые предприниматели более гибкие, они активно приспосабливаются к изменяющимся условиям рынка. И это, несомненно, также является их сильной стороной, которая помогает выживать во время кризиса. Они либо пытаются найти новую нишу, либо стараются каким-то образом сократить издержки. Могу привести такие примеры. В Москве есть компания, которая изготавливает детскую одежду. Раньше ее шили из иностранной ткани, импортного приклада. А в этом году свою летнюю коллекцию фирма пошила из более дешевого российского ситца, и эти изделия были быстро распроданы. Кстати, законодателями моды в области школьной

формы в ряде регионов также стала московская фирма. И это объяснимо, ведь в регионах ношение школьной формы приветствуется, а вот предложение практически отсутствует. И московская продукция идет просто на ура. По-своему это уникальный случай.

Серьезным конкурентным преимуществом для малых предприятий может стать участие в производственных цепочках. Выстраиванием таких цепочек занимается Межрегиональный центр промышленной субконтракции и партнерства. В разных регионах страны создано уже 32 таких центра, которые проводят биржи субконтракции. Они ориентированы на производство средств производства. Интересно, что в данной ситуации заказчиком далеко не всегда выступает крупное предприятие. Иногда малое предприятие, не имеющее достаточных площадей, оборудования, размещает свои заказы на крупных предприятиях, которые частично простаивают, но имеют необходимое оборудование для изготовления нужных им деталей, узлов, комплектующих изделий.

Конечно, часто в роли заказчика выступает крупное предприятие. Например, в прошлом году подобная биржа проводилась по просьбе ликинского завода, производящего автобусы. Обычно собирается 5–6 заказчиков и около 120 поставщиков. Предварительно проводится анализ того, насколько конкурентоспособный товар они могут пред-

ложить, — этим занимаются технологи. Предоставляется площадка для проведения такой биржи. Ну а выбор поставщика остается за заказчиком.

Как вы оцениваете роль ММЦ в повышении конкурентоспособности малых предприятий?

Осуществляя указанные программы — субсидирование участия малого бизнеса в выставках, деловых миссий, маркетинговых мероприятий, создания единого бренда, — московский центр, безусловно, создает конкурентные преимущества, которые помогают московским предпринимателям удержаться на рынке. По нашему мнению, делать это просто необходимо, особенно во время кризиса. Тем более что в этом отношении мы не оригинальны. Так, в Чехии реализуется национальная программа поддержки экспортно ориентированных предприятий. Государство субсидирует 46% расходов малых и средних предприятий на участие в зарубежных выставках, а расходы на маркетинг — на 100%. Там прекрасно понимают, что для отдельных небольших предприятий — и даже для группы таких предприятий — очень сложно своими силами проводить полноценный, эффективный маркетинг.

*Беседу вел журналист
Никита Сергеев*

E. L. Emelianova, *President of the Interregional Marketing Centers Association*,
emelianova@marketcenter.ru

MARKETING AS A COMPETITIVE ADVANTAGE OF SMALL BUSINESS

It is a well-known fact that competitive capacity of an enterprise is basically determined by the efficiency of its marketing strategy, the ability to choose a promising niche in the market, and to enter new markets. It is also known that a small enterprise, as a rule, cannot spend a lot of money on marketing research and a promotion campaign. The financial crisis made it more difficult for small businesses to market and promote products.

What are the ways to smoothly enter new regional markets today? What are the ways to estimate product promotion in a new region? How can local officials assist in these issues? How can small businesses get competitive advantages? Elena Ljovovna Emelianova, President of the Interregional Marketing Centers Association, answered these questions at an interview for our magazine.

Key words: small business, entrepreneurs, competitive capacity of small businesses, density of competition, competitive advantages of small businesses.



Сушкевич А. Г., канд. экон. наук, начальник
Аналитического управления ФАС, г. Москва,
susha@fas.gov.ru

НОВАЦИИ В АНТИМОНОПОЛЬНОМ РЕГУЛИРОВАНИИ

Необходимость принятия так называемого второго антимонопольного пакета — комплекса мер и поправок в законодательство — продиктована современной российской действительностью, которую отличают злоупотребление рыночной властью со стороны госу-

дарственных органов управления, грубейшие антиконкурентные действия со стороны участников рынка. За это нарушители должны нести уголовную ответственность. Одна из основных инициатив второго антимонопольного пакета — новая редакция ст. 178 Уголовного кодекса РФ, предусматривающая уголовную ответственность за наиболее тяжкие нарушения антимонопольного законодательства. Поправки, составляющие второй антимонопольный пакет, призваны сделать правовой инструментарий борьбы с антиконкурентной деятельностью более современным, адекватным существующей экономической действительности и способствовать поддержанию благоприятной конкурентной среды в стране.

*По просьбе редакции журнала о новациях в антимонопольном регулировании рассказал начальник Аналитического управления Федеральной антимонопольной службы **Алексей Геннадьевич Сушкевич**.*

Какие документы вошли в состав второго антимонопольного пакета законопроектов, который недавно вступил в силу?

Так называемый второй антимонопольный пакет включает изменения в три федеральных закона:

- во-первых, в Закон о защите конкуренции;
- во-вторых, в Кодекс РФ об административных правонарушениях;
- в-третьих, в Уголовный кодекс РФ.

Какие изменения внесены в законодательство о защите конкуренции?

Серьезной ревизии подверглись положения Закона «О защите конкуренции»¹ в части установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке. В России на рынках нефти и нефтепродуктов, по сути, существует олигополия во всех регионах Российской Федерации. Однако действующее антимонопольное законодательство не могло квалифицировать такого рода ситуацию как отклонение от состояния конкуренции, поскольку доминирующее положение компании с долей менее 35% не могло быть установлено либо

¹ Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» в ред. от 29 апреля 2008 г.

оно могло быть установлено в очень редких случаях. Сегодня Закон «О защите конкуренции» дополнен положением, согласно которому антимонопольный орган может установить доминирующее положение компании с долей даже 15–20% на товарном рынке.

Существенным образом переработаны и расширены положения этого закона, в которых определяются понятия монопольно высокой и монопольно низкой цены товара. Можно без преувеличения сказать, что сегодня эти положения являются самыми подробными, самыми развернутыми, самыми детализированными по сравнению с законодательством других юрисдикций.

Тем не менее обоснованность высоких цен, которые производители порой устанавливают на свои товары и услуги, по-прежнему остается одной из серьезных проблем отечественного рынка.

Благодаря поправкам, предусмотренным вторым антимонопольным пакетом, возможности регулирования в сфере ценообразования значительно расширены и детализированы. По существу, сегодня, для того чтобы устанавливать цены на товары, работы и услуги, значительно отличающиеся от цен, которые сложились на рынках Западной, Центральной и Восточной Европы, бизнес должен иметь очень серьезные основания. В частности, речь идет о повышении цены по сравнению с ценой на центральноевропейских рынках или о запаздывающей ценовой динамике — неснижении цены в том случае, если на рынке Западной Европы цена пошла вниз. Отклонение от доминирующих тенденций на мировом рынке должно быть вызвано очень вескими причинами. Это могут быть особые условия налогообложения, особые условия ведения торговли соответствующим товаром в России. Скажем, это может быть вызвано высокими издержками по доставке товара в отдельные регионы страны. Никто не говорит, что цена должна быть универсальной для всей Российской

Федерации и должна копировать цены Западной и Восточной Европы. Нет. Но бизнес должен осознавать, что произвольное повышение цены, связанное с использованием своего доминирующего положения на товарном рынке, будет выявляться и наказываться антимонопольным органом.

Что служит основанием для определения доминирующего положения той или иной компании на товарном рынке?

Доминирующее положение компании на товарном рынке устанавливается антимонопольным органом по результату анализа данного рынка. Для этих целей существует утвержденный нормативный акт, определенная методика исследования состояния конкуренции на товарном рынке. Это ключевой приказ для любого антимонопольного органа. По сути, то, что сегодня мы имеем в России, ненамного отличается от американского или европейского варианта такого рода методики. При этом мы сознательно позаимствовали за рубежом самые лучшие методы анализа товарного рынка в целях выявления доминирующего положения или иных ограничений конкуренции на товарном рынке. Это один из наиболее широко используемых судами документов, с которым прекрасно знаком бизнес, — так называемый приказ № 108, принятый в апреле 2006 г.²

Каковы критерии и механизм выявления случаев злоупотребления рыночной властью?

Все достаточно просто. Юридический термин «доминирующее положение» на языке экономистов как раз и означает то, что называется рыночной властью. Есть три альтернативных критерия, в силу которых хозяйствующим

² Приказ Федеральной антимонопольной службы от 25 апреля 2006 г. № 108 «Об утверждении Порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке».

щий субъект признается доминирующим на товарном рынке. Либо такой хозяйствующий объект обладает возможностью устранять с товарного рынка своих конкурентов, т.е. фактически он формирует круг своих конкурентов самостоятельно, и те, кто ему не нужен, с этого рынка устраняются. Либо он обладает возможностью не допускать на товарный рынок потенциальных конкурентов, что опять демонстрирует тот же результат формирования круга конкурентов исключительно исходя из видения одного участника рынка. И третье альтернативное условие: он обладает возможностью своими действиями определять общие условия обращения товара.

Иначе говоря, независимо от рыночной доли на соответствующем рынке хозяйствующий субъект сам формирует цену, как ему это представляется целесообразным, и прочие условия обращения товара — например, условия поставки, отгрузки, оплаты, послепродажного ремонта, обслуживания, прочих общих условий обращения товара. Известны случаи, когда, обладая даже небольшой рыночной долей, хозяйствующий субъект самостоятельно устанавливает такие общие условия обращения товара. Классическим примером является положение ОАО «РЖД» на рынке услуг по перевозке грузов железнодорожным транспортом. По некоторым видам грузов — допустим, по скоропортящимся грузам — доля РЖД незначительно мала. Однако, предоставляя доступ к услугам инфраструктуры железнодорожного транспорта, РЖД самостоятельно определяют как общие условия обращения товара, так и круг конкурентов, которые на этом рынке могут оказывать услуги. Это типичный пример доминирующего положения и рыночной власти независимо от доли хозяйствующего субъекта на рынке.

Обладает ли антимонопольное ведомство необходимыми возможностями для выявления случаев нарушения действующего законодательства в сфере конкуренции?

Вторым антимонопольным пакетом в Закон «О защите конкуренции» была введена очень детальная регламентация проведения проверок антимонопольным органом. Можно сказать, что полномочия антимонопольного органа по проведению проверок унифицированы с полномочиями налоговых органов.

По существу, для нас не осталось закрытых, «серых» зон. Антимонопольному органу доступны любые документы, любые прямые и косвенные свидетельства, которые используются для выявления нарушений антимонопольного законодательства. Мы стали проводить опросы работников компаний. И совершенно однозначно законодателем выражена позиция, в силу которой проверки, проводимые антимонопольным органом, исключены из-под действия закона, упорядочивающего проверочную деятельность в отношении бизнеса. Так, антимонопольные проверки выведены из-под общего правила, ограничивающего проведение проверок в течение года в одном хозяйствующем субъекте.

Не приведет ли это к дополнительным неудобствам для бизнеса, вызванным увеличением количества проверок?

Антимонопольный орган проводит ничтожно малую долю всех проверок: речь идет о сотых — может быть, даже о тысячных — долях процента. Хотя у нас есть своя территориальная сеть, и в каждом субъекте Российской Федерации присутствует наше территориальное отделение. Тем не менее мы не докучаем бизнесу проверками. Основная часть — больше половины всех проверок, которые мы проводим — это проверки в отношении органов власти, их территориальных органов, субъектов Федерации, органов местного самоуправления. Дело в том, что около 56% выявляемых нарушений антимонопольного законодательства — это антиконкурентные действия органов власти, органов местного самоуправления.

Второй антимонопольный пакет предусматривает серьезные изменения в Кодексе РФ об административных правонарушениях и Уголовном кодексе РФ. Что Вы можете сказать об этих новациях?

Самое важное изменение в Кодексе РФ об административных правонарушениях состоит в том, что введена административная ответственность должностных лиц органов власти и органов местного самоуправления, связанная с изданием антиконкурентных актов и совершением антиконкурентных действий. И если до сих пор должностные лица не несли прямой ответственности за подобные действия, то с октября 2009 г. такая ответственность возникает.

Важная новация внесена в Уголовный кодекс — серьезной ревизии подверглась ст. 178, устанавливающая уголовную ответственность за нарушение антимонопольного законодательства. Введена так называемая административная преюдиция³: трехкратное привлечение к административной ответственности за нарушение антимонопольного законодательства создает преюдицию, т. е. последующее нарушение антимонопольного законодательства влечет за собой непосредственно уголовную ответственность.

³ **Наша справка.** Преюдиция как правовое понятие возникла в римском праве. Термин «преюдиция» произошел от латинского *praejudicium* — предрешение вопроса, заранее принятое решение, обстоятельство, позволяющее судить о последствиях. В странах общего права, где источником права признается прецедент, судебным решениям отведена роль закона. Преюдициальность — обязательность для всех судов, рассматривающих дело, принять без проверки и доказательств факты, ранее установленные вступившим в законную силу судебным решением или приговором по какому-либо другому делу. Так, если судебным решением, вступившим в законную силу, установлена ответственность владельца источника повышенной опасности за причиненный вред, то в случае предъявления регрессного иска владельцем такого источника к непосредственному причинителю факты, установленные судебным решением в первом процессе, имеют преюдициальное значение и не подлежат оспариванию.

Каков механизм привлечения к уголовной ответственности за нарушения антимонопольного законодательства? В чем будет заключаться роль ФАС?

Механизм привлечения к уголовной ответственности за подобные правонарушения совершенно стандартный. Нарушения антимонопольного законодательства могут выявляться только антимонопольным органом. При наличии соответствующих обстоятельств (выявленное нарушение антимонопольного законодательства, предыдущее трехкратное привлечение к административной ответственности) следователь возбуждает уголовное дело и ведет соответствующее расследование.

И наконец, еще одна новация. Если до сих пор согласно ст. 178 Уголовного кодекса РФ привлечение к уголовной ответственности было возможно лишь в случае выявления причинения ущерба антиконкурентными действиями соответствующего лица, то теперь согласно новой редакции этой статьи помимо причинения ущерба альтернативным квалифицирующим признаком может также являться извлечение дохода в особо крупном размере. Причем в этом случае предусмотрена возможность привлечения к уголовной ответственности даже без административной преюдиции, о которой шла речь выше.

Предполагается ли в связи с перечисленными нововведениями расширить полномочия ФАС?

Все, что связано с новациями в Уголовном кодексе, прежде всего касается полномочий Следственного комитета МВД, Генеральной прокуратуры. Как известно, в соответствии с законодательством ФАС не обладает полномочиями на проведение розыскных мероприятий. Максимум, что мы можем сделать, — это передать соответствующие материалы на рассмотрение правоохранительных органов. Поэтому говорить о расширении полномочий ФАС было бы некорректно.

Наши полномочия привлекать к административной ответственности как были, так и остались. А что касается изменений в закон «О защите конкуренции», то здесь действительно произошло небольшое расширение полномочий ФАС в части проведения проверок.

В рамках второго антимонопольного пакета предусмотрена детализация правил недискриминационного доступа к товарам и услугам, производимым либо реализуемым субъектами естественных монополий. О каких параметрах этих правил идет речь?

Мы подняли очень важную тему. Сегодня закон «О защите конкуренции» содержит детальную регламентацию того, что называется правилами недискриминационного доступа к товарам, работам и услугам субъектов естественных монополий. В своей предыдущей редакции ст. 5 Закона «О защите конкуренции» наделяла правительство полномочиями издавать такого рода правила доступа потребителей к товарам, работам и услугам субъектов естественных монополий. Однако она не раскрывала их содержания, что вызывало большие проблемы при разработке таких правил, при их регистрации, издании их правительством. И не было единого мнения о том, как они должны выглядеть. Вступивший в силу второй антимонопольный пакет включает закон, который детальнейшим образом регламентирует содержание такого рода правил. Обозначает обязательные разделы, которые должны быть в этих правилах, приближая перспективу издания правительством такого рода правил по самым разным вопросам, относящимся к сфере естественных монополий.

Предусмотрены ли какие-то меры по защите интересов малого бизнеса? В частности, по размещению госзаказов, дроблению заказов?

Такого рода новации касаются закона по размещению муниципальных и государственных заказов и Федерального закона №94⁴, и не имеют отношения ко второму антимонопольному пакету. Подобные положения, которые стимулируют участие малого бизнеса в продаже государству товаров и услуг, были внесены еще в 2006 г. в законодательство о размещении заказов и не зависят от антимонопольного законодательства. Действительно, предусмотрены дробление лотов, чтобы малый бизнес мог участвовать в аукционах, и обязательная доля в закупках, которая должна осуществляться в субъектах малого предпринимательства.

Какие изменения были внесены в положения закона, регулирующего порядок вертикальной конкуренции?

Внесено дополнение в ст. 11 Закона «О защите конкуренции», которым признаны запрещенными два вида вертикальных соглашений. **Во-первых**, это соглашения, в которых устанавливается цена перепродажи товара, причем любая цена перепродажи: максимальная, минимальная, фиксированная. Такая максималистская практика не встречается в законодательстве других стран мира, и ее нельзя однозначно оценить как положительную. Трудно себе представить, почему, допустим, производитель товара в договорах со своими дилерами не может установить максимальную цену перепродажи товара, тем самым форсируя продажи товара и не давая дилерам возможность использовать свою рыночную власть в целях увеличения объема продаж в стоимостном размере и уменьшения в натуральных единицах. Зачастую при выходе на уже сформированный рынок, где конкуренция, как правило, особен-

⁴ Федеральный закон от 21 июля 2005 г. №94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд».

но остра, производитель бывает заинтересован в захвате доли рынка по невысокой цене. Сложно понять, почему нужно было запрещать вертикальные соглашения, в которых устанавливается максимальная цена перепродажи.

Что касается минимальной цены перепродажи, то в подобных ситуациях все более определено. Наверное, есть смысл вводить такой запрет, хотя и он не всегда полностью оправдан. Наконец, фиксированная цена перепродажи, установление которой в договоре сегодня тоже подпадает под запрет. Нужно понимать, что мы сталкиваемся с очень широко распространенной практикой установления фиксированной цены перепродажи, например, на сигареты, газеты и другие печатные издания. Необходимо для себя решить, как мы будем действовать с помощью административных мер, чтобы не было выборочного правоприменения в отношении только тех субъектов рынка, которые нам покажутся плохими. Нужно разобраться с той практикой, которая сегодня существует.

Во-вторых, это вертикальные соглашения, содержащие запрет. Возможно, что лучше оставить в авторской редакции для покупателя товара на приобретение конкурирующего товара у других продавцов. Например, когда крупная компания, выпускающая прохладительные напитки, входит в ка-

кую-либо торговую сеть и условием заключения договора с ней ставит отказ данной торговой сети от покупки конкурирующих прохладительных напитков у других производителей. Вот такого рода абсолютный запрет сегодня и введен в антимонопольное законодательство.

С моей точки зрения, это более оправданный запрет. Однако из него сделано очень странное исключение, которое, по существу, делает недействующим этот запрет. Это исключение в отношении так называемой фирменной торговли, или торговли под фирменным наименованием. Если торговля товаром осуществляется под фирменным наименованием, то этот запрет не действует. А под фирменным наименованием, насколько я понимаю, можно торговать даже песком из карьера. Поэтому вводя такой запрет и делая из него такое широкое исключение, закон, по сути, легализует любое ограничение доступа конкурентов в дистрибуцию или в дилерскую сеть производителя, если только эти дилеры или дистрибьюторы торгуют товаром под фирменным наименованием производителя. Это неправильное положение. Оно очень похоже на техническую ошибку, которую надо в скором времени исправить.

*Беседу вел журналист
Никита Сергеев*

A. G. Sushkevich, PhD (Economics), Head of the Federal Antimonopoly Service, susha@fas.gov.ru

INNOVATIONS IN ANTIMONOPOLY REGULATIONS

The necessity for the adoption of the so-called second antimonopoly statute — a set of measures and amendments in the legislation — is predetermined by the present day situation in Russia characterized by governmental abuse of market power, tough anticompetitive acts of market participants. Such law-breakers should be criminally prosecuted. One of the main ideas of the second antimonopoly statute is the new version of Article 178 of the Criminal Code of the RF which states criminal responsibility for the gravest violations of the antimonopoly legislation. The amendments that make up the second antimonopoly statute are aimed at making legal anticompetitive measures more up-to-date, suitable for the existing economic activity and maintaining favourable competitive environment in the country.

Aleksey Gennadievich Sushkevich, Head of the Federal Antimonopoly Service, spoke for the journal on innovations in antimonopoly regulations.

УДК 338.516.24

Максимов С. В., заведующий сектором уголовного права и криминологии Института государства и права РАН, г. Москва, kwk2003@mail.ru

НА СТРАЖЕ ЧЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

О поправках в статью 178 Уголовного кодекса РФ

Федеральным законом от 29 июля 2009 г. № 216-ФЗ в ст. 178 Уголовного кодекса РФ «Недопущение, ограничение или устранение конкуренции»¹ внесен ряд поправок, отражающих существенные перемены в отношении государства к роли уголовного закона как инструмента защиты интересов честной конкуренции в нашей стране. Поправки, внесенные в «антимонопольную» статью уголовного закона, вступили в силу 30 октября 2009 г. Принятию закона предшествовал длительный — можно сказать, изнурительный — процесс разработки законопроекта, стартовавший в апреле 2006 г. Первоначальный вариант, подготовленный специалистами Института государства и права РАН, затем дорабатывался и согласовывался с участием представителей всех заинтересованных сторон: администрации президента РФ, Минюста РФ, Минэкономразвития РФ, МВД РФ, ФАС. Несмотря на то что принятый законодателем вариант новой редакции ст. 178 УК РФ заметно отличается от конкурсной разработки ИГП РАН, ключевые новеллы остались практически нетронутыми.

Ключевые слова: закон о конкуренции, ограничение монополистической деятельности, нарушения антимонопольного законодательства, уголовная ответственность должностных лиц органов власти, управления или хозяйствующих субъектов, формы монополистических действий и ограничения конкуренции.

Предыстория вопроса

Принятый еще в период разработки действующей Конституции, Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» 1991 г.² вплоть до замены его в 2006 г. новым законом подвергался почти непрерывным изменениям. В соответствии с данным Законом в 1992 г. в Уголовный кодекс РСФСР 1960 г. была включена ст. 175¹ «Наруше-

ние антимонопольного законодательства», а в 1993 г. — ст. 154³ «Незаконное повышение или поддержание цен», которые также неоднократно изменялись и дополнялись в связи с изменениями и дополнениями базового Закона.

Статья 175¹ УК РСФСР предусматривала уголовную ответственность должностных лиц органов власти, управления или хозяйствующих субъектов за невыполнение законных предписаний Антимонопольного комитета, если они в течение года подвергались административному взысканию за те же действия. В ст. 154³ того же Уголовного кодекса расширялась сфера уголовно наказуемого поведения в части, относящейся к объективной стороне соответствующего состава преступления. Данная статья

¹ См.: Федеральный закон от 29 июля 2009 г. № 216-ФЗ «О внесении изменения в статью 178 Уголовного кодекса Российской Федерации» // Российская газета. 2009. 31 июля.

² См.: Ведомости Съезда народных депутатов и Верховного Совета РСФСР. 1991. № 16.

весьма неполно и неоднозначно определяла наиболее опасные формы монополистической деятельности, устанавливая уголовную ответственность не только для должностных, но и для других лиц, действующих от имени хозяйствующих субъектов или государственных органов. В те годы борьба с указанными деяниями, впрочем, как и с другими хозяйственными преступлениями, в силу несовершенства правовой базы и организационных недостатков была малоэффективной.

В Уголовном кодексе РФ 1996 г. все базовые нормативные положения об уголовной ответственности за посягательства на свободу конкуренции законодатель закрепил в ст. 178 «Монополистические действия и ограничение конкуренции». При этом достаточно произвольно были определены общественно опасные способы установления монопольно высоких или монопольно низких цен и ограничения конкуренции: раздел рынка, ограничение доступа на рынок, устранение с него других субъектов экономической деятельности, установление или поддержание единых цен. В ч. 1 этой статьи, с одной стороны, были избирательно и неполно сформулированы отдельные формы монополистических действий и ограничения конкуренции, а с другой — состав преступления оставался фактически формальным: наступление каких-либо вредных последствий не являлось обязательным признаком оконченного преступления. Тем самым предоставлялись необоснованно широкие дискреционные полномочия (свобода усмотрения) должностным лицам антимонопольных и правоохранительных органов. Данное обстоятельство объективно выступает в качестве коррупциогенного фактора.

Монополистические действия и ограничение конкуренции в эти годы имели достаточно широкое распространение, однако превентивная функция уголовного закона для борьбы с этим явлением фактически не использовалась. В целом по России было зарегистрировано в 1997 г. 13 преступлений,

в 1998 г. — 23, в 1999 г. — 36, в 2000 г. — 42, в 2001 г. — 64, в 2002 г. — 48, в 2003 г. — 61 преступление³, за совершение которых лишь единицы были осуждены⁴.

Небрежное воплощение хорошей идеи

До настоящего времени среди экспертов распространено мнение о том, что новейшая реформа российского уголовного законодательства, которая произошла 8 декабря 2003 г., является, возможно, наиболее масштабной депенализацией преступлений в нашей стране за последние 100 лет⁵. Однако внимательный анализ юридико-технических решений законодателя убеждает в том, что следует говорить не о либерализации или, напротив, об ужесточении уголовной политики, а о попытке достижения большего уровня дифференциации ответственности за преступления, существенно различающиеся по степени общественной опасности. По сути, наш законодатель сделал шаг в сторону разделения Уголовного кодекса на два кодекса — кодекс преступлений и кодекс уголовных проступков.

Одной из «жертв» небрежной реализации этой идеи и стала ст. 178 УК. Законодатель существенно изменил не только ее наименование на «Недопущение, ограничение или устранение конкуренции», но и содержание. Диспозиция соответствующей

³ О едином учете преступлений за 1997–2001 гг. Экспресс-информация. М.: Главный информационный центр МВД РФ, 2002. С. 199; О едином учете преступлений за 2002 г. Экспресс-информация. М.: Главный информационный центр МВД РФ, 2003. С. 6; О едином учете преступлений за 2003 г. Экспресс-информация. М.: Главный информационный центр МВД РФ, 2004. С. 7.

⁴ Например, в 1997 г. по ст. 178 УК РФ был осужден 1 человек, в 1998 г. — 1, в 1999 г. — 2, в 2000 г. — 20, в 2001 г. — 4, в 2002 г. — 4, в 2003 г. — 1 человек. См., например: Уголовный закон в практике районного суда / Под ред. А. В. Галаховой. М.: Норма, 2007. С. 323–324.

⁵ См.: Российская газета. 2003. 16 декабря.

нормы была сформулирована следующим образом: «Недопущение, ограничение или устранение конкуренции путем установления или поддержания монопольно высоких или монопольно низких цен, раздела рынка, ограничения доступа на рынок, устранения с него других субъектов экономической деятельности, установления или поддержания единых цен, если эти деяния повлекли причинение крупного ущерба». Данная редакция ст. 178 УК РФ сделала практически неосуществимой уголовно-правовую защиту экономической деятельности от монополизма и недобросовестной конкуренции. В 2004 г. было зарегистрировано всего 10 фактов недопущения, ограничения или устранения конкуренции, в 2005 г. — 6 фактов, в 2007 г. — 8 фактов⁶. Если в 2004 г. за преступления данного вида было осуждено 3 человека, то в 2005 г. — ни одного⁷. В 2008 г. эта практика существенно не изменилась. Причин тому несколько.

Во-первых, в базовых Федеральных законах: «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» 1991 г.⁸, «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» 1999 г. в редакции 2001 и 2006 гг., «О естественных монополиях» 1995 г. не дано определений понятий «недопущение, ограничение или устранение конкуренции». Их фактическое содержание определялось контролирующими, правоохранными и судебными органами.

⁶ См.: О едином учете преступлений за 2004 г. Экспресс-информация. М.: Главный информационный центр МВД РФ, 2005. С. 12; О едином учете преступлений за 2005 г. Экспресс-информация. М.: Главный информационный центр МВД РФ, 2006. С. 12; О едином учете преступлений за 2007 г. Экспресс-информация. М.: Главный информационный центр МВД РФ, 2008. С. 2.

⁷ См., например: Уголовный закон в практике районного суда / Под ред. А. В. Галаховой. М.: Норма, 2007. С. 324.

⁸ Вплоть до момента его замены 26 июля 2006 г. новым Федеральным законом «О защите конкуренции» № 135-ФЗ // Российская газета. 2006. 27 июля.

Во-вторых, в ч. 1 ст. 178 УК РФ (в ред. Федерального закона от 8 декабря 2003 г. № 162-ФЗ) перечислялись лишь некоторые способы недопущения, ограничения или устранения конкуренции, тогда как в реальности их намного больше. Причем некоторые из способов, не указанных в ч. 1 ст. 178 УК РФ в упомянутой редакции, при одинаковых последствиях имеют гораздо более серьезную общественную опасность — например, злоупотребление доминирующим положением на рынке. В связи с этим диспозиция статьи не охватывает значительную часть реальной монополистической преступности.

В-третьих, законодатель включил в данную статью обязательный материальный признак: «если эти деяния повлекли причинение крупного материального ущерба», сумма которого, определенная в примечании к ст. 178 УК РФ, превышала один миллион рублей. Это было сделано в целях устранения недостатков формального состава преступления, поскольку в этом случае преступление считается оконченным с момента совершения определенных признаваемых законодателем общественно опасными действий или бездействия независимо от наступления последствий. А такой подход чреват расширением дискреционных полномочий правоохранительных и судебных органов и, соответственно, увеличением так называемого коррупционного потенциала ст. 178 УК РФ.

С одной стороны, такой признак-«ограничитель» существенно сузил сферу уголовно-правовой ответственности и возможных злоупотреблений со стороны контрольных и правоохранительных органов, но с другой — привел к практической недоказуемости большинства проявлений общественно опасной монополистической деятельности. Монополистическая деятельность и недобросовестная конкуренция причиняют огромный вред гражданам и субъектам экономической деятельности. И этот вред, как правило, распределен во времени и пространстве, нередко среди тысяч фактических потерпевших. Выявить всех потерпев-

ших или сколько-нибудь значительную их часть, а также определить сумму причиненного ущерба на практике оказалось невозможным. В связи с этим зарегистрированные преступления стали исчисляться единицами, а число осужденных за совершение рассматриваемого деяния практически свелось к нулю. В результате уголовно-правовая борьба с преступлением, предусмотренным ст. 178 УК РФ, как уже отмечалось, фактически прекратилась.

Существенным недостатком антимонопольного уголовного законодательства являлась уголовно-правовая необеспеченность государственной функции по борьбе с монополистической деятельностью.

На Федеральной антимонопольной службе лежит ответственность за содействие формированию цивилизованного рынка в стране. Однако далеко не все законные требования антимонопольных органов, их предписания, а также решения судов о нарушении антимонопольного законодательства исполняются соответствующими субъектами. В базовых антимонопольных законах говорится, что за невыполнение законных требований и предписаний антимонопольных органов виновные лица несут ответственность, предусмотренную законодательством Российской Федерации. Но в уголовном законодательстве такой ответственности не было предусмотрено.

В то же время в ст. 175¹ УК РСФСР 1960 г., действовавшего до 31 декабря 1996 г., такая ответственность предусматривалась. Неисполнение в срок должностным лицом органа власти, управления или хозяйствующего субъекта законных предписаний Антимонопольного комитета РФ, его территориального управления, если оно совершено лицом, которое в течение года подвергалось административному взысканию за те же действия, подлежало уголовной ответственности. Отказ законодателя от использования в Уголовном кодексе РФ 1996 г. института административной преюдиции (наступление уголовной ответственности

при условии предшествующего привлечения к административной ответственности за аналогичное правонарушение) «попутно» повлек декриминализацию неисполнения решений антимонопольного органа. Адекватной замены этому уголовно-правовому инструменту до сих пор не было.

Взгляд практикующих экспертов на проблему

В рамках инициированной весной 2006 г. ФАС в соответствии с поручением правительства РФ конкурсной разработки новой редакции ст. 178 УК РФ автор данной статьи совместно с профессором В. В. Лунеевым изучал мнение руководителей ряда антимонопольных органов в субъектах РФ относительно практики уголовно-правовой борьбы с монополистическими деяниями и предложения по совершенствованию уголовного законодательства, на основе которого эта борьба ведется⁹.

Абсолютное большинство руководителей таких органов отрицательно оценило эффективность уголовно-правовой борьбы с нарушениями антимонопольного законодательства, что, по их мнению, было связано с несовершенством ст. 178 УК РФ, которая в своем последнем варианте фактически была «мертва». Многие руководители прямо указали на то, что после 2003 г., когда была существенно изменена ст. 178 УК, в их регионах фактически не было правоприменительной, в том числе судебной, практики борьбы с этими деяниями. Причина этого заключалась в невозможности доказать наступление предусмотренного ст. 178 УК обязательного последствия в виде крупного ущерба, хотя такие попытки и предпринимались¹⁰.

⁹ Были изучены предложения руководителей 48 территориальных органов ФАС. — *Прим. авт.*

¹⁰ См., например: <http://www.plastinfo.ru/information/news/page52/1215>. 19.04.2004.

В связи с этим и гражданско-правовая, и административно-правовая ответственность за нарушения антимонопольного законодательства также не всегда решала поставленные задачи, так как не была подкреплена уголовно-правовой ответственностью. В связи с этим не велась системная борьба с нарушениями антимонопольного законодательства.

Предлагаемые правоприменителем изменения уголовного законодательства в рассматриваемой сфере были направлены на повышение эффективности деятельности антимонопольной службы и защиту принципов добросовестной конкуренции на товарных рынках и в сфере финансовых услуг.

Изучение предложений с мест показало, что почти 2/3 руководителей территориальных органов ФАС выступили за то, чтобы вернуть в ст. 178 УК РФ формальный состав преступления. Формальный состав, по их мнению, позволил бы правоохранительным органам более эффективно привлекать виновных к ответственности за нарушения антимонопольного законодательства. На наш взгляд, такой подход недопустим по причине неопределенности, создания новых условий для расширения и без того широких дискреционных полномочий правоприменителя и, следовательно, для увеличения возможной коррупциогенности и избирательности уголовной ответственности, что принесет скорее вред, чем пользу. Кроме того, отреагировать на сколько-нибудь значительную часть нарушений антимонопольного законодательства, которые будут подпадать под признаки формального состава, правоохранительные органы не в состоянии. В то же время формальный состав нарушения антимонопольного законодательства создает благоприятные условия для различного рода злоупотреблений со стороны недобросовестного правоприменителя, в частности, для произвольного выбора из общей массы фактов тех, на которые есть смысл «обратить внимание».

Многие руководители региональных антимонопольных органов предложили заменить недоказуемый признак «крупный ущерб» другими материальными признаками, наличие которых, на наш взгляд, доказывать не легче: «ощутимый вред», «существенное нарушение прав» и т.п. Более эффективным выглядит другое предложение руководителей: заменить понятие «крупный ущерб» на понятие «крупный доход».

Исходные предложения по изменению редакции ст. 178 УК РФ

Изначально разработчики исходили из необходимости обеспечения параллельной согласованной разработки всей системы гражданско-правового, административно-правового и уголовно-правового регулирования антимонополистической деятельности. Первый вариант новой редакции ст. 178 Уголовного кодекса Российской Федерации, появившийся в июне 2006 г., основывался на рассмотренном выше единстве всех форм регулирования.

Повышение эффективности уголовно-правовой борьбы с многочисленными посягательствами на свободу конкуренции в определенной мере может быть достигнуто путем внесения в ст. 178 УК РФ адекватных изменений. В том числе таких, которые бы позволяли: охватить все существующие общественно опасные формы посягательств на свободу конкуренции, обеспечить возможность их доказывания в рамках действующего уголовно-процессуального законодательства, справедливого наказания виновных и одновременно обеспечить выполнение функций предупреждения новых преступлений со стороны как осужденных, так и потенциальных нарушителей антимонопольного законодательства.

Принципиальные положения предложенной Институтотом государства и права РАН редакции ст. 178 УК РФ касались ее содер-

жательной стороны и заключались в следующем.

Первое. Поскольку наименование ст. 178 УК и содержание ее ч. 1 объективно не могут не быть бланкетными, т. е. их полное нормативное содержание не может быть закреплено в УК в силу чрезвычайно большого объема и принципа системности законодательства, они вполне могли быть определены как «нарушение антимонопольного законодательства». Подобный подход был реализован в ранее действовавшем уголовном законодательстве России (УК РСФСР 1960 г.). Затем в целях ограничения сферы уголовной ответственности и дискреционных полномочий контрольных и правоохранительных органов предпринимались попытки изложить в тексте соответствующей статьи УК некий перечень нарушений и способов их совершения. Однако перечислить все формы общественно опасных нарушений антимонопольного законодательства не удавалось. В настоящее время, если исходить также из содержания нового Федерального закона «О защите конкуренции», где дан еще более широкий перечень возможных общественно опасных нарушений, такой подход практически нереализуем.

Для решения данной проблемы разработчиками была предложена бланкетная формулировка ч. 1 ст. 178 УК РФ, охватывающая не все возможные нарушения антимонопольного законодательства, а лишь те из них, которые связаны с получением дохода в крупном размере и причинением крупного ущерба. Это решение согласуется с содержанием типичной криминальной мотивации субъекта преступления: нарушая антимонопольное законодательство, его умысел, как правило, направлен не на причинение ущерба неопределенному числу конкурентов и потребителей, а на получение дохода.

Вместе с тем, проанализировав практику применения ст. 178 УК РФ и предложения работников территориальных органов Федеральной антимонопольной службы, раз-

работчики посчитали необоснованным исключение из числа признаков состава рассматриваемого преступления такого признака, как причинение крупного ущерба. Потребность в таком признаке обусловлена тем, что в результате нарушения антимонопольного законодательства хозяйствующий субъект может, не получив дохода (например, в результате банкротства, ненадлежащего управления и иных причин), нанести крупный ущерб большому числу потребителей и хозяйствующих субъектов.

Одновременно предлагалось прямо назвать в ч. 1 ст. 178 УК РФ потенциально-го субъекта рассматриваемого преступления — должностное лицо и лицо, выполняющее управленческие функции в коммерческих и иных организациях. Конкретные признаки данной категории лиц указаны соответственно в примечаниях к ст. 285 и 201 УК РФ.

Прямое указание в диспозиции ч. 1 ст. 178 УК РФ на названные категории субъекта рассматриваемого преступления, по нашему мнению, в наибольшей степени соответствовало бы законодательному регулированию гражданско-правовой и административно-правовой ответственности юридического лица за нарушение антимонопольного законодательства и способствовало бы исключению из практики применения ст. 178 УК РФ попыток необоснованного привлечения к ответственности рядовых исполнителей, акционеров и учредителей соответствующих организаций. Тем не менее после длительных обсуждений было решено остановиться на действующем варианте определения субъекта данного преступления — главным образом из-за угрозы необоснованного конструирования привилегированного состава преступления для чиновников.

Второе. Изначально разработчики исходили из того, что отдельные виды общественно опасных нарушений антимонопольного законодательства не связаны с установлением или поддержанием монопольно высоких цен, дающих сверхприбыль, а обу-

словлены приобретением доминирующего положения на рынке в результате совершения других правонарушений (в том числе преступлений), не относящихся к нарушениям антимонопольного законодательства (например, в результате нарушений налогового, валютного, административного законодательства, совершения убийств руководителей конкурирующих организаций, угроз убийством или иным насилием, уничтожения, повреждения или хищения имущества, подделки документов и других преступлений). Сам по себе факт привлечения виновного к ответственности за такое первичное правонарушение, в том числе за преступление, не решает проблемы должной оценки содеянного, поскольку его общественная опасность проявляется не только в причинении вреда интересам конкурента, но и в существенном нарушении интересов большого числа потребителей или хозяйствующих субъектов. При этом за уклонение от уплаты налогов или мошенническое завладение акциями чужого предприятия преступник несет ответственность. Однако если он прибегает к таким действиям с целью обеспечения доминирующего положения на рынке для своей организации, то в этом случае, как правило, должной ответственности преступник не несет.

В связи с этим на первоначальном этапе разработки проекта новой редакции ст. 178 УК РФ предполагалось установить обособленную ответственность за совершение незаконных действий, приведших к занятию организацией доминирующего положения на рынке доминирующего положения, — как правило, в результате нарушений налогового, банковского, валютного, гражданского, административного законодательства, а также нарушений уголовного законодательства об ответственности за преступления против личности, собственности, в сфере экономической деятельности, против интересов службы в коммерческих и иных организациях. Однако в дальнейшем от такого решения пришлось отказаться из-за юри-

дико-технических трудностей и трудностей, связанных с определением круга первичных нарушений.

Третье. Первоначально в ч. 3 новой редакции ст. 178 УК РФ предполагалось установить обособленную ответственность за злостное неисполнение должностным лицом или лицом, выполняющим управленческие функции в коммерческой или иной организации, предписания антимонопольного органа, т. е. неисполнение такого предписания по истечении одного месяца¹¹ со дня его вынесения либо после вступления в силу соответствующего судебного акта. При этом, разумеется, учитывалось, что в качестве непосредственных объектов соответствующего преступления помимо общественных отношений, обеспечивающих интересы честной конкуренции, порядок управления, интересы правосудия, могут альтернативно выступать отношения, обеспечивающие интересы государственной власти, государственной службы и службы в органах местного самоуправления, а также интересы службы в коммерческих и иных организациях. Однако именно такая множественность непосредственного объекта преступления делает, на наш взгляд, невозможным (или нецелесообразным) закрепление соответствующей нормы в гл. 23, 30, 31 или 32 УК РФ.

Поскольку отказ руководителя организации от исполнения предписания антимонопольного органа и одновременно от обжалования предписания антимонопольного органа в суде делал невозможным принятие судебного акта, предлагалось установить ответственность за длительное (более одного месяца) уклонение от исполнения соответствующего предписания. Если предписание антимонопольного органа будет сочтено незаконным, то оно будет обжаловано в суде, и привлечение к уголовной ответственности будет возможным лишь в случае отклонения жалобы и продолжения уклоне-

¹¹ Данный срок исходя из сложившейся практики был предложен Правовым управлением ФАС.

ния от исполнения предписания антимонопольного органа.

Примеры установления уголовной ответственности за невыполнение требований органов государственной власти вне связи с наступлением общественно опасных последствий содержат ст. 287 УК РФ, в которой установлена уголовная ответственность за отказ в предоставлении информации Федеральному Собранию РФ или Счетной палате РФ, а также ст. 315 УК РФ, предусматривающая ответственность за неисполнение приговора суда, решения суда или иного судебного акта.

Тем не менее, как показывает анализ, более правильным с точки зрения возможностей обеспечения более эффективной и целенаправленной борьбы со злостным неисполнением предписания антимонопольных органов было бы установление ответственности за данное преступление в отдельной статье УК — например, в ст. 178¹. Такой подход позволил бы реализовать идею о необходимости установления повышенной ответственности за злостное неисполнение решения антимонопольного органа лицами, занимающими государственные должности РФ, государственные должности субъектов РФ, главами органов местного самоуправления, а также за злостное неисполнение, совершенное группой лиц по предварительному сговору или организованной группой либо повлекшее тяжкие последствия.

В примечании к новой редакции ст. 178 УК РФ разработчиками было предложено указать точные количественные критерии признаков «ущерб в крупном размере» и «доход в крупном размере»; «ущерб в особо крупном размере» и «доход в особо крупном размере» (первоначально: 1 млн и 5 млн руб.), которые бы ориентировали правоприменителя на борьбу с наиболее опасными проявлениями монополистической деятельности на российском рынке.

Также в примечании к ст. 178 УК РФ было предложено изложить специальное

правило освобождения от ответственности тех, кто своими действиями способствовал пресечению или расследованию — в том числе раскрытию — этого преступления, при условии, что в таких действиях не содержится иного состава преступления. Например, насильственного преступления, некоторые формы которых охватываются ч. 3 предлагаемой редакции ст. 178 УК или совершения рассматриваемого преступления в составе преступного сообщества — п. «б» ч. 2 предлагаемой редакции ст. 178 и 210 УК РФ.

Наличие такого примечания, и в этом мы солидарны с практиками, способствовало бы повышению эффективности расследования преступных нарушений антимонополистического законодательства и предупреждению наиболее опасных ее последствий.

В результате напряженных дебатов, организованных Федеральной антимонопольной службой с участием представителей всех заинтересованных органов государственной власти, первоначальный замысел претерпел изменения (см. сопоставительную таблицу)¹².

Сравнительный анализ новой и старой редакций ст. 178 УК позволяет сделать следующие выводы.

1. Описание конкретных форм монополистических действий, с совершением которых законодатель связывает наличие оснований для привлечения к уголовной ответственности, приведено в соответствии с действующей редакцией Федерального закона «О защите конкуренции». При этом акцент сделан на необходимости уголовного преследования виновных в заключении или осуществления ограничивающих конкуренцию соглашений или осуществления ограничивающих конкуренцию согласованных действий. Одновременно законодатель решил частично декриминализировать такую форму моно-

¹² Полужирным шрифтом выделены новые положения. — *Прим. авт.*

Таблица 1

**Сопоставительная таблица изменений, внесенных в ст. 178 УК РФ
«Недопущение, ограничение или устранение конкуренции» Федеральным законом
от 29 июля 2009 г. № 216-ФЗ**

Статья 178. Недопущение, ограничение или устранение конкуренции (в ред. Федерального закона от 8 декабря 2003 г. № 162-ФЗ)	Статья 178. Недопущение, ограничение или устранение конкуренции (в ред. Федерального закона от 29 июля 2009 г. № 216-ФЗ «О внесении изменения в статью 178 Уголовного кодекса Российской Федерации») Опубликовано 31 июля 2009 г. Вступает в силу: 30 октября 2009 г.
1. Недопущение, ограничение или устранение конкуренции путем установления или поддержания монопольно высоких или монопольно низких цен, раздела рынка, ограничения доступа на рынок, устранения с него других субъектов экономической деятельности, установления или поддержания единых цен, если эти деяния повлекли причинение крупного ущерба; — наказываются штрафом в размере до двухсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо арестом на срок от четырех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до двух лет.	1. Недопущение, ограничение или устранение конкуренции путем заключения ограничивающих конкуренцию соглашений или осуществления ограничивающих конкуренцию согласованных действий, неоднократного злоупотребления доминирующим положением, развившимся в установлении и (или) поддержании монопольно высокой или монопольно низкой цены товара, необоснованном отказе или уклонении от заключения договора, ограничении доступа на рынок, если эти деяния причинили крупный ущерб гражданам, организациям или государству либо повлекли извлечение дохода в крупном размере; — наказываются штрафом в размере от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до двух лет либо лишением свободы на срок до трех лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью до одного года либо без такового.
2. Те же деяния, совершенные лицом с использованием своего служебного положения либо группой лиц по предварительному сговору; — наказываются штрафом в размере от ста тысяч до трехсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до двух лет либо лишением свободы на срок до пяти лет.	2. Те же деяния: а) совершенные лицом с использованием своего служебного положения; б) сопряженные с уничтожением или повреждением чужого имущества либо с угрозой его уничтожения или повреждения при отсутствии признаков вымогательства; в) причинившие особо крупный ущерб либо повлекшие извлечение дохода в особо крупном размере, — наказываются лишением свободы на срок до шести лет со штрафом в размере до одного миллиона рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до пяти лет либо без такового с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью от одного года до трех лет либо без такового.

Продолжение таблицы 1

Статья 178. Недопущение, ограничение или устранение конкуренции (в ред. Федерального закона от 8 декабря 2003 г. № 162-ФЗ)	Статья 178. Недопущение, ограничение или устранение конкуренции (в ред. Федерального закона от 29 июля 2009 г. № 216-ФЗ «О внесении изменения в статью 178 Уголовного кодекса Российской Федерации») Опубликовано 31 июля 2009 г. Вступает в силу: 30 октября 2009 г.
3. Деяния, предусмотренные частями первой или второй настоящей статьи, совершенные с применением насилия или с угрозой его применения, а равно с уничтожением или повреждением чужого имущества либо с угрозой его уничтожения или повреждения, при отсутствии признаков вымогательства, либо организованной группой; — наказываются лишением свободы на срок от трех до семи лет со штрафом в размере до одного миллиона рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до пяти лет либо без такового.	3. Деяния, предусмотренные частями первой или второй настоящей статьи, совершенные с применением насилия или с угрозой его применения; — наказываются лишением свободы на срок до семи лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок от одного года до трех лет.
Примечание. Крупным ущербом в настоящей статье признается ущерб, сумма которого превышает один миллион рублей.	Примечания. 1. Доходом в крупном размере в настоящей статье признается доход, сумма которого превышает пять миллионов рублей, а доходом в особо крупном размере — двадцать пять миллионов рублей. 2. Крупным ущербом в настоящей статье признается ущерб, сумма которого превышает один миллион рублей, а особо крупным ущербом — три миллиона рублей. 3. Лицо, совершившее преступление, предусмотренное настоящей статьей, освобождается от уголовной ответственности, если оно способствовало раскрытию этого преступления, возместило причиненный ущерб или перечислило в федеральный бюджет доход, полученный в результате действий, предусмотренных настоящей статьей, и если в его действиях не содержится иного состава преступления. 4. Неоднократным злоупотреблением доминирующим положением признается совершение лицом злоупотребления доминирующим положением более двух раз в течение трех лет, за которые указанное лицо было привлечено к административной ответственности.

полистических действий, как установление или поддержание единых цен, ограничив ее (в новой формулировке) связью с неоднократными злоупотреблениями доминирующим положением.

Под неоднократным злоупотреблением доминирующим положением согласно ст. 4 примечания к ст. 178 УК РФ предложено понимать совершение лицом злоупотребления доминирующим положением более двух раз

в течение трех лет, за которые указанное лицо было привлечено к административной ответственности.

2. В качестве обязательного альтернативного последствия недопущения, ограничения или устранения конкуренции наряду с труднодоказуемым ущербом появилось извлечение дохода в крупном размере. Сегодня российский правоприменитель достаточно успешно использует этот признак для привлечения к уголовной ответственности, например, за незаконное предпринимательство¹³. В этой связи следует прогнозировать существенное (по меньшей мере — на порядок) увеличение в 2010 г. числа зарегистрированных фактов уголовно наказуемых нарушений антимонопольного законодательства. Однако, для того чтобы удержать правоприменителя (следственные органы и оперативные подразделения МВД РФ) от соблазна отчитываться об успехах «ловли мелких блох», законодатель установил в качестве количественного критерия дохода в крупном размере сумму, превышающую пять миллионов рублей (примечание 1 к ст. 178 УК РФ). Те же соображения обусловили включение в ст. 178 УК РФ таких признаков повышенной опасности рассматриваемого преступления, как особо крупный ущерб (не менее 3 млн руб.) и доход в особо крупном размере (не менее 25 млн руб.). Тем самым законодатель попытался ориентировать правоприменителя на борьбу с наиболее опасными проявлениями нарушений антимонопольного законодательства.

3. Повышение максимума наиболее строгого наказания за недопущение, ограничение или устранение конкуренции безотячающих обстоятельств с 2 до 3 лет лишения свободы означает, что преступление

перешло из категории «преступление небольшой тяжести» в категорию «преступление средней тяжести». Кроме того, законодатель, по сути, обязал суд рассматривать в каждом случае применения ст. 178 УК РФ необходимость назначения в качестве дополнительного наказания лишения права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до одного года либо без такового. Без такого дополнения суды рассматривают вопросы целесообразности назначения лишения права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью исключительно по своему усмотрению.

4. Повышение максимального размера наиболее строгого наказания за недопущение, ограничение или устранение конкуренции, совершенное лицом с использованием своего служебного положения, до 6 лет лишения свободы означает, что совершение перечисленных в ч. 1 ст. 178 УК РФ форм монополистических действий должностными лицами, лицами, выполняющими управленческие функции в коммерческих организациях, и иными лицами, использующими для этого свой служебный статус, с 30 октября 2009 г. рассматривается как тяжкое преступление (ч. 4 ст. 15 УК РФ). Соответственно расширяются возможности проведения оперативно-розыскных мероприятий для целей расследования таких преступлений и изобличения виновных.

5. По не вполне понятным причинам законодатель декриминализировал недопущение, ограничение или устранение конкуренции, совершенное группой лиц по предварительному сговору, в то время как исследование проблемы разработчиком показало, что данное преступление нередко совершается предварительно сговорившимися и организованными группами лиц, существенно повышающими степень общественной опасности данного преступления. Также вызывает недоумение решение по-

¹³ Например, в 2007 г. было зарегистрировано 3340 фактов незаконного предпринимательства и выявлено 1956 лиц с связи с совершением данного преступления. См.: О едином учете преступлений за 2007 г. Экспресс-информация. М.: Главный информационный центр МВД РФ, 2008. С. 12.

низить размер наказания за недопущение, ограничение или устранение конкуренции, совершенные с применением насилия или с угрозой его применения. Прежний минимум наиболее строгого наказания за данное преступление составлял 3 года, новый (согласно ч. 2 ст. 56 УК) — 2 месяца. Монополистическая деятельность, сопряженная с насилием, по сути, представляет собой одну из наиболее опасных форм рейдерства.

6. Несомненно, некоторый энтузиазм у незлостных монополистов вызовет закрепленное в п. 3 примечания к ст. 178 УК положение, согласно которому лицо, действительно раскаявшееся в совершении данного преступления в любой из перечис-

ленных в п. 3 примечания к ст. 178 УК РФ форм, освобождается от уголовной ответственности.

Список литературы

1. Федеральный закон от 29 июля 2009 г. № 216-ФЗ «О внесении изменения в статью 178 Уголовного кодекса Российской Федерации».
2. Федеральный закон «О защите конкуренции» № 135-ФЗ.
3. Уголовный закон в практике районного суда / Под ред. А. В. Галаховой. М.: Норма, 2007.
4. О едином учете преступлений за 1997–2001 гг. Экспресс-информация. М.: Главный информационный центр МВД РФ, 2002.
5. О едином учете преступлений за 2003–2008 гг. Экспресс-информация. М.: Главный информационный центр МВД РФ, 2004; 2005; 2006; 2008.

Статья поступила в редакцию 2.11.2009

S. V. Maksimov, Head of Criminal Law and Criminology Sector, the Institute of State and Law of the Russian Academy of Sciences, kww2003@mail.ru

ON GUARD FOR FAIR COMPETITION

On Amendments to Article 178 of the Criminal Code of the RF

Federal Law № 216 of July 29, 2009 «Banning, Limitation and Elimination of Competition» moved a number of amendments to Article 178 of the Criminal Code of the RF that reflect considerable changes in the attitude of the government to the role of the criminal code as a means of protecting fair competition in our country. The amendments proposed to the «antimonopoly» article of the criminal law came into effect on October 30, 2009. A long and, so to speak, tiresome process of drafting that started in April, 2006 preceded the adoption of the statute. The initial version of the statute was worked out by the specialists from the Institute of State and Law of the Russian Academy of Sciences, later on it was completed and agreed upon with the participation of all the interested parties: the RF President Administration, the RF Ministry of Justice, the Ministry for Economic Development of the RF, the Ministry of Internal Affairs of the RF, the Federal Antimonopoly Service. Despite the fact that the newly adopted version of Article 178 is considerably different from the one offered by the Institute of State and Law of the Russian Academy of Sciences its key-points were not modified.

Key words: law on competition, limitation of monopolistic activity, breach of the antimonopoly law, criminal responsibility of government, department and economic unit officials, forms of monopolistic activity, limitation of competition.

УДК 334.75.339.137.2

Смирнова О. О., канд. экон. наук, Институт прикладных экономических исследований Академии народного хозяйства при Правительстве РФ, г. Москва, osmirnova@mbschool.ru

РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ

В статье рассматривается проблема развития конкурентных отношений на рынках электроэнергии, образованных в результате введения в действие Закона «Об электроэнергетике», согласно которому запрещается совмещать деятельность по передаче и купле-продаже электроэнергии. Автор рассматривает виды нарушений антимонопольного законодательства на розничном и оптовом рынках электроэнергии и делает выводы о дальнейшем развитии конкурентной среды на этих рынках.

Ключевые слова: рынок электроэнергии, конкурентная среда на рынке электроэнергии, государственное регулирование, энергосбытовые компании, нарушения конкуренции на рынке электроэнергии.

С момента создания в 1992 г. государственной энергетической компании (в дальнейшем — РАО «ЕЭС») активно велись дискуссии о путях развития российской электроэнергетики. В качестве основной идеи реформирования предлагались различные схемы акционирования, приватизации, слияния с высокодоходными видами производств (например, с производством алюминия), расширения производственной цепочки за счет включения производства оборудования для электроэнергетики. Большинство этих проектов были отклонены из-за ущемления интересов частных акционеров РАО «ЕЭС» или из-за противоречия государственным интересам.

В настоящее время развитие отрасли во многом связывается с совершенствованием конкуренции на рынках. Так, в Федеральном законе от 26 марта 2003 г. № 35-ФЗ «Об электроэнергетике» определяется, что меры государственного регулирования применяются при наличии:

- дефицита электроэнергии в границах какой-либо территории;

- технологически изолированных территориальных электроэнергетических систем.

Если энергетические системы перестают отвечать этим условиям, применяются меры по развитию конкурентных отношений.

Рынки электроэнергии — постоянный объект мониторинга антимонопольных органов, в силу того что спрос на электроэнергию неэластичен. Это может служить причиной установления и поддержания экономически необоснованно высокого уровня тарифов на электроэнергию или создания условий для ограничения допуска к сетям.

Особенность рынка электроэнергии заключается в неразрывном по времени процессе производства и потребления, что может служить причиной вертикальных ограничений для доступа к энергосетям покупателей, не входящих в соглашения с поставщиками. Особенно значима данная проблема, когда мощности оптового поставщика электроэнергии не хватает для покрытия текущих потребностей. В этом случае возникает ситуация, когда продавец электроэнергии получает возможность

для ценовой дискриминации на остаточном спросе.

Структура современного российского рынка электроэнергии в настоящее время находится в процессе трансформации. Так, согласно Закону об особенностях функционирования электроэнергетики с 1 апреля 2006 г. юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям запрещается совмещение деятельности по передаче электрической энергии и оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике с деятельностью по производству и купле-продаже электроэнергии.

После вступления в силу данного закона на основе отрасли производства электроэнергии появились следующие рынки:

- 1) рынок услуг по передаче электроэнергии;
- 2) оптовый рынок электроэнергии;
- 3) розничный рынок электроэнергии.

С позиции развития конкурентных отношений наиболее перспективна деятельность оптового и розничного рынков электроэнергии.

Компании, осуществляющие куплю-продажу электроэнергии, можно разделить на несколько групп.

1. *АО-энергосбыты*, которые выделились в результате разделения деятельности по передаче и торговле электроэнергией (например, ОАО «Янтарьэнергосбыт» осуществляет деятельность в Калининградской области). В соответствии с Федеральным законом «Об электроэнергетике» энергосбытовыми являются организации, осуществляющие в качестве основного вида деятельности продажу другим лицам произведенной или приобретенной электрической энергии. Гарантирующий поставщик электрической энергии — коммерческая организация, которая обязана заключить договор купли-продажи электрической энергии с любым обратившимся к ней потребителем электрической энергии. По состоянию на 2007–2008 гг. все участники данной группы занимали доминирующее положение на ре-

гиональных рынках в пределах протяженности сетей и расположения потребителей на рынках, границы которых можно описать одним или несколькими регионами.

2. *Независимые энергосбытовые компании*, поставляющие электроэнергию крупным отраслевым потребителям. Так, например, ООО «Русэнергосбыт» снабжает электроэнергией ОАО «РЖД» на территории 33 субъектов Российской Федерации, ООО «Транснефтьсервис С» осуществляет сбыт электроэнергии в местах расположения инфраструктурных подразделений, обеспечивающих функционирование магистральных нефтепроводов.

3. *Компании, которые могут приобретать электрическую энергию у гарантирующего поставщика, действующего на данной территории, или у других энергосбытовых компаний*. Согласно исследованиям ФАС России¹, большинство региональных энергосбытов фактически являются монополистами на своих рынках в границах балансовой протяженности электросетей и единственным поставщиком на оптовом рынке электроэнергии.

Сложившаяся ситуация ограничивает развитие конкуренции, так как большинство потребителей электроэнергии не могут выбрать энергосбытовую компанию, альтернативную той, у которой заключен договор на передачу электроэнергии с сетевой организацией, к сетям которой подключен потребитель.

Это приводит к формированию локальных рынков купли-продажи электроэнергии, географические границы которых определяются протяженностью сетей, принадлежащих сетевой организации, у которой заключен договор на передачу электроэнергии с соответствующей энергосбытовой компанией.

Развитие конкуренции на оптовом и розничном рынках за счет появления новых участников затруднено административны-

¹ Результаты анализа розничных рынков электрической энергии/ http://fas.gov.ru/analysis/tek/a_21_969.shtml

ми барьерами входа на рынок. Так, согласно требованию постановления Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2007 г. № 996² первый очередной конкурс на право осуществления деятельности в качестве гарантирующего поставщика по каждой определенной в установленном порядке зоне деятельности гарантирующего поставщика будет проводиться не ранее 2010 г.

Розничный рынок электроэнергии предоставляет больше возможностей для развития конкурентных отношений, чем оптовый рынок, так как барьеры входа на данный рынок ниже. Так, в настоящее время в ряде регионов появляются независимые энергосбытовые компании, которые продают покупаемую ими на оптовом рынке электроэнергию на розничном рынке наряду с гарантирующими поставщиками.

Экономические ограничения развития конкуренции заключаются в том, что при переходе от одного гарантирующего поставщика к другому потребитель несет следующие затраты:

- возмещение убытков гарантирующего поставщика, в связи с чем экономически нецелесообразно перезаключение договоров на поставку электроэнергии на розничных рынках в течение календарного года с другим поставщиком;
- установление новой автоматизированной системы коммерческого учета электроэнергии, необходимой для выхода на оптовый рынок электроэнергии.

К **дефектам розничного рынка электроэнергии**, оказывающим косвенное воздействие на конкурентную среду рынка, следует отнести несвоевременную оплату некоторыми потребителями электроэнергии в целом, увеличение в некоторых регионах долгов предприятий ЖКХ, в частности:

- высокий уровень потерь из-за бездоговорного или безучетного потребления электроэнергии, больших технологических (по данным компании McKinsey, — 9–11% по сравнению с 7% в Европе) и коммерческих (по данным компании McKinsey, 4,0% по сравнению с 0,4% в Европе) потерь³;

- необходимость крупных инвестиций для модернизации активов отрасли с целью повышения конкурентоспособности, в частности, на формирование автоматизированной системы контроля и учета электрической энергии, которая необходима для выхода на оптовый рынок электроэнергии;

- отсутствие информационной прозрачности рынков, что может создавать неравные условия для покупателей электроэнергии.

Данные ограничения частично могут быть устранены только в стратегической перспективе. В настоящее время рынки необходимо постоянно контролировать по поводу соблюдения антимонопольного законодательства. В частности, ФАС России:

- расследует дела, связанные с нарушением антимонопольного законодательства;
- проводит мониторинг цен на электроэнергию;
- проводит проверку информационной открытости участников оптового и розничного рынка в части условий присоединения к электросетям;
- контролирует экономическую концентрацию на рынках производства, передачи и купли-продажи электроэнергии с учетом требований Закона «Об электроэнергетике».

Проведенный автором анализ рассмотренных в ФАС России дел⁴ о признаках нарушения антимонопольного законодатель-

³ Результаты анализа розничных рынков электрической энергии/ http://fas.gov.ru/analysis/tek/a_21_969.shtml

⁴ Анализ проведен на основе пресс-релизов о фактах вынесения положительных решений о нарушениях антимонопольного законодательства на рынках электроэнергии раздела «Новости» официального сайта ФАС России <http://fas.gov.ru>

² Постановление Правительства РФ от 29 декабря 2007 г. № 996 «О внесении изменений в отдельные постановления Правительства Российской Федерации по вопросам организации деятельности гарантирующих поставщиков электрической энергии».

ства указывает на то, что основным видом антиконкурентных действий является ограничение доступа на розничный и оптовый рынки электроэнергии.

При этом к наиболее часто встречающимся нарушениям на розничном рынке можно отнести:

- отказ от заключения договора на поставку электроэнергии;
- включение в договор невыгодных условий, например, в части нарушения установленного нормативными актами порядка ценообразования — авансовые платежи, применение штрафных санкций за превышение или недобор заявленного объема электроэнергии; оплата расходов на поддержание в рабочем состоянии электрических сетей и установок абонента в процентном отношении от стоимости потребленной электроэнергии.

Так, например, в 2009 г. ФАС признала виновным ООО «Энергокомфорт Карелия» в том, что данный поставщик розничного рынка электроэнергии Карелии необоснованно требовал оплаты за потребленную в декабре 2006, 2007, 2008 гг. электроэнергию по тарифам следующего года (2007, 2008, 2009 гг. соответственно)⁵.

ОАО «Новгородская энергосбытовая компания», занимая доминирующее положение на рынке розничной продажи электрической энергии, согласно расследованию регионального управления ФАС производило действия, которые ущемляли интересы потребителей при выборе вариантов тарифов для расчетов за потребление электрической энергии. В частности, нарушение компанией было допущено путем применения ОАО «Новгородская энергосбытовая компания» для расчетов за поставленную электрическую энергию с органами местного самоуправления муниципальных образований Новгородской области варианта тарифа «одноставочный тариф в зависимости от

годового числа часов использования заявленной мощности», не выбранного потребителями на 2009 г.⁶.

На оптовом рынке электроэнергии зарегистрированы:

- отказы от заключения договора на передачу электроэнергии;
- отказы от заключения соглашения об информационном обмене, необходимого для допуска к торгам на оптовом рынке электроэнергии.

Так, например, ФАС России установила, что в период с июля 2007 г. по декабрь 2007 г. ОАО «Саратовэнерго» уклонялось от подписания перечня средств измерений электрической энергии для целей коммерческого учета с ОАО «Межрегионэнергосбыт», что создало препятствие для доступа последнего на оптовый рынок электроэнергии. Между тем в соответствии с п. 8 правил недискриминационного доступа к услугам администратора торговой системы, утвержденных постановлением Правительства РФ № 861, смежные с заявителем субъекты оптового рынка в течение 30 дней со дня получения указанных документов обязаны обеспечить согласование с ним документов, подтверждающих обеспечение коммерческого учета произведенной на оптовом рынке электроэнергии⁷.

ОАО «МОЭСК» необоснованно отказалось заключить договор на технологическое присоединение энергопринимающих устройств потребителя к распределительным электрическим сетям для электроснабжения объекта строительства, расположенного в Наро-Фоминском районе Московской области⁸.

Возникают нарушения конкуренции и на рынке передачи электроэнергии. Так, МУП

⁵ Пресс-релиз ФАС России от 13 октября 2009 г. — http://www.fas.gov.ru/news/n_26_994.shtml

⁶ Пресс-релиз ФАС России от 2 октября 2009 г. — http://www.fas.gov.ru/news/n_26_804.shtml

⁷ Пресс-релиз ФАС России от 24 ноября 2008 г. — http://www.fas.gov.ru/news/n_21_226.shtml

⁸ Пресс-релиз ФАС России от 3 сентября 2009 г. — http://www.fas.gov.ru/news/n_26_333.shtml

«Подольская электросеть» было признано нарушившим антимонопольное законодательство, так как, занимая доминирующее положение на рынке услуг по передаче электрической энергии и при осуществлении технологического присоединения к электрическим сетям в границах протяженности принадлежащих сетей, компания взимала дополнительную плату сверх нормативно установленного размера в виде агентских вознаграждений, установления в технических условиях требований, выполнение которых не предусмотрено законодательством.

При контроле цен на электрическую энергию для выявления случаев манипулирования ценами на электрическую энергию ФАС России зафиксировала в 10% узлов в границах зон оптового рынка, отнесенных к объединенной энергосистеме, следующие случаи отклонения цен:

- на 50% установленной регулируемой цены по отношению к предшествующим суткам, аналогичным суткам предыдущей недели;
- на 30% для аналогичных суток предыдущего месяца или квартала.

В ходе мониторинга выявляются нарушения в области установления цены на электроэнергию. Так, ООО «Энергосетевая компания» — участник оптового рынка электроэнергии Ивановской области превысило уровень нерегулируемых цен для ОАО «Ив-энергосбыт» за ноябрь и декабрь 2008 г., январь и февраль 2009 г. за поставленную электрическую энергию с оптового на розничный рынок электрической энергии⁹.

Анализ деятельности энергосбытовых компаний в области раскрытия информации, проведенный ФАС России¹⁰, показал,

что существуют нарушения в части стандартов раскрытия информации субъектами оптового и розничных рынков электрической энергии. В частности, было выявлено, что не все сетевые компании размещают в Интернете типовые договоры об осуществлении технологического присоединения. На сайтах сетевых компаний в Интернете, которые размещают типовые договоры об осуществлении технологического присоединения, выявлены признаки нарушений Правил технологического присоединения.

Например, в типовых договорах ОАО «Ленэнерго», ОАО «Янтарьэнерго» указано, что заявитель независимо от мощности присоединяемого объекта обязан организовать технический осмотр (обследование) присоединяемого энергопринимающего устройства территориальным органом Ростехнадзора, получить и направить в сетевую организацию копию акта допуска электрической установки в эксплуатацию, выданного органом Ростехнадзора.

Исходя из указанных типовых договоров, если заявитель не представит в сетевую организацию акт допуска энергоустановки в эксплуатацию, сетевая организация вправе в одностороннем порядке расторгнуть договор. При этом заявитель должен полностью возместить сетевой организации расходы на исполнение ею договора, расходы, которые сетевая организация должна будет понести для восстановления положения, существовавшего ранее. В дополнение к этому сетевая организация вправе взыскать с заявителя неустойку по договору.

Ущемляют права потребителей положения типовых договоров, в которых предусмотрено, что, если заявитель не представит сетевой организации в 30-дневный срок подписанный договор, договор считается незаключенным, а заявка заявителя на технологическое присоединение подлежит возврату без исполнения. Однако

⁹ Пресс-релиз ФАС от 26 августа 2009 г. — http://www.fas.gov.ru/news/n_26_130.shtml

¹⁰ Анализ деятельности сетевых организаций по размещению на официальных сайтах информации о типовых договорах — http://www.fas.gov.ru/analysis/tek/a_26_865.shtml

в п. 15 Правил технологического присоединения¹¹ предусмотрено, что заявитель должен лишь подписать и направить проект договора в 30-дневный срок.

Распространенным нарушением в типовых договорах об осуществлении технологического присоединения является нарушение Правил технологического присоединения, которым урегулирован порядок расчетов за технологическое присоединение объектов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, мощность которых составляет более 15 кВт и до 100 кВт включительно.

Так, например, ФАС России выявлено, что гарантирующий поставщик электрической энергии на территории Санкт-Петербурга — ООО «Энергия холдинг» нарушал правила применения тарифов на электроэнергию по отношению к СЖ «Пенаты».

«Пенаты» — исполнитель коммунальной услуги электроснабжения в коттеджном поселке. Проектная документация жилого комплекса предусматривает установку стационарных электроплит в жилые дома. Согласно распоряжению Комитета по тарифам Санкт-Петербурга, ТСЖ «Пенаты» относится к группе потребителей — исполнителей коммунальной услуги, приобретающей электроэнергию для коммунально-бытового потребления гражданами, проживающими в домах, оборудованных стационарными электроплитами. Тариф для этой категории установлен в размере 130 коп./кВт-ч. Однако ООО «Энергия холдинг» производило расчеты с ТСЖ «Пенаты» с применением тарифа, установленного для другой группы потребителей — исполнителей коммунальной услуги, приобретающих электроэнергию для коммунально-бытового потребления гражда-

нами в домах с газовыми плитами, а в этом случае тариф равен 185 коп./кВт-ч¹².

В целом можно сказать, что по антимонопольному регулированию проводится взвешенная политика, ориентированная на создание условий для снижения убытков потребителей с учетом специфики отрасли. Так, например, электроэнергетика является единственным производством реального сектора экономики, где с учетом возможности производителей осуществлять дискриминацию на остаточном спросе установлены границы доминирования — 20% вместо 50% (в некоторых случаях — 35%), принятых в Законе «О защите конкуренции».

В заключение можно сказать, что современный уровень развития конкуренции позволяет участникам рынка совершать нарушения антимонопольного законодательства, при этом регулирование данной проблемы только с помощью мониторинга рынка и административного производства по фактам нарушения является недостаточной практикой для решения проблемы. Так, расследование, возбуждение дел и отстаивание принятых по ним решений в судах требуют значительных ресурсов. Поэтому проблему необходимо решать путем создания институциональной среды, позволяющей формировать условия выхода на рынки новых участников и ограничивающей возможность злоупотребления доминирующим положением на рынках. Для этого необходимо разработать новые и усовершенствовать действующие нормативные правовые акты в сфере электроэнергетики. Определенные успехи в этой области уже достигнуты. Так, ФАС России разработаны стандарты деятельности сетевых организаций в сфере технологического присоединения, ориентированные на соблюдение прав потребителей и законо-

¹¹ Правила функционирования розничных рынков электрической энергии в переходный период реформирования электроэнергетики, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 31 августа 2006 г. № 530.

¹² Пресс-релиз ФАС России от 1 октября 2009 г. — http://www.fas.gov.ru/news/n_26_754.shtml

дательства об электроэнергетике¹³. Это позволит избежать нарушений, совершаемых субъектами естественных монополий при осуществлении технологического присоединения к электрическим сетям.

¹³ Федеральный закон от 26 марта 2003 г. № 35-ФЗ «Об электроэнергетике», Федеральный закон от 26 марта 2003 г. № 36-ФЗ «Об особенностях функционирования электроэнергетики в переходный период и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу некоторых законодательных актов Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «Об электроэнергетике».

Список литературы

1. Федеральный закон от 26 марта 2003 г. № 35-ФЗ «Об электроэнергетике».
2. Федеральный закон от 26 марта 2003 г. № 36-ФЗ «Об особенностях функционирования электроэнергетики в переходный период и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу некоторых законодательных актов Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «Об электроэнергетике».
3. Материалы официального сайта Федеральной антимонопольной службы <http://fas.gov.ru>
4. Экономика переходного периода. Очерки экономической политики посткоммунистической России. Экономический рост 2000–2007. М.: Дело, 2008.

Статья поступила в редакцию 26.10. 2009

O. O. Smirnova, PhD (Econ.), Economical Applied Research Institute of the Academy of National Economy under the Government of the Russian Federation, osmirnova@mbschool.ru

THE DEVELOPMENT OF COMPETITION IN ELECTRICITY MARKET

In the article is discussed the problem of competitive relationship's development in electricity markets, established as a result of activating the Electricity law, according to which combining transmission and buy-sell activities with electrical energy is prohibited. The author makes a review for types of antitrust legislation trespassing in retail and wholesale electricity markets and draws the conclusion about future development of competitive sphere for electricity markets.

Key words: electricity market, competitive sphere in electricity market, government regulation, retailing companies, trespassing of competition in electricity market.

Лукашенко Е. А., Финансовая академия при Правительстве РФ, г. Москва, elukashenko@mail.ru

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ИХ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Глобализация экономики не только ставит российские предприятия перед неизбежностью того, что им придется действовать в условиях жесткой конкурентной среды как на внутреннем, так и на внешних рынках, но и открывает перед самыми эффективными из них широкие перспективы.

Ключевые слова: конкурентная среда, интернационализация бизнеса, конкурентные преимущества отечественного бизнеса, конкурентоспособность, конкурентоспособные стратегии, конкурентные позиции на внешнем рынке.

Рассмотрим методы улучшения сложившейся ситуации, которые менеджмент отечественных компаний может применять в своей деятельности, а затем — меры государственной поддержки конкурентоспособности российского бизнеса в условиях интернационализации.

Направления внутрифирменного совершенствования механизма интернационализации отечественных компаний

Компании, которые желают воспользоваться конкурентными преимуществами международного бизнеса: получить экономию на использовании дешевых издержек производства, добиться известности в мировом масштабе, снизить неопределенность путем диверсификации рынков и воспользоваться прочими преимуществами глобализации, должны учитывать следующие ус-

ловия проведения успешной интернационализации.

1. Интернационализацию следует рассматривать как реальную стратегию развития компании. Многие руководители не рассматривают интернационализацию в качестве альтернативы развития, считая, что их продукция не имеет никаких конкурентных преимуществ, позволяющих противостоять конкурентному давлению со стороны зарубежных компаний на внешнем рынке. Выше было сказано о недостатке имманентных конкурентных преимуществ у российских компаний, без которых невозможно их развитие, однако это не означает, что вся российская продукция в настоящий момент абсолютно неконкурентоспособна. Благодаря низкой стоимости достаточно квалифицированной рабочей силы и прочих издержек производства есть возможность устанавливать относительно низкие цены на товары. Кроме того, согласимся с А. Беловым по поводу того, что конкурент-

ным преимуществом в ряде случаев может стать сам лейбл «Made in Russia». За рубежом проживает многочисленная русская диаспора, которую привлекают товары, напоминающие о Родине. Существуют также отрасли, в которых традиционно ценятся именно российские товары. Например, компания «Гришко» построила свою стратегию на имидже российского балета и сейчас входит в тройку мировых производителей балетной обуви¹.

2. В нестабильных условиях необходимо вкладывать средства в гибкие ресурсы. Здесь речь пойдет как раз об имманентных конкурентных преимуществах, которых так не хватает российским компаниям. Особенно явно их недостаток прослеживается в условиях кризиса. Как известно, на китайском языке слово «кризис» обозначается двумя иероглифами: «опасность» и «возможность». Так, для некоторых фирм кризис может предоставить возможность для изменения своей деятельности. На примере азиатского экономического кризиса 1997 г. группа иностранных исследователей изучила способность к экспорту корейских фирм до и после кризиса² и пришла к следующему выводу: падение курса национальной валюты делает фирмы более конкурентоспособными на зарубежных рынках, поэтому в условиях кризиса у фирмы есть возможность приспособиться и даже получить выгоду от сложившейся ситуации, но только при наличии гибких ресурсов. Исследователи полагают, что наиболее гибким ресурсом в данном случае являются достижения фирмы в области научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР). Напротив, наименее гибкими, с их

точки зрения, являются те инвестиции в рекламу, маркетинг и менеджмент, которые направлены исключительно на национальную аудиторию. На зарубежных рынках национальные стратегии маркетинга становятся в лучшем случае не слишком конкурентоспособными, тогда как в худшем случае обрекают компанию на провал. При этом результаты НИОКР могут быть с успехом предложены за рубежом во время падения национального спроса. Именно благодаря достижениям в области НИОКР компании Samsung и LG Electronics смогли не потерять своих конкурентных позиций во время азиатского кризиса. Поэтому исследователи подчеркивают, что во время подъема экономики компаниям следует инвестировать свободные финансовые средства в первую очередь в производственные возможности, а не в увеличение доли рынка с помощью дополнительных рекламных методов.

Российский научно-технический потенциал, оставшийся со времен Советского Союза, при высоких издержках и направленности на оборону демонстрирует небывалые достижения. Теперь, когда прекратилась массовая утечка мозгов из России на Запад, научно-техническая сфера страны имеет возможность набрать былую силу. В настоящее время присутствие России на рынках высокотехнологичной продукции «ничтожно — лишь 0,3% (что в 130 раз меньше доли США)»³. Всё дело в том, что НИОКР требуют крупных капиталовложений и при этом несут в себе огромный риск. Пока предприятия России остаются один на один с этим риском, они будут инвестировать свои небольшие средства в более определенные проекты. И все же абсолютное большинство российских экономистов и маркетингов сходятся в одном: именно за научно-технической сферой будущее России.

¹ Белов А., Кирьякова В. Экспортные стратегии, наиболее подходящие российским компаниям. Корпоративный менеджмент. — http://www.cfin.ru/management/manufact/export_myths.shtml

² Lee S. H., Beamish P. W., Lee H. U., Parc J. H. Strategic choice during economic crisis: Domestic market position, organizational capabilities and export flexibility // Journal of World Business. 2009. № 44. P. 1.

³ Гаева Д. Сценарии формирования инновационной модели экономики // Электронная версия журнала «Человек и труд». 2007. № 2. — <http://www.chelt.ru/2007/2-07/gaeva-207.html>

3. Необходимо применять инновационные конкурентные стратегии и приемы интернационализации.

Как было сказано, в настоящее время России можно придерживаться так называемой «стратегии ценового лидерства»⁴, т. е. предлагать на иностранных рынках товары по более низким ценам, чем конкуренты, но при сопоставимом качестве. Однако низкая себестоимость российских товаров чаще всего обусловлена не высокой производительностью, а низкими ценами на ресурсы. В свою очередь, цены на ресурсы в последние годы стали расти, поэтому разрыв между европейской и отечественной себестоимостями постепенно будет сокращаться. В будущем такая стратегия будет конкурентоспособной только в том случае, если ее основой станет высокая внутренняя эффективность бизнеса.

Многие исследователи проблемы интернационализации российского бизнеса сходятся во мнении, что для нашей страны могут быть выгодны кооперационные конкурентные стратегии. Они подходят для российских компаний, владеющих уникальными результатами научно-исследовательской деятельности, а также имеющих высококвалифицированных и талантливых ученых. Внося свою интеллектуальную долю в альянс с крупными корпорациями, российские компании получают, в свою очередь, доступ к финансовым, производственным и управленческим ресурсам сильного зарубежного партнера. Кстати, в числе наиболее перспективных отраслей для аутсорсинга аналитики видят биоинформатику, биотехнологии, анализ рисков в страховании и т. п., т. е. отрасли, где необходимы профессионализм и умение решать сложные задачи. Россия возглавляет список потенциальных лидеров этого зарождающегося рынка, и на данном

этапе важно подтвердить свои конкурентные позиции⁵.

Конечно же такая форма кооперации, как международный альянс, имеет серьезный недостаток, особенно для входящей в альянс малой структуры. Этим недостатком является крайняя взаимозависимость компаний в альянсе и опасность поглощения крупной компанией мелких партнеров. Для того чтобы российские компании не находились в положении «вечного №2», «технологического придатка» в западных структурах, следует развивать внутренний рынок для научно-технического продукта.

Стратегия глобальной ниши является еще одной успешной схемой ведения международного бизнеса. Нарботанные ноу-хау или эффективная в узкой нише российского рынка модель бизнеса также могут принести успех за границей. Следуя этой стратегии, один из ведущих отечественных разработчиков программного обеспечения — ABBYY Software House — еще в 1997 г. появился на американском рынке. После того как компания ABBYY завоевала 80% российского рынка систем оптического распознавания символов со своим продуктом FineReader, ее руководство пришло к выводу, что он не только не уступает иностранным аналогам, но по некоторым параметрам даже превосходит их. В настоящее время 50% выпускаемых во всем мире сканеров комплектуются программами ABBYY⁶.

Проанализировав важнейшие пути внутрифирменного совершенствования технологий интернационализации, рассмотрим в качестве примера возможность интернационализации компании по производству высокотехнологичного оборудования (импульсные системы, нанотехнологии и пр.). Прежде всего следует определить, в каких странах

⁴ Белов А., Кирьякова В. Экспортные стратегии, наиболее подходящие российским компаниям. Корпоративный менеджмент. — http://www.cfin.ru/management/manufact/export_myths.shtml

⁵ Exporter: pratique du commerce international / J. Paveau, F. Duphil, A. Barelier, J. Duboin, F. Gervais. Foucher, 2008. P. 256.

⁶ О компании ABBYY. Официальный сайт компании ABBYY. — <http://www.abbyy.ru/company/>

данные технологии получили наибольшее развитие (в нашем случае это — США, Великобритания, Япония), а также те страны, в которых эти технологии могут вызвать высокий спрос (вся Европа, Китай, многие новые индустриальные страны). Во второй группе стран наблюдается недостаток кадров по производству данных НИОКР, тогда как в первой группе стран это производство обходится дорого, поскольку стоимость интеллектуального инновационного труда в развитых странах весьма высока. Именно поэтому Россия в данном случае является конкурентоспособным источником такого научно-технического продукта.

Мы осуществили выбор потенциальных рынков для анализа. Теперь следует проанализировать каждый перспективный рынок, уделяя особое внимание таможенным, конкурентным и иным барьерам для вхождения на рынки. Так, например, в случае развитых стран общей характеристикой является государственная политика этих стран по защите рынков от проникновения конечных продуктов и лимитированию деятельности на их территории иностранных подразделений. Поэтому подходящей конкурентной стратегией при таком государственном регулировании может оказаться кооперационная стратегия, заключающаяся в создании совместного производства с местным производителем. На следующем этапе необходимо проработать все тактические особенности деятельности на принимающем рынке, т. е. конкретную схему организации производства: вклад интеллектуальных и финансовых ресурсов, разделение рисков и определение доли прибыли. Для российской компании выгодно взять на себя НИОКР и изготовление промышленных образцов. Итак, мы пришли к выводу: оптимальным партнером для российской наукоемкой организации будет выступать родственная по отрасли, хорошо развитая в данной области и известная на рынке США и Европы компания.

Таким образом, были рассмотрены возможные конкурентные стратегии российских

компаний на зарубежных рынках и показано, что отечественные предприятия вполне могут проявить устойчивость к конкуренции со стороны иностранных компаний. Весной 2009 г. президент Дмитрий Медведев, отвечая на вопросы журналистов, раскритиковал российский бизнес за отсутствие мотивации вкладывать средства в осуществление инноваций, НИОКР и интернационализации. Однако не следует забывать о том, что инновации, принятые на вооружение в компаниях, обязательно должны сопровождаться развитием системы государственной поддержки интернационализации предприятий. Иначе конкурентоспособность российского бизнеса всегда будет оставаться под угрозой.

Роль и место государства в обеспечении конкурентоспособности российского бизнеса на внешнем рынке

Согласимся с экспертами в том, что при выработке государственной политики по вопросам конкурентоспособности российских предприятий за рубежом нельзя ни пытаться копировать политику развитых стран в этой сфере, ни распространять автоматически на Россию их в целом положительный опыт интернационализации. В зависимости от многих факторов данный процесс приносит как выгоды, так и потери стране базирования. Российская экономика получает определенные преимущества от иностранных активов прежде всего в тех (в настоящее время нечастых) случаях, когда отечественные компании приобретают за рубежом необходимые стране технологии и опыт управления, а главное — контроль над их использованием, что дает им право передавать эти технологии и опыт другим российским компаниям. Благодаря данным приобретениям повышается технологический уровень страны в целом, а также качество корпоративного управления. При создании производственных мощно-

стей за рубежом решаются также некоторые другие общегосударственные проблемы — в частности, облегчается проведение расчетов с должниками России, смягчается дефицит рабочей силы в нашей стране и т. п.

Ситуация складывается по-иному, если интересы компаний и всей отечественной экономики не совпадают: в таком случае внешний бизнес (особенно ПИИ) может нанести экономике существенный вред. К примеру, общеизвестно, что большинство отраслей российской экономики нуждается в модернизации, а часть отраслей, особенно наукоемких, предстоит создать заново. Огромные средства нужны для увеличения финансирования НИОКР в стране. Для компаний может быть выгоднее приобрести или построить нефтеперерабатывающие заводы и электростанции за рубежом, в то время как в стране остро ощущается нехватка мощностей по переработке нефти и выработке электроэнергии. Исходя из своих интересов российские предприятия приобретают газораспределительные компании в Европе, в то время как в России еще немалая часть населенных пунктов лишена газоснабжения. К сожалению, в условиях, когда главным «выталкивающим» фактором внешних инвестиций из России является неблагоприятный инвестиционный климат, эффективно использовать эти средства внутри страны исключительно трудно.

Отрицательными моментами внешнеторговой деятельности предприятий для российской экономики (в случае ПИИ) являются также потеря страной потенциальных рабочих мест, сокращение налоговой базы России, быстрый рост частной внешней задолженности, значительная часть которой образуется за счет финансирования сделок по слияниям и поглощениям⁷. Как свидетельствуют эксперты, основной экономический ущерб свя-

зан с тем, что из России ежегодно экспортируются значительные средства, которые можно было бы направить на обновление ее устаревших производственных фондов.

Исходя из сказанного выше, главными целями государственной политики должны стать максимизация положительного воздействия внешних инвестиций на отечественную экономику и минимизация их негативных последствий и рисков. Как отмечает В. П. Шуйский, эта политика ни в коем случае не должна сводиться к безоговорочной поддержке всех инвестиционных проектов российских компаний за рубежом. Она должна быть дифференцированной: только проекты, имеющие особую значимость для конкурентоспособности всей российской экономики, должны получать максимальную поддержку государства. Речь идет о таких проектах, которые:

- способствуют экспорту отечественных технологий, высокотехнологичных товаров и услуг;
- позволяют использовать в национальной экономике результаты зарубежных исследований, технологические разработки и опыт управления;
- содействуют вовлеченности отечественных компаний в международную производственную кооперацию.

Создание базы поддержки интернациональной деятельности российских компаний может стать одним из основных путей устойчивого экономического развития всей страны и ее перспективным конкурентным позициям на мировом рынке. При этом должен применяться широкий набор инструментов поддержки — от информационного и дипломатического сопровождения российского бизнеса до финансирования бизнес-процессов в форме субсидий, кредитов, страхования рисков и пр. Несмотря на то что необходимая практическая реализация данных мер вызывает сомнение, согласно Федеральному закону «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 8 декабря 2003 г. прави-

⁷ Шуйский В. П. Целесообразность дифференцированной активизации процесса транснационализации российских компаний // Российский внешнеэкономический вестник. 2007. № 6. С. 10.

тельство России и органы исполнительной власти субъектов РФ в рамках своей компетенции должны обеспечивать:

- 1) кредитование участников внешнеторговой деятельности;
- 2) функционирование систем гарантий и страхования экспортных кредитов;
- 3) организацию торговых выставок и ярмарок, специализированных симпозиумов и конференций и участие в них;
- 4) проведение кампаний (в том числе рекламных) по продвижению российских товаров, услуг, интеллектуальной собственности на мировые рынки⁸.

Правительство России, похоже, начало осознать свою роль в реализации возможностей, открывающихся перед российскими компаниями в условиях мирового кризиса. В начале текущего года глава Минэкономразвития Э. Набиуллина подчеркнула: «Антикризисные меры во внешнеэкономической сфере должны представлять собой комплекс действий, направленных на защиту и поддержку конкурентоспособности отечественных предприятий, а также стимулирование экспортных поставок их продукции»⁹. Министр Э. Набиуллина полагает, что в условиях кризиса государство должно для укрепления конкурентных позиций российского бизнеса за рубежом предоставить «качественно новый уровень поддержки экспорта, включающий модернизацию финансовых инструментов и комплекс организационно-политических мер».

Крупные и устойчивые российские ТНК нуждаются, скорее, не в финансовой, а в дипломатической поддержке. Информационная кампания по продвижению отечественных

предприятий на рынки в первую очередь развитых государств, направленная на создание позитивного имиджа российского бизнеса за рубежом, будет прекрасным подспорьем для крупных компаний. Министр Э. Набиуллина предлагает увеличить объем бюджетного финансирования для участия российских компаний в зарубежных выставках, международных экономических форумах и презентации российской продукции. Вместе с тем государство, очевидно, обязано оказывать информационную и дипломатическую поддержку отечественным международным компаниям, не допускать дискриминацию российских предприятий за рубежом. Это достигается путем заключения двусторонних межправительственных договоров и соглашений со странами, являющимися основными партнерами России по торгово-экономическому сотрудничеству. В 2008 г. Россией было заключено 42 двусторонних соглашения о поощрении и взаимной защите капиталовложений¹⁰, что доказывает внимание правительства к данной проблеме.

Для поддержки конкурентных позиций российского бизнеса за рубежом государство также должно более активно использовать потенциал взаимодействия со специализированными международными организациями и участия в интеграционных объединениях. Урегулирование задолженности государств-должников перед Россией через механизм конверсии их долгов в собственность и инвестиции также будет работать на благо российского бизнеса.

В отношении же *более мелких, но способных к интернационализации компаний* никак не обойтись без финансовой и консультационной поддержки. В связи с ограниченностью государственных ресурсов здесь следует расставить приоритеты. С. В. Шепелев полагает, что в первую очередь целесо-

⁸ Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ (ред. от 2 февраля 2006 г.) // Консультант-плюс. — <http://nalog.consultant.ru/doc58315.html>

⁹ МЭР поможет российским компаниям вести бизнес за рубежом. — Информационный интернет-ресурс «Финам-лайт». — 26 января 2009 г. — Режим доступа: <http://light.finam.ru/news/article1E25A/default.asp>

¹⁰ Горбань А. В. Экономическая дипломатия РФ в 2008 году. Официальный сайт Министерства иностранных дел РФ. — http://www.in.mid.ru/brp_4.nsf/itogi/CB81FA8480F1CA06C325752E003266C6

образно финансировать проекты, связанные с приобретением природных ресурсов или технологических разработок. Также, с точки зрения эксперта, государству выгодно поощрять слияния и поглощения российскими компаниями зарубежных предприятий, поскольку это повышает конкурентоспособность отечественных компаний, а также ускоряет их выход на зарубежные рынки.

В качестве стимулов могут быть использованы финансовые и налоговые льготы (преференциальный кредит, освобождение от налогообложения переводимых прибылей и др.), а также страхование внешней деятельности. С нашей точки зрения, последняя мера является особенно эффективной, поскольку часто российские компании останавливают именно риск провала внешнеэкономических операций.

Отметим, что помощь правительства должна сопровождаться также *изменением качественного состояния предпринимательства в России*. Значительная часть российских компаний, выходящих за рубеж, не являются публичными, поэтому не подпадают под требование о раскрытии информации. Кроме того, большой объем российских инвестиций осуществляется не напрямую, а через дочерние и офшорные структуры. Путем проведения структурных реформ и внедрения международных стандартов качества и прозрачности государство способно вывести российский бизнес на качественно новый уровень.

Кроме того, как уже не раз говорилось, конкурентоспособность российских предприятий за рубежом возрастет, если она будет основываться на увеличении конкурентоспособности России в целом, а именно на *повышении привлекательности инвестиционного климата страны*. Прежде всего операции по импорту на сегодняшний день являются наиболее вероятным началом интернационализации для большинства российских компаний. Например, хорошим началом может быть покупка лицензий на технологии у западных компаний и производство продукции на основе данных лицензий.

Для оптимизации импорта России необходимо изучать теории международного бизнеса. Проведение маркетинговых исследований, отбор наиболее выгодных западных партнеров, а также грамотная ценовая политика — все это должно способствовать стабилизации внутреннего рынка.

С нашей точки зрения, в настоящее время приоритетной политикой государства должны стать именно экспорт и другие виды интернационализации российских предприятий. Наращивание опыта и технологий возможно не только при привлечении на территорию России иностранных инвестиций, но и при выходе российских предприятий на зарубежные рынки, особенно при использовании кооперационных конкурентных стратегий путем создания совместных предприятий с иностранными партнерами. При крупномасштабном привлечении иностранных инвестиций российская экономика может попасть в зависимость от зарубежных структур, что ухудшит конкурентные позиции отечественного производителя, и так ослабевшего в условиях кризиса, поэтому для России важно поощрять международную торговлю отечественных предприятий, что решит проблему привлечения инвестиций и развития технологий российского бизнеса в целом.

Наконец, интернационализация предприятий должна стать важнейшим *объектом научных исследований*, интегрирующим весь спектр внешнеэкономических дисциплин. Нехватка профессиональных кадров для развития внешнеэкономической деятельности является существенным тормозом для интернационализации российского предпринимательства. В связи с этим неотъемлемой частью стимулирования интернационализации российского бизнеса является введение обязательного курса по международному бизнесу во все экономические вузы страны, зарубежные стажировки преподавателей для обучения передовым методам ведения международного бизнеса и т. п.

Итак, необходимость осуществления комплексной государственной поддержки

интернационализации в целях укрепления конкурентоспособности российских компаний на внешнем рынке не вызывает сомнений. Рассмотрим, какие же *структуры* могут быть созданы в России для поддержки международного бизнеса.

В настоящее время правительством рассматривается возможность учреждения для учета и реализации всех указанных целей нового структурного подразделения, основными задачами которого являлись бы разработка мер государственной поддержки конкурентных позиций российского бизнеса за рубежом, а также анализ внешне-торговой и внешнеполитической среды. В 2009 г. на базе государственной корпорации «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)» планируется создать специальное Агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций¹¹. В области поддержки малых и средних предприятий (МСП) уже начинают появляться достаточно действенные проекты. Так, российское Министерство экономического развития предлагает программу финансовой поддержки внешнеэкономической деятельности предприятий, однако процедура подачи заявки для получения финансирования по этой программе довольно сложна для МСП. Также министерство оказывает финансовую поддержку тем регионам, которые подают заявку на получение государственной поддержки на развитие малого и среднего предпринимательства. Однако в большинстве регионов России власти уделяют незначительное внимание или вовсе не занимаются проблемой поддержки МСП в процессе интернационализации. В результате большое количество МСП в России не получает в этой сфере никакой помощи.

¹¹ Кузнецов А. В. Зарубежные инвестиции российских компаний в условиях кризиса: что дальше? Фонд исторической перспективы. 27 марта 2009 г. http://www.perspektivy.info/rus/ekob/zarubezhnye_investicii_rossiyskih_kompaniy_v_usloviyah_krizisa_chto_dalshe_2009-2-27-24-45.htm

Для решения данной проблемы Торгово-промышленной палатой РФ совместно с Европалатой (Ассоциация европейских торгово-промышленных палат) в конце 2007 г. был разработан проект «Интернационализация малых и средних предприятий России через сеть торгово-промышленных палат». Цель проекта — «оказание содействия внешнеэкономической деятельности российских МСП на европейских рынках через сеть территориальных торгово-промышленных палат (ТПП) с использованием опыта и возможностей Европалаты»¹². Проблемой российских ТПП является недостаточность опыта по оказанию МСП услуг в сфере интернационализации. Несмотря на то что проект осуществлялся на протяжении только первых 6 месяцев 2008 г., в течение этого короткого промежутка времени было проведено ряд мероприятий, направленных на улучшение сотрудничества между европейскими и российскими ТПП, которое, в свою очередь, должно способствовать развитию региональных МСП. В проекте принимали участие 10 российских ТПП из важных промышленных регионов России. Руководящие работники этих ТПП совершили ознакомительную поездку с посещением национальных ТПП в Испании, Бельгии и Нидерландах с целью обмена опытом и ноу-хау в сфере продвижения экспортной деятельности предприятий и поиска деловых партнеров для региональных МСП. Команда проекта считает, что задачей торгово-промышленных палат является консультирование предпринимателей относительно новых возможностей для роста компаний и презентация им новых идей и методов ведения бизнеса. Еще одним важным направлением работы такого информационного и координационного центра будет помощь в составлении и лоббировании предложений, касающихся принятия федеральной стратегии продвижения экспортной

¹² План интернационализации предприятий малого и среднего бизнеса. Торгово-промышленная палата Нижегородской области. — www.tpp.nnov.ru/upload/docs/file_1218628963.doc

деятельности МСП. Важными задачами такого центра также могут быть¹³:

- сбор и распространение информационных ресурсов для поддержки внешнеэкономической деятельности МСП;
- координация работы по наращиванию возможностей повышения профессионального уровня менеджмента МСП федеральными и региональными консультантами по внешнеэкономической деятельности;
- помощь в разработке механизмов и инструментов поддержки интернационализации МСП для применения их на федеральном и региональном уровнях;
- помощь в создании брендов для российских товаров и услуг, продвижение за границей понятия «Сделано в России» и т. п.

С нашей точки зрения, данный проект и более результативная деятельность региональных торгово-промышленных палат будут способствовать развитию конкурентоспособности российских предприятий в условиях их интернационализации. Тем не менее это только начало: будущие проекты должны иметь более долгосрочный характер и быть основаны на деятельности, связанной со значительным увеличением правительственной поддержки как на федеральном, так и на региональном уровне, а также на постоянном повышении уровня услуг по интернационализации, предлагаемых консультирующими структурами. Российские предприятия должны адекватно оценивать свои конкурентные позиции на международных рынках и использовать возможности развития прибыльного международного бизнеса. Интернационализация предприятий в России сегодня — это не просто объективный результат включения нашей страны в процесс глобализации. Интернационализация является, скорее, главной амбициозной целью, которую должны ставить перед собой успешные российские

компании, желающие добиться устойчивых конкурентных позиций не только на внешнем, но и на внутреннем рынке. Более того, интернационализация — это инструмент, который при условии его правильного использования приведет Россию к признанию, власти и успеху на международном рынке.

Кризисные явления в экономике выявили следующие недостатки построения существующей системы российского международного бизнеса:

- неэффективная экспортная корзина;
- устаревшие методы менеджмента;
- отсутствие у компаний компетентных специалистов-международников;
- этноцентризм;
- отставание в сфере международного маркетинга и пр.

В данной статье предложены пути решения указанных проблем и механизмы повышения конкурентоспособности российского бизнеса в мировом масштабе, включающие комплекс действий со стороны как компаний, так и государства.

Российским компаниям для усиления своих конкурентных позиций за рубежом следует избавляться от «экспортофобии», они должны вкладывать средства в гибкие ресурсы, а также изучать и применять инновационные стратегии и приемы интернационализации. При наличии гибких ресурсов (результаты НИОКР и прочие конкурентные преимущества), высоко оцениваемых за рубежом, компании не потеряют свою конкурентоспособность даже в условиях кризиса. В связи с ограниченными финансовыми ресурсами для осуществления НИОКР для российских компаний наиболее выгодно разрабатывать кооперационные конкурентные стратегии, предусматривающие создание альянса с крупными зарубежными компаниями, которые предоставят проекту необходимое финансирование.

Инновации, принятые на вооружение в российских компаниях, обязательно должны сопровождаться системой государственной поддержки интернационализации предприятий, которая послужит значительным

¹³ План интернационализации предприятий малого и среднего бизнеса. Торгово-промышленная палата Нижегородской области. — www.tpp.nnov.ru/upload/docs/file.1218628963.doc

конкурентным преимуществом отечественному бизнесу в условиях жесткой конкурентной борьбы на мировом рынке. При этом должен применяться широкий набор инструментов поддержки — от информационного и дипломатического сопровождения крупных российских ТНК до финансовой помощи малому и среднему бизнесу в форме субсидий, кредитов, страхования рисков и пр.

Наряду с помощью правительства должно происходить изменение качественного состояния предпринимательства в России, которое включает повышение требований к прозрачности информации и качеству корпоративного управления, а также подготовку новых специалистов в области интернационализации бизнеса.

Интернационализация деятельности российских компаний не может рассматриваться в отрыве от развития конкурентоспособности национального хозяйства в целом (усиление инновационного сектора, повышение инвестиционной привлекательности страны и т.п.).

Современный экономический кризис неизбежно повлечет за собой в ближайшие годы ослабление конкурентных позиций большинства российских компаний на зарубежном рынке. Тем не менее совокупные усилия бизнеса и правительства должны быть направлены на то, чтобы за этой вынужденной

паузой последовал переход к широкому использованию процессов интернационализации отечественного бизнеса, который означает вступление экономики России на инновационный путь развития и достижение ею высокого уровня конкурентоспособности.

Список литературы

1. Белов А., Кирьякова В. Экспортные стратегии, наиболее подходящие российским компаниям. Информационный интернет-ресурс «Корпоративный менеджмент». 2 февраля 2009 г. — http://www.cfin.ru/management/manufact/export_myths.shtml
2. Кузнецов А. В. Зарубежные инвестиции российских компаний в условиях кризиса: что дальше? — Информационный интернет-ресурс «Фонд исторической перспективы». 27 марта 2009 г. http://www.perspektivy.info/rus/ekob/zarubezhnye_investicii_rossiyskih_kompanii_v_usloviyah_krizisa_chno_dalshe_2009-2-27-24-45.htm
3. Об отношении за рубежом к деятельности российских ТНК на мировых рынках // БИКИ. 2007. № 19–20.
4. Шепелев С. В. Мировоззренческое измерение российского бизнеса // Российский внешнеэкономический вестник. 2008. № 1.
5. Шуйский В. П. Целесообразность дифференцированной активизации процесса транснационализации российских компаний // Российский внешнеэкономический вестник. 2007. № 6.
6. Lee S. H., Beamish P. W., Parc J. H. Strategic choice during economic crisis: Domestic market position, organizational capabilities and export flexibility // Journal of World Business. 2009. № 44.

Статья поступила в редакцию 17.08.2009

E. A. Lukashenko, Finance Academy under the Government of the Russian Federation, elukashenko@mail.ru

COMPETITIVE CAPACITY OF RUSSIAN ENTERPRISES IN THE PROCESS OF THEIR INTERNATIONALIZATION: CURRENT STATE, ISSUES, AND PERSPECTIVES

The process of economic globalization makes Russian enterprises not only exist in a tough competitive environment in the domestic as well as in the international markets, but also opens wide perspectives in front of the most effective of them. The practical activity of Russian companies in the sphere of their internationalization has extended in the recent ten years. Nevertheless the financial crisis revealed the ineffective character of strategies in those national companies (for the most part raw materials companies) which operate in foreign markets, thus it once again proved the existence of negative characteristics in the present day Russian economy.

The article is aimed at finding ways to increase the competitive capacity of Russian enterprises in the process of their entering the foreign market.

Key words: competitive environment, business internationalization, competitive advantages of national business, competitive capacity, competitive strategies, competitor.

ОТ РЕДАКЦИИ

Дискуссия, открытая редакцией журнала по работе Фридриха фон Хайека «Смысл конкуренции», вызвала живой интерес у представителей современной теории конкуренции.

В рамках дискуссии редакция опубликовала мнение авторитетного российского ученого, доктора экономических наук, профессора, проректора Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов **Сергея Геннадьевича Светунькова**, а также рассуждения известного инвестиционно-го аналитика **Кирилла Станиславовича Дегтярева** о возможности применения к современной действительности научной теории Фридриха фон Хайека.

Мы надеемся на продолжение обсуждения работы фон Хайека и предлагаем читателям журнала расширить поле дискуссии: публикуя статью известного ученого, профессора экономики **Томаса ДиЛоренцо** [Thomas J. DiLorenzo] «**Миф о «естественной» монополии**» ("The Sellinger School of Business and Management", Loyola College).

Последующее обсуждение, к которому редакция приглашает читателей, может иметь более широкий формат, затрагивая не только конкретные проблемы, раскрытые в данной статье, но и более широкие сюжеты. Страницы журнала открыты для любых новых идей и дискуссий, способных придать развитию теории конкуренции новый импульс.

Мы уверены, что исследуемый круг вопросов позволит всем заинтересованным лицам сориентироваться в современном состоянии и новейших тенденциях развития теории конкуренции.

Главный редактор журнала
Т. С. Новашина

УДК 339.13.012.434

Томас ДиЛоренцо [Thomas J. DiLorenzo], профессор экономики The Sellinger School of Business and Management, Loyola College

МИФ О «ЕСТЕСТВЕННОЙ» МОНОПОЛИИ¹

Перевод с английского **Бориса Львина**

В данной статье автор анализирует появление «естественных» монополий в США и приходит к выводу: теория естественной монополии — это экономическая фикция. Ее история сводится к тому, что в конце XIX и начале XX в. в инфраструктурных отраслях имела место ожесточенная конкуренция, что, разумеется, не нравилось самим производителям. Сначала они добились от правительства предоставления им монопольного статуса, а затем при поддержке ряда видных экономистов задним числом было сконструировано обоснование этой монополизации.

Заканчивается статья утверждением о том, что в американской экономике XXI в. для нее места нет.

Есть ли место монополии в российской экономике XXI в.?

Примечание переводчика

Т. ДиЛоренцо в своей статье использует выражения «public utility» (буквально: общественные, т. е. государственные, службы обеспечения) и «natural monopoly» (буквально: естественная монополия). В современном английском языке они, как правило, употребляются как синонимы в значении, близком к русскому выражению «инфраструктурные монополии». При этом оба эти английских выражения неявно подразумевают изначально заданный, природный характер «государственности» и «монополизма» соответствующих отраслей и служб. В предлагаемом переводе русский эквивалент выражения «public utility» в зависимости от контекста будет передан как «инфраструктурная монополия», «общественная инфраструктура» и т. д. В тексте круглые скобки — авторские, в квадратных — приведены названия на английском языке, пояснения переводчика и номера авторских сносок.

Само выражение «общественная инфраструктура» абсурдно. Любое полезное благо полезно «для публики», и практически любое благо... может рассматриваться как «необходимое». Все попытки выделить какие-либо отрасли в качестве «общественной инфраструктуры» абсолютно произвольны и необоснованны.

Мюррей Ротбард. «Власть и рынок»

Введение

Государственные монопольные гарантии большинства так называемых «общественных инфраструктур» [«public utilities»] связаны с тем, что их рассматривают как «естественные монополии» [«natural monopolies»]. Вкратце теория естественных монополий сводится к следующему. Если особенности производственных технологий — например, сравнительно высокие капитальные издержки — при расширении производства в долгосрочной перспективе ведут к сниже-

¹ Оригинал статьи см. на сайте Института Людвиг фон Мизеса http://www.mises.org/journals/rae/pdf/R92_3.pdf

нию общих издержек, то возникает эффект естественной монополии. В таких отраслях, утверждает эта теория, единственный производитель в конечном итоге сможет обеспечить меньшие издержки, чем два или более производителей, и тем самым это приведет к ситуации «естественной» монополии. Если число производителей на рынке превышает единицу, то это приведет к более высоким ценам.

Более того, утверждается, что конкуренция осложняет жизнь потребителей вследствие строительства параллельных мощностей — имеет место, например, повторное перекапывание улиц для прокладки водопроводных или газопроводных линий. На этом основании предлагается, чтобы государство распределяло лицензии на монопольное оказание услуг в тех отраслях, где средние общие издержки имеют тенденцию снижаться в долгосрочной перспективе.

Представление о том, что вначале экономисты разработали теорию естественной монополии, а потом законодатели стали использовать ее для «теоретического обоснования» выдачи лицензий на монопольное обслуживание, — чистый миф. В действительности такие монополии возникли за много лет до того, как экономисты, выступая за расширение государственного вмешательства в экономику, сформулировали эту теорию для оправдания задним числом действий правительства. В то время, когда правительства еще только начинали раздавать монопольные лицензии, большинство экономистов прекрасно понимали, что крупномасштабное, капиталоемкое производство не ведет к возникновению монополии, а представляет собой абсолютно необходимый аспект процесса конкуренции.

Слово «процесс» здесь имеет особое значение. Если рассматривать конкуренцию как динамический процесс соперничества предпринимателей, то тот факт, что один из предпринимателей в данный момент времени добился наименьших издержек, сам по себе не будет иметь практически никакого

содержательного значения. Постоянно действующий механизм конкуренции — в том числе потенциальной конкуренции — исключает возможность появления монополии в условиях свободного рынка.

Далее. Теория естественной монополии антиисторична. Не существует никаких свидетельств, подтверждающих, что сюжет «естественной монополии» когда-либо имел место. Не существует ни одного достоверно известного случая, ни одной истории о том, как некий производитель добился низких издержек в долгосрочной перспективе и тем самым установил перманентную монополию. Как будет показано ниже, во многих отраслях так называемых инфраструктурных монополий в конце XIX и начале XX в. существовали в буквальном смысле десятки конкурирующих фирм.

Экономия на масштабе производства [economy of scale] в эпоху лицензий на монопольную деятельность

В конце XIX в., когда местные власти начали раздавать лицензии на монопольную деятельность [franchise monopolies], экономисты полагали, что «монополия» не возникает на свободном рынке, а является результатом правительственного вмешательства, режима лицензий, протекционизма и т. д. Крупномасштабное производство и экономия на масштабе производства рассматривались как положительный результат конкуренции, а не как монопольное зло. Например, Ричард Эли [Richard T. Ely], один из основателей Американской экономической ассоциации — АЭА, отмечал, что «крупномасштабное производство совершенно не обязательно означает монополизированное производство»². Джон Бейтс Кларк [John Bates Clark], вместе с Эли учре-

² Ely R. T., *Monopolies and Trusts*. New York: MacMillan, 1990. P. 162.

ждавший АЭА, писал в 1888 году, что нельзя «поспешно соглашаться» с мнением, будто крупные промышленные концерны [industrial combinations] ведут к «разрушению конкуренции»³.

Герберт Давенпорт [Herbert Davenport] из Чикагского университета в 1919 году утверждал, что в отрасли, где имеет место экономия на масштабе производства, наличие незначительного числа фирм «не означает ликвидации конкуренции»⁴, а его коллега Джеймс Лофлин [James Laughlin] отмечал, что даже когда «концерн [combination] достигает больших размеров, соперничающий концерн может вступить в самую ожесточенную конкурентную борьбу»⁵. Ирвинг Фишер [Irving Fisher]⁶ и Эдвин Селигмен [Edwin R. A. Seligman]⁷ соглашались, что крупномасштабное производство ведет к конкурентным преимуществам ввиду экономии на рекламе, более низких торговых и транспортных издержек.

По мнению экономистов конца XIX и начала XX в., развитие крупномасштабного производства однозначно шло на пользу потребителю. Ведь без крупномасштабного производства, как пишет Селигмен, «мир вернулся бы к более примитивному уровню благосостояния и практически отказался бы от неопределимых преимуществ, связанных с оптимальным использованием капитала»⁸. Саймон Паттен [Simon Patten] из Уортонского училища [Wharton School при Пенсильванском университете, фактически — экономический факультет этого университета]

высказывал сходный взгляд. «Объединение капитала не приносит обществу никакого ущерба... концерны гораздо более эффективны, чем предшествующие им мелкие производители»⁹.

Франклин Гиддингс [Franklin Giddings] из Колумбийского университета, как практически все экономисты той эпохи, рассматривал конкуренцию примерно так же, как это делают современные экономисты австрийской школы, — как динамический процесс соперничества. Соответственно он делает вывод, что «конкуренция в той или иной форме представляет собой постоянный экономический процесс... Следовательно, когда нам кажется, что рыночная конкуренция подавляется, необходимо разобраться, что произошло с теми силами, которые ее порождали. Более того, необходимо выяснить, в какой степени рыночная конкуренция действительно оказывается подавленной, а в какой — продолжает существовать в иной форме»¹⁰. Иными словами, «доминирующая» фирма, с помощью заниженных цен подрывающая всех своих конкурентов, в каждый данный момент времени вовсе не подавляет конкуренцию, так как конкуренция представляет собой «перманентный экономический процесс».

Дэвид Уэллс [David A. Wells], один из самых популярных экономистов конца XIX в., писал, что «мир требует изобилия товаров и требует их дешевизны, а опыт учит нас, что достичь этого можно только с помощью крупномасштабного использования капитала»¹¹. Джордж Гантон [George Gunton] полагал, что «концентрация капитала приводит не к исчезновению мелких капиталистов, а к их интеграции в рамках более сложной и масштабной системы производства,

³ Clark J. B., Giddings F. *Modern Distributive Processes*. Boston: Ginn & Co., 1888. P. 21.

⁴ Davenport H. *The Economics of Enterprise*. New York: MacMillan, 1919. P. 483.

⁵ Laughlin J. L. *The Elements of Political Economy*. New York: American Book, 1902. P. 71.

⁶ Fisher I. *Elementary Principles of Economics*. New York: MacMillan, 1912. P. 330.

⁷ Seligman E. R. A. *Principles of Economics*. New York: Longmans, Green, 1909. P. 341.

⁸ Ibid. P. 97.

⁹ Patten S. *The Economic Effects of Combinations* // *Age of Steel*. Jan. 5, 1889. P. 13.

¹⁰ Giddings F. *The Persistence of Competition* // *Political Science Quarterly*. March 1887. P. 62.

¹¹ Wells D. A. *Recent Economic Changes*. New York: DeCapro Press, 1889. P. 74.

в рамках которой они могут производить... по более низким ценам для потребителей и с большей доходностью для себя... Концентрация капитала не ведет к разрушению конкуренции, все обстоит ровно противоположным образом... Привлекая больше капитала и применяя усовершенствованную технику, трест может продавать свою продукцию дешевле, чем корпорация, что и имеет место в действительности»¹².

Приведенные цитаты дают не случайную выборку, а достаточно всеобъемлющий охват. Как отмечал А. Коутс [A. W. Coats], в конце 1880-х годов в США было всего лишь 10 человек с профессиональным статусом экономиста на постоянной оплате [full-time] (сегодня это может показаться невероятным)¹³. Таким образом, эти цитаты охватывают практически всех профессиональных экономистов, которые в конце XIX в. могли выступить с мнением о соотношении между экономией на масштабе производства и конкуренцией.

Значение данных воззрений связано с тем, что эти экономисты непосредственно наблюдали процесс становления крупномасштабного производства и не усматривали в нем ничего ведущего к монополии — будь она «естественной» или какой-либо другой. Они понимали — в полном соответствии с духом австрийской школы, — что конкуренция является постоянно возобновляемым процессом и что в отсутствие государственного регулирования, направленного на создание монополий, любое доминирование на рынке неизбежно оказывается преходящим. Такая точка зрения совпадает и с моими эмпирическими исследованиями, в ходе которых выяснилось, что «тресты» конца XIX в. в действительности снижали свои цены и расширяли свое производство быстрее, чем экономика в целом, т. е. они

представляли собой не монопольный, а наиболее динамичный и конкурентный сектор промышленности¹⁴. Возможно, именно поэтому протекционистские законодатели и решили нанести по ним удар, сделав их жертвой «антитрестовских» законов.

Экономисты стали поддерживать теорию естественной монополии только после 1920-х годов, когда экономическая наука, пойдя на поводу у сайентизма, стала рассматривать конкуренцию с более или менее инженерной точки зрения. В соответствии с этой точкой зрения отрасли агрегировались в группы, однородные по критерию постоянной, уменьшающейся или возрастающей доходности в зависимости от масштабов производства [return to scale]. В рамках этого подхода структура рынка и соответственно конкурентоспособность определялись соотношениями технического, инженерного характера. Конкуренция стала рассматриваться уже не как поведенческое явление, а как технологическое отношение. Экономисты — за исключением Йозефа Шумпетера, а также Людвиг фон Мизеса, Фридриха Хайека и других сторонников австрийской школы — перестали обращать внимание на постоянный процесс конкурентного соперничества и предпринимательства.

Насколько «естественными» были ранние естественные монополии?

Не существует абсолютно никаких свидетельств того, что на момент начала государственного регулирования инфраструктурных отраслей [public utilities] имело место такое явление, как «естественная монополия». Гарольд Демсец [Harold Demsetz] указывал:

¹² Gunton G. The Economics and Social Aspects of Trusts // Political Science Quarterly. Sept. 1888. P. 385.

¹³ Coats A. W. The American Political Economy Club // American Economic Review. Sept. 1961. P. 621–37.

¹⁴ DiLorenzo Th. J. The Origins of Antitrust: An Interest-Group Perspective // International Review of Law and Economics. Fall 1985. P. 73–90.

«За один только 1887 год в Нью-Йорке возникло шесть компаний электрического освещения. В 1907 году в Чикаго официальным разрешением на ведение деятельности обладали 45 предприятий электрического освещения. До 1895 года город Дулут, штат Миннесота, обслуживали пять электрических компаний, а в Скрэнтоне, штат Пенсильвания, в 1906 году таких компаний было четыре... В конце XIX в. конкуренция в газовой промышленности [речь идет о газовом освещении улиц. — *Прим. пер.*] США была самым обычным явлением. К началу 1884 года в Нью-Йорке действовало шесть газовых компаний... Для телефонной промышленности была характерна постоянная конкуренция... В 1905 году только в крупнейших городах как минимум две телефонные компании существовали в Балтиморе, Чикаго, Кливленде, Колумбусе, Детройте, Канзас-сити, Миннеаполисе, Филадельфии, Питтсбурге и Сент-Луисе»¹⁵.

Предельно смягчая суть своего высказывания, Демсец формулирует следующий вывод: «Есть основания сомневаться в том, что в то время, когда вместо рыночной конкуренции стали вводить государственное регулирование, в инфраструктурных отраслях имела место экономия на масштабе производства»¹⁶.

Крайне поучительный пример отсутствия естественной монополии в инфраструктурных отраслях можно обнаружить в изданной в 1936 году книге экономиста Джорджа Брауна [George T. Brown], озаглавленной «Газовая осветительная компания Балтимора»¹⁷. Ее подзаголовок — «Исследование естественной монополии» — не должен вво-

дить нас в заблуждение. Книга представляет собой «исследование эволюционного характера инфраструктурных отраслей» в целом с особым упором на Газовую осветительную компанию Балтимора, чьи проблемы «характерны не только для города Балтимора или штата Мэриленд, но и для всех инфраструктурных отраслей [public utility industry] в целом»¹⁸.

История Газовой осветительной компании Балтимора занимает особое место в истории естественных монополий как в теоретическом, так и в практическом плане. Влиятельный экономист Ричард Эли, профессор экономики Университета Джона Гопкинса (Балтимор), посвятил проблемам этой компании целую серию статей в газете «Балтимор Сан», которые позже были изданы книгой и стали весьма популярны. Большая часть анализа Эли в области теории естественной монополии стала общепризнанной догмой экономистов.

Суть истории Газовой осветительной компании Балтимора состоит в том, что с самого своего основания в 1816 году она непрерывно боролась с конкурентами. Борьбу эту она вела не только на рыночном пространстве, но и среди властей города и штата — с тем, чтобы они перестали выдавать корпоративные лицензии ее конкурентам. В деятельности компании имела место экономия на масштабе производства, но это не мешало возникновению многочисленных конкурентов.

«Конкуренция — это жизнь бизнеса», — утверждала в 1851 году «Балтимор Сан» в своей редакционной статье, приветствуя сообщения о появлении нового конкурента в области газового освещения¹⁹. Однако Газовая осветительная компания Балтимора возражала против того, чтобы новая компания получила соответствующие разрешения²⁰.

¹⁵ Behling B. N. Competition and Monopoly in Public Utility Industries. (1938). In H. Demsetz ed. Efficiency, Competition, and Policy. Cambridge, Mass.: Blackwell, 1989. P. 78.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Brown G. T. The Gas Light Company of Baltimore: A Study of Natural Monopoly. Baltimore, Maryland: Johns Hopkins University Press, 1936.

¹⁸ Ibid. P. 5.

¹⁹ Ibid. P. 31.

²⁰ Ibid.

Браун утверждает, что «в других городах газовые компании подвергались разрушительной конкуренции», после чего рассказывает, как эти же самые компании прилагали все усилия, чтобы выйти на рынок Балтимора. Но если конкуренция была настолько «разрушительной», зачем этим компаниям выходить на новые рынки — по-видимому, не менее «разрушительные»? Приходится либо признать ошибочность вскоре ставшей общепринятой теории Брауна о «разрушительной конкуренции», либо считать, что эти компании иррациональным образом целенаправленно стремились к финансовой катастрофе.

Дж. Браун игнорировал динамическую природу конкурентного процесса и допустил ту же ошибку, которую до сих пор делают многие экономисты, — поверил в то, что «излишняя» конкуренция может оказаться «разрушительной», если производители с низкими издержками выталкивают с рынка своих менее эффективных соперников²¹. Подобного рода конкуренция может быть «разрушительной» для конкурентов с высокими издержками, но она всегда выгодна для потребителей.

В 1880 году в Балтиморе было 3 газовые компании, которые жестоко конкурировали между собой. В 1888 году они попытались объединиться, чтобы сформировать монополию, но их планы были сорваны новым конкурентом. «Томас Альва Эдисон изобрел электрическое освещение, угрожающее существованию всех газовых компаний»²². С этого момента конкуренция происходила уже между и газовыми, и электрическими компаниями, так как все они сталкивались с необходимостью значительных капитальных издержек, порождающих экономию на масштабе производства. Тем не менее никакие «свободнорыночные» или «естественные» монополии так и не возникли.

Когда же монополии и появлялись, то происходило это исключительно в результате вмешательства правительства. Например, в 1890 году законодательному собранию штата Мэриленд был предложен законопроект, «согласно которому устанавливался ежегодный сбор в пользу города со стороны Объединенной [газовой компании] в размере 10000 долларов плюс 3 процента от объявленных дивидендов в обмен на предоставление монополии на 25 лет»²³. В наше время такой подход стал повсеместным — правительственные чиновники вступают в сговор с некоторыми бизнесменами, чтобы те, используя монопольное положение, могли нагреть потребителей и отдать часть барыша политикам в форме лицензионных сборов и налогов на монопольную прибыль. Сегодня такой подход с особой очевидностью проявляется в области кабельного телевидения.

Как и следовало ожидать, законодательное «регулирование» газовых и электрических компаний привело к установлению последними монопольных цен, что, в свою очередь, вызвало массовое возмущение общества. Однако, вместо того чтобы осуществить дерегулирование, допустив, чтобы конкуренция привела к снижению цен, власти ввели дополнительное регулирование инфраструктурных отраслей — якобы для умиротворения потребителей, которые согласно концепции Дж. Брауна «считали, что [законодательный контроль за ценами на газ и электричество. — *Прим. пер.*] недостаточно учитывает их интересы, допуская высокие цены и монопольные привилегии. Развитие государственного регулирования инфраструктуры в Мэриленде типично и для опыта других штатов»²⁴.

Не все экономисты позволяли одурачить себя теорией «естественной монополии», которую выдвигали сами инфраструктурные монополисты и состоящие

²¹ Brown G. T. The Gas Light Company of Baltimore: A Study of Natural Monopoly. Baltimore, Maryland: Johns Hopkins University Press, 1936. P. 47.

²² Ibid. P. 52.

²³ Ibid. P. 75.

²⁴ Ibid. P. 106. Emphasis added.

на их службе экономические советники. В 1940 году Горас Грей [Horace M. Grey], заместитель декана в университете Иллинойса, изучал историю «понятия общественных инфраструктур [public utility]», в том числе теорию «естественной» монополии. «На протяжении XIX века, — писал Грей, — было принято считать, что во многих отраслях предоставление специальных льгот и привилегий частным лицам и корпорациям отвечает общественным интересам»²⁵. В число таких привилегий входили патенты, субсидии, таможенные пошлины, бесплатная передача земли железнодорожным компаниям и монопольные лицензии для инфраструктурных отраслей [public utilities]. «Конечным результатом оказывались монополизм, эксплуатация и коррупция»²⁶. Говоря об «общественных» инфраструктурах [«public» utilities], Грей отмечает, что «в период между 1907 и 1938 годами монополии, создаваемые и защищаемые государством, превратились в важнейший элемент экономики, а сложившиеся тогда методы стали основой современного регулирования общественных инфраструктур»²⁷. С этого времени «статус общественной инфраструктуры стал символом райской жизни для всех тех, кто стремился установить монополию, но обнаружил, что не может добиться этого с помощью частных действий, так как эти попытки оказывались слишком трудными, слишком дорогостоящими и слишком ненадежными»²⁸.

Обосновывая свои утверждения, Грей указывал на то, как практически все, кто желает установить монополию, пытались добиться статуса «общественной инфраструктуры» [«public utility»] — в том числе такие отрасли, как радиовещание, торговля недви-

мостью, производство молока, воздушный транспорт, угольная промышленность, нефтедобыча, сельское хозяйство, а также множество других. Аналогично «весь эксперимент с созданием Национального агентства по восстановлению экономики [NRA, National Recovery Administration — специальный орган, созданный администрацией Рузвельта в 1933 году и ликвидированный как неконституционный по решению Верховного суда США в 1935 году. — Прим. пер.] можно рассматривать как попытку ряда представителей крупного бизнеса обеспечить правовую санкцию для своей монополистической деятельности»²⁹. Те отрасли, которым повезло в этом деле, смогли получить политический статус «общественной инфраструктуры» и использовать теорию общественной инфраструктуры для недопущения конкуренции.

В этой схеме роль экономистов сводилась к тому, чтобы сконструировать, по выражению Грея, «запутанное обоснование» для «зловещих сил монополий и частных привилегий», т. е. теорию «естественной» монополии. «Защита потребителей отошла на второй план»³⁰.

Современные экономические исследования подтверждают выводы Грея. В одном из самых первых статистических исследований последствий государственного регулирования тарифов на электроэнергию, опубликованном в 1962 году, Джордж Стиглер [George Stigler] и Клэр Фридланд [Claire Friedland] показали, что в период с 1917 по 1932 год в ценах на электроэнергию и в прибылях энергетических фирм не обнаруживается никакой наблюдаемой разницы между штатами, где существовали регулирующие комиссии, и штатами без таких комиссий³¹. Ранние органы регулирования тарифов на электроэнергию не приноси-

²⁵ Grey H. M. The Passing of the Public Utility Concept // Journal of Land and Public Utility Economics. Feb. 1940. P. 8.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid. P. 9.

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid. P. 15.

³⁰ Ibid. P. 11.

³¹ Stigler G., Friedland C. What Can Regulators Regulate? The Case of Electricity // Journal of Law and Economics. October 1962. P. 1–16.

ли никакой выгоды потребителям; скорее, контроль за этими органами был «перехвачен» производителями, как это позже часто случалось и в других отраслях — от грузовых перевозок и гражданской авиации до кабельного телевидения. Характерно — хотя и не слишком похвально, — что экономистам потребовалось почти 50 лет, чтобы начать исследования реальных, а не теоретических последствий регулирования тарифов на электроэнергию.

Через 16 лет после работы Стиглера Фридланд Грегг Джаррел [Gregg Jarrell] обнаружил, что в период с 1912 по 1917 год 25 штатов перешли от муниципального регулирования тарифов на электроэнергию к регулированию на уровне штатов, что привело к росту цен на 46% и к росту прибылей на 38%, в то время как объем производства снизился на 23%³². Иными словами, муниципальное регулирование не смогло удерживать цены на низком уровне. Но производители стремились к еще большему росту цен. Для этого они начали добиваться перевода регулирования на уровень штатов исходя из предположения, что на этом уровне давление местных групп потребителей будет не таким осязаемым, как на уровне мэров и городских советов.

Результаты этих исследований согласуются с теорией Гораса Грея, который рассматривал регулирование тарифов на услуги общественных инфраструктур как монополистическую схему ценообразования, направленную против интересов потребителей.

Проблема «чрезмерного дублирования»

Наряду со сказками об экономии на масштабе производства, для обоснования выдачи монопольных лицензий «естествен-

ным монополиям» используется еще один аргумент, а именно — теория, согласно которой наличие слишком большого числа конкурентов приводит к вредному дублированию. Утверждается, что дублирование слишком обременительно для общества. Оно может, например, привести к тому, что сразу несколько различных водопроводных, электрических, телефонных компаний станут перекапывать улицы. Но, как отмечал Гарольд Демсец, проблема «чрезмерного дублирования» распределительных систем порождается тем, что муниципалитеты не устанавливают адекватных цен на соответствующие ограниченные ресурсы. Право использовать принадлежащие муниципалитету улицы — это право на использование ограниченных ресурсов. Отсутствие таких цен на использование этих ресурсов, которые отражали бы сравнительные издержки [opportunity costs] альтернативных направлений их использования — например, таких как обеспечение непрерывного движения транспорта или возможность обзирать окрестности, — ведет к их чрезмерному использованию. Если установить адекватный уровень платы за использование этих ресурсов, то степень дублирования снизится до оптимальных размеров³³.

Иными словами, проблема «чрезмерного дублирования», как и проблема «естественных» монополий, в действительности представляет собой результат правительственного вмешательства. Ее причина в том, что правительство не может установить цену на использование ограниченных городских ресурсов. Точнее говоря, проблема на самом деле связана с тем, что улицы, под которыми прокладываются трубы и кабели, принадлежат правительству, а невозможность рационального экономического расчета в рамках социалистических общественных институтов не позволяет им установить адекватные расценки на эти ресурсы в отличие

³² Jarrell G. A. The Demand for State Regulation of the Electric Utility Industry // Journal of Law and Economics. October 1978.: 269–95.

³³ Demsetz H. Efficiency, Competition, and Policy. P. 81.

от ситуации, при которой господствует система частной собственности и конкурентного рынка. Вопреки утверждениям Демсеца, в данном случае именно государственная собственность на улицы и дороги делает невозможным рациональное ценообразование. Даже наиболее просвещенные и благонамеренные политики, включая тех, кто мог бы учиться у самого Демсеца, не могут никаким рациональным образом определить, какую цену следует назначать.

Мюррей Ротбард разъяснил это уже более 25 лет назад: тот факт, что разрешение на пользование улицами должно выдавать правительство, приводит к обоснования жесткого правительственного регулирования предприятий «общественной инфраструктуры», многие из которых (как, например, водопроводные или электрические компании) вынуждены использовать уличное пространство. Регулирование в этом случае рассматривается как равноценный обмен — *quid pro quo*. Но при таком подходе упускается из вида, что государственная собственность на улицы сама по себе представляет собой перманентный акт вмешательства правительства в экономику. Регулирование предприятий общественной инфраструктуры или любой другой отрасли препятствует инвестициям в данной отрасли, тем самым лишая потребителей возможности удовлетворить свои потребности оптимальным образом. В рыночной экономике возникает неадекватное распределение ресурсов³⁴.

Далее, Ротбард писал, что так называемая «монополия ограниченного пространства» [*limited-space monopoly*] — это такая же легенда. Вопрос о количестве фирм, которые могут сосуществовать в каждой данной отрасли, — «это институциональный вопрос, ответ на который зависит от таких конкретных обстоятельств, как интенсив-

ность спроса потребителей, тип производимой продукции, физическая производительность используемых ресурсов, предложение факторов производства и их цены, предпринимательское искусство предвидения и т. д. Пространственные ограничения могут оказаться совершенно второстепенными»³⁵.

Более того, даже если в данной местности пространственные ограничения позволяют осуществлять операции только одной фирме, то это совершенно не обязательно ведет к монополии — ведь понятие «монополии» «имеет хоть какой-то смысл только тогда, когда имеется возможность установить монопольную цену», а «на свободном рынке все цены носят конкурентный характер»³⁶. Монополистическое ценообразование может возникнуть только в результате правительственного вмешательства.

Существует единственная возможность установить рыночную цену, которая будет отражать подлинные сравнительные издержки [*opportunity costs*] и приведет к оптимальному уровню «дублирования», — осуществлять свободный обмен на настоящем свободном рынке, что совершенно невозможно без частной собственности и свободного рынка³⁷. Так как экономический расчет вне рынка невозможен, политические решения не могут служить реалистичной заменой цен, определяемых на свободном рынке.

При системе частной собственности на улицы и тротуары индивидуумы стоят перед дилеммой: либо отказ от низких цен на инфраструктурные услуги, либо временные неудобства, связанные с тем, что инфраструктурная компания будет раскапывать траншеи через их территорию. Если при такой системе возникает «дублирование», то только потому, что дополнительные услу-

³⁴ Rothbard M. N. *Power and Market: Government and the Economy*. Kansas City: Sheed Andrews and McMeel, 1977. P. 75–76.

³⁵ Rothbard M. N. *Man, Economy and State: A Treatise on Economic Principles*. Auburn, Ala.: Ludwig von Mises Institute, 1993. P. 619.

³⁶ Ibid. P. 620.

³⁷ Ibid. P. 548.

ги или низкие цены, связанные с дублированием, индивидуумы ценят выше, чем неудобства от дополнительных строительных работ на своей территории. На свободном рынке не бывает ни монополии, ни «излишнего дублирования», если использовать эти выражения в каком-либо экономически содержательном смысле.

Конкуренция

Из того, что в инфраструктурных отраслях — таких, как водопровод, электричество, газоснабжение — имеет место экономия на масштабе производства, никоим образом не следует, что там должны существовать монополии или монопольные цены. Как писал в 1859 году Эдвин Чедвик [Edwin Chadwick], пока продолжается конкуренция, система конкурентного предложения частных инфраструктурных услуг не допускает возникновения монопольных цен³⁸. Пока существует конкурентное предложение, сохраняются конкурентные цены и не возникает дублирования мощностей. Конкуренция может выражаться в том, что договор на услугу получает та компания, которая предлагает самую низкую цену за услугу стандартного качества (в отличие от системы, где выигрывает тот, кто предложит самую большую цену за предоставление лицензии).

Интерес к понятию конкуренции в области инфраструктур возродился в связи со статьей Гарольда Демсеца, опубликованной в 1968 году³⁹. Как подчеркивал Демсец, теория естественной монополии не может «показать, какие логические шаги ведут от экономии на масштабе производства к воз-

никновению монопольных цен на свободном рынке»⁴⁰. Если кто-то один из претендентов на получение контракта может оказать ту же услугу по цене более низкой, чем цена у двух или более других подрядчиков, «то контракт выигрывает претендент, предлагающий самую низкую цену на всю работу целиком, идет ли речь о цементе, электричестве, автоматах по продаже почтовых марок или что угодно еще, — но эта самая низкая цена вовсе не оказывается монопольной ценой... Теория естественной монополии не дает логических обоснований возникновения монопольной цены»⁴¹.

Нет никаких оснований полагать, что процесс борьбы за контракт будет неконкурентным. Как показали Ханке и Уолтерс [Hanke and Walters], такого рода процесс весьма эффективно действует в водопроводной индустрии Франции⁴².

Миф о «естественной монополии»: производство электроэнергии

Согласно теории естественной монополии в производстве электроэнергии не может сохраняться конкуренция. Но вопреки этой теории, в десятках американских городов конкуренция продолжалась в течение десятилетий. Экономист Уолтер Примо [Walter J. Primeaux] более 20 лет изучал процессы конкуренции в электроэнергетике. В своей книге «Прямая инфраструктурная конкуренция: миф о естественной монополии», изданной в 1986 году, он приходит к выводам, согласно которым в тех городах, где имеет место прямая конкуренция в электроэнергетике:

- прямое соперничество между двумя конкурирующими фирмами может продол-

³⁸ Chadwick E. Results of Different Principles of Legislation and Administration in Europe of Competition for the Field as Compared With Competition Within the Field of Service // Journal of the Statistical Society of London 22:1859. P. 381–420.

³⁹ Demsetz H. Why Regulate Utilities? // Journal of Law and Economics. April 1968. P. 55–65.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Ibid.

⁴² Hanke S., Walters S. J. K. Privatization and Natural Monopoly: The Case of Waterworks // The Privatization Review. Spring 1987. P. 24–31.

жаться очень долго — в ряде городов более 80 лет;

- соперничающие электрические компании ведут жесткую конкуренцию посредством снижения цен и повышения качества услуг;

- потребители в этих городах извлекают осязаемые преимущества из такой конкуренции по сравнению с городами, где существуют электрические монополии;

- вопреки теории «естественной» монополии, при наличии двух конкурирующих фирм издержки оказываются ниже;

- вопреки теории «естественной» монополии, излишних мощностей при конкуренции оказывается не больше, чем при монопольной системе.

Теория «естественной» монополии терпит крах по каждому пункту: конкуренция существует, ценовые войны «не имеют серьезного значения», при конкуренции качество услуг выше, а уровень цен ниже; конкуренция продолжается на протяжении очень длительного периода, сами потребители предпочитают конкуренцию, а не регулируемую монополию; наконец, потребители полагают, что проблемы, связанные с наличием дублирующих линий, несущественны по сравнению с преимуществами конкуренции⁴³.

Примо также обнаружил, что руководители электроэнергетических компаний лично предпочитают монополию, хотя и признают, что при конкуренции потребители в целом выигрывают!

Через 10 лет после публикации книги Примо как минимум один штат — Калифорния — осуществляет реформу в электроэнергетике, переходя «от монополии, контролируемой небольшой группой государственных компаний, к открытому рынку»⁴⁴.

⁴³ Primeaux W. J. Jr. Direct Electric Utility Competition: The Natural Monopoly Myth. New York: Praeger, 1986. P. 175.

⁴⁴ California Eyes Open Electricity Market // The Washington Times. May 27. 1995. P. 2.

В этом же направлении двигаются и другие штаты, постепенно отказываясь от ошибочной теории «естественной» монополии в пользу естественной конкуренции⁴⁵:

- корпорация «Ормет» [Ormet Corporation], производитель алюминия в Западной Вирджинии, получила от властей штата разрешение предложить 40 электрическим компаниям участие в тендере на поставку энергии;

- корпорация «Алкан Алюминий» [Alcan Aluminium Corp.] в Освего, штат Нью-Йорк, воспользовалась результатами технического прогресса, которые позволили построить новую электростанцию непосредственно рядом с заводом, тем самым на 2/3 были снижены издержки корпорации на энергию. «Ниагара Мохок» [Niagara Mohawk] — его предыдущий поставщик энергии по более высоким ценам — предъявил штату судебный иск, требуя, чтобы штат запретил корпорации «Алкан» использовать собственную энергию;

- власти штата Аризона разрешили корпорации «Каргилл» [Cargill, Inc.] покупать энергию в любой точке на Западе; компания рассчитывает сэкономить 8 млн долларов в год;

- новые федеральные законы разрешают инфраструктурным компаниям покупать дешевую энергию на стороне и использовать сети других компаний для транспортировки;

- комиссионер общественных услуг штата Висконсин Скотт Нейцель [Scott Neitzel] недавно заявил: «Для потребителя свободный рынок — лучший механизм... там он получает наилучшие услуги по самым низким ценам»;

- перспективы конкуренции уже заставляют некоторые электрические компании снижать свои издержки и цены. Когда ТВА [TVA] в 1988 году столкнулась с конкуренцией со стороны «Дюк Пауэр» [Duke Power],

⁴⁵ The following information is from Toni Mack. Power to the People // Forbes. June 5. 1995. P. 119–126.

она в течение нескольких лет отказывалась от повышения своих тарифов.

Потенциальные преимущества, которые американская экономика может получить от демонполизации электроэнергетики, огромны. По мнению экономиста Роберта Майклса [Robert Michaels], специализирующегося в области инфраструктурных отраслей, конкуренция позволит потребителям немедленно сэкономить как минимум 40 млрд долларов в год⁴⁶. Она также облегчит развитие новых технологий, которые станут выгодными при низких затратах на электричество. Например, «автомобилестроение и другие отрасли, использующие стальной лист, смогут шире использовать лазерные режущие устройства и лазерную сварку, требующие много энергии»⁴⁷.

Миф о «естественной монополии»: кабельное телевидение

Кабельное телевидение — еще один пример искусственной монополии, возникшей в большинстве городов благодаря теории «естественной» монополии. Однако монополию в этой отрасли можно считать какой угодно, но только не «естественной». Как и в электроэнергетике, в США существуют десятки городов с конкурирующими кабельными компаниями. «Как минимум в тридцати-сорока населенных пунктах в настоящее время имеет место... прямая конкуренция»⁴⁸. Существование постоянной конкуренции в кабельном телевидении опровергает мнение, будто эта отрасль представляет собой «естественную» монополию, которая нуждается в монопольном регулировании. Монополия в ка-

бельном телевидении порождается не экономией на масштабе производства, а государственным вмешательством. Хотя кабельные компании и жалуются на «дублирование», не следует забывать, что «в то время как чрезмерное расширение кабельных систем может снизить прибыльность существующих кабельных компаний, оно, безусловно, улучшает ситуацию потребителей, так как цены теперь определяются не уровнем издержек, а спросом и предложением»⁴⁹.

Как и в случае с электроэнергетикой, исследователи обнаружили, что в тех городах, где существуют конкурирующие кабельные компании, цены в среднем на 23 % ниже, чем в городах с кабельной монополией⁵⁰. Например, «Кейблвижен Оф Централ Флорида» [Cablevision of Central Florida] в районах, где существует еще один конкурент, снизила свою базовую цену с 12 долларов 95 центов до 6 долларов 50 центов в месяц. Когда компания «Телестат» [Telestat] начала работать в Ривьере-Бич, штат Флорида, то предложила 26 каналов за 5 долларов 75 центов в месяц — в то время как существующая компания «Комстат» [Comstat] предлагала 12 каналов за 8 долларов 40 центов. «Комстат» отреагировала расширением своих услуг и снижением цен⁵¹. Когда власти города Преск Айл, штат Мэн, разрешили конкуренцию, существующая в городе компания немедленно расширила свои услуги с 12 до 54 каналов⁵².

В 1987 году кабельная компания «Пасифик Вест» [Pacific West Cable Company] подала в суд на город Сакраменто, штат Калифорния, обвиняя его в нарушении Первой поправки к Конституции из-за того, что ей

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.

⁵² Hazlett T. Private Contracting versus Public Regulation as a Solution to the Natural Monopoly Problem. In Robert W. Poole ed. *Unnatural Monopolies: The Case for Deregulating Public Utilities*. Lexington, Mass.: Lexington Books, 1985. P. 104.

⁴⁶ Ibid. P. 120.

⁴⁷ Ibid. P. 126.

⁴⁸ Hazlett T. Duopolistic Competition in Cable Television: Implications for Public Policy // *Yale Journal on Regulation*. 7. 1990.

не разрешали выходить на местный рынок. Присяжные решили, что «рынок кабельного телевидения Сакраменто не является естественной монополией, а все ссылки на естественную монополию представляют собой отговорку для того, чтобы предоставить монопольную лицензию единственной компании..., получить от нее в обмен денежные платежи и услуги натурой... и добиться высоких взносов на избирательную кампанию»⁵³. Город был вынужден перейти к конкурентной политике в кабельном телевидении, в результате чего существующая компания «Скриппс Говард» [Scripps Howard], чтобы не потерять рынок, снизила свою месячную ставку с 14 долларов 50 центов до 10 долларов. Кроме того, компания стала предлагать бесплатную установку и три бесплатных месяца обслуживания во всех районах, где имела место конкуренция.

До сих пор в большинстве американских городов кабельное телевидение остается лицензионной монополией — по тем самым причинам, которые перечислены в решении присяжных города Сакраменто: это меркантилистские схемы, при которых кабельные компании создают монополию и делятся наживой с политиками посредством взносов на избирательные кампании, бесплатного времени для «общественных программ», взносов в местные благотворительные фонды, которым симпатизируют политики, акций и консультационных контрактов для тех, кто связан с политиками, и разнообразных подарков для регулирующего начальства.

В некоторых городах политики собирают такого рода косвенные взятки с целого ряда компаний в течение 5–10 лет, а иногда и дольше, пока в конце концов не выдают кому-то монопольную лицензию. Таким образом они перехватывают часть монопольной ренты, порождаемой монопольной лицензией. Бывший главный экономист Федераль-

ной комиссии по связи [FCC] Томас Хазлетт [Thomas Hazlett] — по-видимому, ведущий в стране специалист по экономическим проблемам кабельного телевидения — пришел к выводу, что «с точки зрения общественного благосостояния процесс выдачи лицензий можно охарактеризовать как абсолютно неэффективный, хотя для городских лицензирующих властей он имеет осязаемые преимущества»⁵⁴. В этой индустрии ограничения на появление новых участников рынка — это не экономия на масштабе производства, а политический заговор местных политиков и кабельных компаний, направленный на завышение цен.

Миф о «естественной монополии»: телефон

Здесь самый главный миф — это убеждение в том, что телефонная связь представляет собой естественную монополию. Целым поколениям студентов экономисты объясняли, что телефонная связь — это «классический» пример «ошибки рынка» [market failure], что из соображений «общественного интереса» здесь необходимо правительственное регулирование. Но, как недавно продемонстрировал Адам Тирер [Adam D. Thierer], в телефонной монополии, которой много десятилетий обладала Эй-Ти-энд-Ти [AT&T], не было ничего «естественного»; она была результатом правительственного вмешательства в чистом виде⁵⁵.

Когда в 1893 году истек срок действия первоначальных патентов Эй-Ти-энд-Ти, сразу появились десятки конкурентов. «К концу 1894 года более 80 новых независимых конкурентов захватили уже 5% рынка... к началу следующего столетия существовало уже бо-

⁵³ Pacific West Cable Co. v. City of Sacramento, 672 F. Supp. 13221349–40 (E. D. Cal. 1987), cited in Hazlett, «Duopolistic Competition».

⁵⁴ Hazlett T. Duopolistic Competition in Cable Television.

⁵⁵ Thierer A. D. Unnatural Monopoly: Critical Moments in the Development of the Bell System Monopoly // Cato Journal. Fall 1994. P. 267–85.

более 3000 конкурентов»⁵⁶. В некоторых штатах одновременно функционировало более 200 телефонных компаний. К 1907 году конкуренты Эй-Ти-энд-Ти захватили 51 % рынка телефонных услуг, а их цены резко упали. Более того, вопреки стандартным описаниям теории естественной монополии, прилагаясь к телефонной промышленности, не было никаких свидетельств экономии на масштабе производства или ограничений на возникновение новых участников рынка⁵⁷.

Возникновение телефонной монополии стало результатом заговора между Эй-Ти-энд-Ти и политиками, которые хотели использовать лозунг «всеобщей телефонизации» для подкупа своих избирателей. Политики стали обличать конкуренцию как «разрушительную», «расточительную», «ведущую к излишнему дублированию», а разным экономистам предлагались деньги за выступления на слушаниях в конгрессе, где они торжественно провозглашали телефонную отрасль естественной монополией. На одном из таких слушаний пришли к выводу: «В области местной телефонной связи конкуренция не ведет ни к каким положительным результатам»⁵⁸.

Крестовый поход за создание монополизированной телефонной отрасли с помощью правительственных решений в конце концов завершился победой — когда федеральное правительство в 1918 году использовало Первую мировую войну как оправдание для национализации всей отрасли. Эй-Ти-энд-Ти продолжала управлять телефонной системой, но уже под контролем правительственной комиссии, которую возглавлял генеральный почтмейстер США. Как и во многих других случаях государственного регулирования, Эй-Ти-энд-Ти вскорости «захватила»

регулирующие органы и стала использовать регулирующие механизмы для устранения конкурентов. «К 1925 году практически каждый штат установил жесткие регулирующие правила; более того, во многих местностях конкуренция в области местной телефонной связи либо косвенно подавлялась, либо прямо запрещалась»⁵⁹.

Как заключает Тирер, окончательное устранение конкуренции в этой отрасли связано с действием следующих факторов: запретительная лицензионная политика; защитная монополия для «ведущих участников рынка»; гарантированная доходность или регулирование телефонных компаний; правительственная политика «всеобщей телефонизации», для которой требовалось наличие единой и послушной телефонной компании; наконец, регулирование тарифов, направленное на достижение социалистической цели «всеобщей телефонизации».

Самая большая ложь, которую когда-либо провозглашали экономисты, — это утверждение, будто свободная конкуренция была причиной появления телефонной монополии в начале XX в. Свободный рынок не терпел никаких «поражений»; крах потерпело правительство, которое, разрабатывая протекционистские схемы обогащения телефонных компаний за счет потребителей и потенциальных конкурентов, не смогло сохранить рыночную конкуренцию.

Выводы

Теория естественной монополии — это экономическая фикция. Никогда не существовало никакой «естественной монополии». История так называемой «общественной инфраструктуры» сводится к тому, что в конце XIX и начале XX в. в инфраструктурных отраслях имела место ожесточенная конкуренция, которая, разумеется, не нра-

⁵⁶ Thierer A. D. Unnatural Monopoly: Critical Moments in the Development of the Bell System Monopoly // *Cato Journal*. Fall 1994. P. 267–85. P. 270.

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Loeb G. H. The Communications Act Policy Toward Competition: A Failure to Communicate // *Duke Law Journal*. № 1. 1978. P. 14.

⁵⁹ Thierer A. D. Unnatural Monopoly: Critical Moments in the Development of the Bell System Monopoly. P. 277.

вилась самим производителям. Сначала они добились от правительства предоставления им монопольного статуса, а затем — при поддержке ряда видных экономистов — было задним числом сконструировано обоснование этой монополизации.

Это было одним из величайших достижений корпоративных пиарщиков всех времен и народов. Как писал Горас Грей более 50 лет назад, «в результате успокаивающих объяснений люди, хотя и продолжали осуждать монополии вообще, смогли примириться с их отдельными типами... Так как эти монополии были «естественными», а все естественное полезно, то отсюда следовало, что эти монополии представляют собой «правильные» монополии... Таким образом, правительство получило мандат на создание «правильных» монополий»⁶⁰.

В одной отрасли за другой продолжается процесс размывания понятия естественной монополии. Электроэнергетика, кабельное телевидение, телефонная связь и почта — все они уже на грани дерегулирования — либо законодательного, либо фактического, — связанного с техническим прогрессом. Появившись в США примерно тогда же, когда коммунизм появился в бывшем СССР, лицензионные монополии тоже приближаются к исчезновению. Как и

все прочие монополии, они будут использовать любые средства ради сохранения своих монопольных привилегий, но потенциальный выигрыш для потребителя, связанный со свободным рынком, сильнее их. Теория естественной монополии — это экономическая фикция XIX в., защищающая монопольные привилегии XIX в. (или даже XVIII в., как в случае Почтовой службы США).

В американской экономике XXI в. для нее места нет.

Список литературы

1. *Ely R. T.* Monopolies and Trusts. New York: MacMillan, 1990. P. 97, 162.
2. *Behling B. N.* Competition and Monopoly in Public Utility Industries (1938). In Harold Demsetz ed. Efficiency, Competition and Policy. Cambridge, Mass.: Blackwell, 1989. P. 78.
3. *Rothbard M. N.* Man, Economy and State: A Treatise on Economic Principles. Auburn, Ala.: Ludwig von Mises Institute, 1993. P. 548, 619, 620.
4. *Chadwick E.* Results of Different Principles of Legislation and Administration in Europe of Competition for the Field as Compared With Competition Within the Field of Service // Journal of the Statistical Society of London. 22. 1859. P. 381–420.
5. *Demsetz H.* Why Regulate Utilities? // Journal of Law and Economics. April 1968. P. 55–65.
6. The following information is from Toni Mack. Power to the People // Forbes. June 5. 1995. P. 119–126.
7. *Loeb G. H.* The Communications Act Policy Toward Competition: A Failure to Communicate // Duke Law Journal. 1. 1978. P. 14.
8. *Grey H. M.* The Passing of the Public Utility Concept. P. 10.

⁶⁰ *Grey H. M.* The Passing of the Public Utility Concept. P. 10.

Статья поступила в редакцию 10.07.2009

Thomas J. DiLorenzo, Professor (Economics), The Seller School of Business and Management, Loyola College

THE MYTH OF THE NATURAL MONOPOLY

Translated by Boris Ljvin

In the article the author analyzes the growth of natural monopolies in the USA and comes to the conclusion that the theory of the natural monopoly is an economic fiction. It goes back to the idea that at the end of the XIX and beginning of the XX century there was tough competition in infrastructural areas which obviously was not favored by manufactures. First of all they made the administration grant them the monopoly status; afterwards with the support of some prominent economists they constructed the grounds for the monopolization.

The article ends with the opinion that there is no place for it in the US economy of the XXI century.

Is there any place for the monopoly in the Russian economy of the XXI century?

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, г. Москва

РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОБЪЕКТОВ В КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Журнал продолжает публикацию учебника доктора экономических наук Раиса Ахметовича Фатхутдинова «Управление конкурентоспособностью организации».

Третья тема посвящена вопросам использования экономических законов в повышении конкурентоспособности объектов. Особый интерес представляет анализ автором научных подходов к управлению объектами в конкурентоспособной экономике, являющихся необходимой основой для разработки и принятия управленческих решений в бизнесе, в процессе управления коммерческими структурами.

Отличительной особенностью представленного в данной теме теоретического материала является его практикоориентированность и соответственно предназначенность тем, кто стремится к лидерству в конкурентной борьбе.

Ключевые слова: конкурентоспособность объектов, конкурентное преимущество субъекта (объекта), экономические законы как инструменты конкурентоспособной экономики.

Использование экономических законов и законов организации в формировании конкурентоспособной экономики

Роль экономических законов в повышении конкурентоспособности объектов

Экономические законы (закономерности) являются одними из инструментов конкурентоспособной экономики (КЭ). К другим инструментам КЭ относятся законы (закономерности) организации, научные подходы, принципы, современные методы и модели.

Сущность и механизм действия экономических законов рассматриваются в экономической теории. Краткое их содержание рассмотрено в учебнике автора «Управленческие решения».

К сожалению, в экономической теории не рассматриваются три экономических закона: закон возвышения потребностей и ускорения обновляемости товаров; закон всеобщей экономии времени (с будущим трудом) и закон конкуренции как объективный процесс «вымывания» с рынка неконкурентоспособных товаров. Идея действия закона возвышения потребностей впервые была сформулирована В. И. Лениным, в учебнике предпринимается попытка его углубления путем деления потребностей на 4 группы и рассмотрения механизма обновляемости товаров. Идея действия закона экономии времени впервые была сформулирована К. Марксом. В учебнике она расширена рассмотрением процесса затрат времени (экономии времени) по всем стадиям жизненного цикла объектов и введе-

ния категории «будущий труд». Сущность и механизм действия закона конкуренции как объективного процесса «вымывания» с рынка неконкурентоспособных товаров впервые сформулированы автором.

Экономические законы направлены на рационализацию использования ресурсов (как второй стороны конкурентоспособности объектов) в рамках организации и народно-хозяйственного комплекса, а также на своевременное принятие субъектом эффективных стратегических решений по поводу его позиции на рынках товаров и услуг (на основе изучения механизма действия закона конкуренции). Без анализа механизмов действия этих законов и корректировки своих стратегических решений вообще невозможно управлять конкурентоспособностью объектов.

Новая формулировка закона экономии времени (с будущим трудом), *интегрирующего процессы, качество и ресурсоемкость объектов по всем стадиям их жизненного цикла*, впервые была опубликована в журнале «Вопросы экономики» в 1978 г. (№3). Однако до настоящего времени в советской и российской учебной и деловой литературе он не рассматривался.

Сущность закона конкуренции раскрыта автором в 1995 г. в журнале «Стандарты и качество» (№1) и книге «Менеджмент конкурентоспособности товара». Механизм проявления этого закона очень прост. Без анализа механизма его проявления невозможно правильно сформулировать стратегию конкуренции и быть конкурентоспособным. Однако в смысле широкой диффузии судьба этого закона аналогична предыдущему. Эти три экономических закона подробнее рассматриваются далее.

Остальные экономические законы рассмотрим вкратце, помня, что подробно они рассматриваются в экономической теории.

Закон зависимости между спросом и ценой (закон спроса) характеризует изменение цены товара при изменении спроса на него (при неизменном качестве). Со сни-

жением цены товара спрос на него повышается, а с повышением цены, наоборот, снижается, т. е. покупатель либо не имеет средств купить этот товар, либо он покупает товар-заменитель. Спрос на товар может повыситься при повышении качества товара, качества сервиса его потребителей, при снижении эксплуатационных затрат, усилении маркетинговой стратегии, активизации рекламной деятельности и других факторов и мероприятий. Например, при повышении качества товара (подтвержденного документально), как правило, повышаются спрос и цена товара.

Закон спроса анализируется вместе с законом предложения. Закон спроса описывает поведение покупателей при изменении цены товара. Поведение продавцов (изготовителей) товара на рынке описывает закон предложения.

Предложение — это тот аспект рыночных отношений, который характеризует непосредственную взаимосвязь между рыночной ценой товара и его количеством, предлагаемым продавцом, изготовителем или посредником. *Закон предложения* характеризует изменение цены товара при изменении его предложения на рынке. Если цена повышается, то на рынок будет поступать больше товаров данного наименования, т. е. рынок стимулирует увеличение объема предложения, поскольку продавцам (изготовителям) выгодно увеличивать объем продаж. И наоборот, если цена на определенный товар на рынке (под действием рыночных механизмов, а не продавца) будет снижаться, то продавцам становится невыгодно предлагать данный товар на данном рынке и его предложение будет сокращаться.

В законе зависимости между предложением и спросом кривая предложения показывает, какое количество товара и по какой цене производители могут продать на рынке. Закономерность объясняется тем, что чем выше цена, тем большее число фирм имеет возможность производить и продавать товар. Например, более высо-

кая цена даст возможность существующим фирмам расширить объем производства в короткий промежуток времени за счет привлечения дополнительной рабочей силы или использования других факторов, а в длительный период времени — за счет экстенсивного развития самого производства. Более высокая цена может также привлечь на рынок новые фирмы, у которых еще высоки издержки производства и продукция которых при низких ценах является нерентабельной. Кривая идет вниз. Закономерность объясняется тем, что потребитель обычно предпочитает приобретать больше, если цена ниже. Например, более низкая цена позволит покупателям, приобретающим товар, покупать еще большее количество и даст возможность потребителям, которые ранее не могли позволить себе покупку, начать приобретать этот товар, отказавшись от товаров-заменителей.

Закон возрастания дополнительных затрат характеризует структуру богатства страны, соотношение между накоплением и потреблением. К накоплению относятся приобретенные или созданные материальные и нематериальные активы, к потреблению — совокупность товаров и услуг, созданных для личного потребления физическими лицами.

Уровень богатства страны в целом определяется уровнем ее комплексного развития и природно-климатическими условиями. На практике уровень развития страны количественно определяется объемом ВВП в абсолютном значении и на душу населения. По объему ВВП на душу населения лидерами являются Швейцария, а также США, Япония, Канада, Германия, Франция, Италия, Англия. Россия отстает от этих стран в 4–6 раз.

Закон убывающей доходности показывает снижение эффективности инвестиций, на получение каждой последующей единицы эффективности требуется больше единиц затрат, чем на получение предыдущей единицы эффективности. Например, при повышении интенсивности конкуренции приращение каждой последующей доли рын-

ка требует больше затрат, чем приращение рынка на такую же долю в предыдущий период. Или достижение каждой последующей тысячной доли безотказности машины требует средств во много раз больше, чем на достижение предыдущей такой же доли безотказности. К примеру, для повышения коэффициента безотказности машины с 0,995 до 0,996 требовалось 15 000 ден. ед., а с 0,996 до 0,997 — 40 000 ден. ед.

Закон экономической взаимосвязи затрат в сферах производства и потребления характеризует динамику соотношения затрат в этих сферах. Любая социально-экономическая или техническая система за свой жизненный цикл проходит сферу производства и потребления. К стадиям жизненного цикла сферы производства (например, сложной технической системы) относятся: стратегический маркетинг, НИОКР, организационно-технологическая подготовка производства, собственно производство, тактический маркетинг. К стадиям жизненного цикла сферы потребления для этой системы относятся: подготовка ее к функционированию, собственно эксплуатация, техническое обслуживание и ремонт, утилизация системы после отработки ее ресурса.

Исследование структуры затрат за жизненный цикл отечественного технологического оборудования и различных машин показывает, что затраты в сфере их потребления в 5–25 раз больше затрат в сфере производства. По лучшим японским, американским, немецким машинам и оборудованию это соотношение в 3–4 раза меньше, чем по российским изделиям аналогичного назначения. Основными причинами огромных затрат в сфере потребления машин и оборудования являются сложность их конструкции, низкое качество, низкий уровень организации работ на всех стадиях жизненного цикла машин.

Закон эффекта масштаба производства (закон эффекта опыта) гласит, что с увеличением программы выпуска продукции или выполнения какой-либо работы ус-

ловно-постоянные (или косвенные) расходы, к которым относятся общецеховые и общезаводские расходы, на единицу продукции уменьшаются. Допустим, в себестоимости продукции, равной 200 ден. ед., затраты на материалы, энергию, заработную плату производственных рабочих составляют 120 ден. ед. Остальные 80 ден. ед. приходятся на общецеховые и общезаводские расходы. Годовая программа выпуска продукции составляет 500 шт. При увеличении годовой программы вдвое (до 1000 шт.) прямые расходы на единицу продукции останутся на прежнем уровне, т. е. 120 ден. ед., а косвенные расходы при многономенклатурном производстве на единицу продукции уменьшатся пропорционально вдвое и составят не 80, а 40 ден. ед. Тогда себестоимость единицы продукции при годовой программе, равной 1000 шт., составит 160 ден. ед. ($120 + 40$). Эффект масштаба будет равен 40 000 ден. ед. [$(200 - 160) \times 1000$].

В учебной и деловой литературе описываются и другие (кроме рассмотренных ниже) законы и закономерности.

Закон возвышения потребностей и ускорения обновляемости товаров

Закон возвышения потребностей человека и ускорения обновляемости товаров — это объективный закон, в соответствии с которым в мире происходит процесс увеличения количества видов (наименований, разновидностей) и изменение структуры (в пользу качества) потребительских товаров и услуг. Количество видов товаров и услуг удваивается примерно через 10 лет, их объемы в натуральном выражении и структура изменяются дифференцированно по каждой ассортиментной группе товаров и самостоятельных услуг. При этом темпы возвышения потребностей на эксклюзивные товары и услуги престижного качества (предметы роскоши) примерно в 2 раза выше темпов возвышения потребностей на дешевые товары и услуги низкого качества для бедных слоев населения.

Механизм проявления закона возвышения потребностей показан на рис. 3.1. Линии 1, 2, и 3 на рисунке могут иметь любую форму: прямолинейную, криволинейную.

На рис. 3.1 показана динамика изменения потребностей для трех слоев населения (структура населения характерна в большей мере для развитых стран) *по наименованиям* для однородной группы товаров (услуг). Конкретные зависимости устанавливаются индивидуально для каждой страны, региона (города) внутри этой страны, для каждой ассортиментной группы товаров и группы населения. С повышением конкурентоспособности страны повышается качество жизни населения этой страны, сокращается доля третьей группы потребностей в пользу второй и первой групп. Например, при сокращении доли бедных с 30 до 20% доля богатых может увеличиться с 10 до 12%, а среднего класса (с 60 до 68%). По оценке автора, оптимальная структура населения страны — 10, 80 и 10%; (при условии, что доход или пособия для малообеспеченных выше прожиточного минимума, а разница между максимальными и минимальными доходами составляет не более 5).

Следует еще отметить, что в связи с ускорением темпов научно-технического прогресса, внедрением современных технологий (нано- и биотехнологии, глобальные информационные технологии, миниатюризация средств контроля и управления и т. д.) в мире идет процесс неуклонного сокращения продолжительности выпуска изделий одной и той же модели. Например, продолжительность выпуска моделей электронной техники, многих товаров широкого потребления сократилась до 6–8 месяцев.

Закон всеобщей экономии времени (с будущим трудом)

В экономической теории *закон экономии времени* рассматривается как экономия суммы прошлого и живого труда на единицу продукции или как неуклонное сниже-

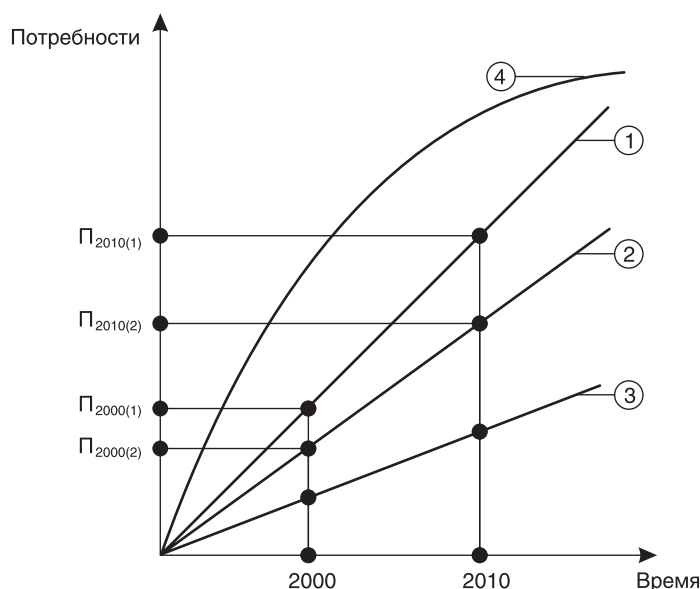


Рис. 3.1. Механизм проявления закона возвышения потребностей:

- 1 — потребность в эксклюзивных престижных товарах и услугах (например, 10% общей массы);
 2 — потребность в качественных товарах и услугах по умеренной цене (~60%); 3 — потребность бедных в дешевых товарах и услугах (~30%); 4 — потребность по логистической кривой

ние себестоимости продукции на единицу потребительской стоимости.

Этот подход охватывает в статике только затраты в сфере производства товара, без увязки их с будущими затратами в сфере потребления и полезным эффектом товара у потребителя. Если применить к проблеме экономии времени совокупность научных подходов, то закон всеобщей экономии времени будет отражать экономические процессы в динамике, за весь жизненный цикл товара, тогда совокупные затраты будут равны сумме прошлого, живого и будущего труда (который потребуются затратить для получения от товара полезного эффекта). Математически закон всеобщей экономии времени будет иметь следующий вид (предложение автора):

$$\frac{\text{ПТ} + \text{ЖТ} + \text{БТ}}{\Pi_c} \rightarrow \min, \quad (3.1)$$

где ПТ — затраты прошлого (овеществленного) труда на производство или потреб-

ление товара; ЖТ — затраты живого труда, т. е. заработная плата всех работников, приходящаяся на данный товар на данной стадии его жизненного цикла, плюс прибыль на этой стадии (или необходимый и прибавочный труд); БТ — затраты будущего труда, которые будут осуществляться в будущие периоды для производства или потребления товара; Π_c — суммарный за нормативный срок службы полезный эффект или отдача товара у потребителя.

Сумма прошлого, живого и будущего труда — это совокупный труд за жизненный цикл товара (в конкретной экономике — совокупные затраты). Доля каждого вида труда в совокупном труде изменяется в динамике. Например, перед началом маркетинговых исследований совокупный труд равен будущему, т. е. к исследованиям еще не приступили, не понесли никаких затрат. После окончательной утилизации товара, наоборот, весь совокупный труд равен прошлому труду, т. е. в будущем уже не надо будет нести по данному товару какие-либо затра-

Таблица 3.1

**Динамика структуры совокупного труда в среднем по единице автомобиля ГАЗ-53А
за 10 лет его использования (цифры ориентировочные)**

Стадия жизненного цикла автомобиля	Примерная структура затрат к моменту завершения стадии жизненного цикла автомобиля, %			
	Прошлый труд	Живой труд	Будущий труд	Совокупный труд
1. Стратегический маркетинг и НИОКР	0,20	0,10	99,70	100,00
2. ОТПП	0,85	0,15	99,00	100,00
3. Производство	3,50	0,80	95,70	100,00
4. Сервис (включая строительство гаража и ремонтной базы)	9,40	1,20	89,40	100,00
5. Эксплуатация	77,30	16,60	6,10	100,00
6. Капитальный ремонт	98,60	1,35	0,05	100,00
7. Утилизация	99,95	0,05	0,00	100,00

ты. Будущий труд при наступлении соответствующей стадии раскладывается на прошлый и живой труд.

Для того чтобы лучше понять динамику изменения структуры совокупного труда приведем пример (табл. 3.1).

Анализ данных, приведенных в табл. 3.1, показывает, что доля затрат на маркетинг и НИОКР в совокупных затратах за жизненный цикл автомобиля составляет 0,3% (0,20 + 0,10), на организационно-технологическую подготовку производства — 0,7% (0,85 + 0,15–0,30) и т.д. При расчете долей следует учитывать переход из предыдущей стадии в последующую прошлого и живого труда. Например, на стадии производства из предыдущих стадий в качестве прошлого труда перешел 1% затрат (0,85% прошлого труда из стадии ОТПП плюс 0,15% живого труда, которые для стадии производства являются уже прошлым трудом). Тогда доля прошлого труда на стадии производства равна 3,5% (1% + 3,3% доли цены – 0,8% доли живого труда).

Результаты анализа динамики структуры совокупного труда могут быть использованы для нахождения узких мест ресур-

соемкости товара. Например, по данному объекту массового производства незначительны затраты на маркетинг и НИОКР (0,3% совокупных затрат), что не позволило тщательно отработать показатели качества и ресурсоемкости автомобиля. Вследствие этого затраты на эксплуатацию и ремонт автомобиля примерно в 20 раз больше затрат на его создание (стратегический маркетинг, НИОКР, ОТПП и производство), что 3–5 раз ниже лучших мировых образцов аналогичного класса. Такая картина наблюдается по большинству отечественных изделий машиностроения. Надеемся, что жесткая конкуренция в будущем вынудит отечественных машиностроителей расставлять приоритеты в следующей последовательности:

- 1) повышение качества процессов и продукции;
- 2) экономия ресурсов у потребителя;
- 3) снижение себестоимости продукции.

Чтобы одновременно повышать качество и снижать затраты, нужно применять современные научные подходы и методы (функционально-стоимостный анализ, прогнозирование, моделирование, оптимизация и др.).

Закон конкуренции как объективный процесс «вымывания» с рынка неконкурентоспособных товаров

Закон конкуренции — закон, в соответствии с которым в мире происходит объективный процесс постоянного повышения качества продукции и услуг, снижения их удельной цены. Закон конкуренции отражает процесс «вымывания» с рынка неконкурентоспособной продукции. Автором предлагается следующий механизм действия закона конкуренции (рис. 3.2).

Допустим, однородную продукцию выпускают шесть фирм. Сравнивать продукцию фирм можно по показателю удельной цены ($C_{уд}$), как отношению цены к полезному эффекту, отражающему отдачу потребительских свойств продукции в конкретных условиях. Для товаров со сроком службы до года принимается цена продажи, свыше года — цена продажи плюс затраты на эксплуатацию.

В первое время самой отстающей оказалась фирма 1, у которой самая высокая удельная цена. Поэтому фирма 1 принимает стратегию перехода на вторую модель про-

дукции, с лучшим показателем удельной цены. Аналогично поступили фирмы 2–4, фирма 5 не успела перейти на новую модель, а старую модель потребители не стали покупать, и фирма обанкротилась. Ее место на рынке заняла фирма 7, сразу освоившая конкурентоспособную продукцию. Таким образом, постоянно идет процесс «вымывания» с рынка неконкурентоспособной продукции. Никто никого не заставляет повышать качество своей работы, кроме угрозы банкротства. В соответствии с законом конкуренции в мире происходит объективный процесс повышения качества продукции и снижения ее удельной цены.

Закон конкуренции длительное время может действовать только при наличии разработанного антимонопольного законодательства. В развитых странах введены антитрестовские законы, ограничивающие действия монополистов (например, в США — в 1890 г.). В чем суть антимонопольного законодательства? Оно регламентирует нормы, ограничивающие монополистическую деятельность, устанавливает принципы ведения конкурентной борьбы

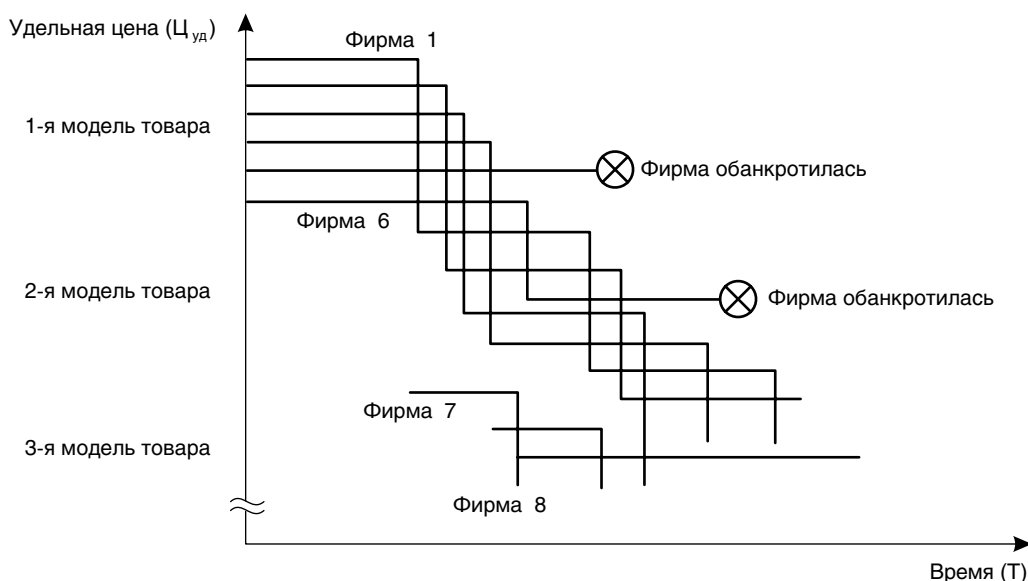


Рис. 3.2. Механизм действия закона конкуренции

на рынке, полномочия государственных органов по надзору за соблюдением соответствующих правовых норм.

Допустим, по данному виду продукции законодательство ограничивает действия шести предприятий: для одного изготовителя — не более 35% общего объема внутреннего рынка по данной продукции, для двух изготовителей — в сумме 45%, для трех — 50% и т. д. Можно выпускать больше продукции, но тогда прибыль от программы свыше этого норматива (допустим, свыше 35%) идет в бюджет. В некоторых странах вводятся два норматива, допустим, первый — 35%, второй — 40%. Тогда прибыль от реализации продукции до 35% от объема рынка идет изготовителю, от 35 до 40% — в бюджет, а свыше 40% — в бюджет идет не только прибыль, но и часть себестоимости продукции. Таков механизм ограничения внутренней монополии (рис. 3.3).

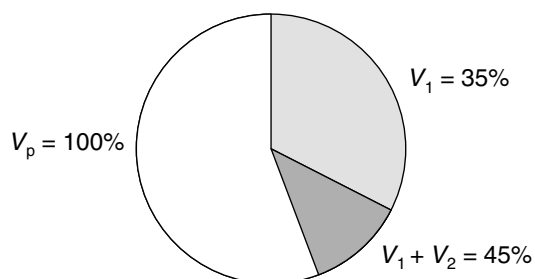


Рис. 3.3. Механизм ограничения рынка по антимонопольному законодательству

V_p — объем рынка;
 V_1 — норматив захвата рынка одним из крупнейших производителей;
 $V_1 + V_2$ — норматив захвата внутреннего рынка двумя производителями

В России основу антимонопольного законодательства составляет Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», который регулирует отношения хозяйствующих субъектов на республиканском и местных товарных рынках. Федеральной антимонопольной службой (ФАС) утверждены Методические рекомендации

по определению границ и объемов товарных рынков. Установленные в соответствии с данными рекомендациями характеристики товарных рынков используются для определения доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке. Со стороны государства принимаются меры по предотвращению доминирующего положения на товарных рынках. ФАС формирует Государственный реестр объединений и предприятий-монополистов.

Сущность законов организации

Впервые основные законы организации сформулировал А. А. Богданов (Малиновский, 1873–1928) в книге «Тектология (Всеобщая организационная наука)», увидевшей свет в 1925 г. В последующие годы опубликованы результаты исследований законов организации ряда ученых (В. Г. Алиев, В. Г. Афанасьев, С. Бир, Н. Винер, В. А. Елисеев, П. М. Керженцев, В. С. Лапшин, Б. З. Мильнер, А. М. Омаров, Э. А. Смирнов, Г. Эмерсон и др.). Ниже излагается сущность законов организации в статике и динамике, в основу которых легли труды перечисленных выше ученых. Первые четыре закона следует условно отнести к законам организации в статике, остальные — в динамике.

Краткие выводы

1. Анализ механизма действия экономических законов рыночных отношений позволит повысить эффективность использования ресурсов, так необходимых для финансирования мероприятий по повышению конкурентоспособности различных объектов.

2. Методологически неверно закон экономики времени рассматривать без категории *будущий труд*, так он описывается в экономической литературе. В этом случае экономические процессы по воспроизводству товаров рассматриваются в статике (по определенной структуре затрат) и без затрат в сферах сервиса потребителей и потребе-

ния товаров, по цепочке: деньги → покупка средств производства → производство товара → продажа → деньги со штрихом или прибылью → возврат к первому звену.

Научные подходы к управлению объектами в конкурентоспособной экономике

Роль научных подходов в повышении конкурентоспособности

Научные подходы являются инструментами конкурентоспособной экономики. В учебниках автора рассматриваются следующие научные подходы:

- системный;
- комплексный;
- стратегический;
- динамический;
- воспроизводственно-эволюционный;
- инновационный;
- функциональный;
- стандартизационный;
- ситуационный (многовариантный);
- интеграционный;
- кластерный;
- логический;
- виртуальный;
- глобальный;
- маркетинговый;
- эксклюзивный;
- процессный;
- структурный;
- матричный;
- нормативный;
- оптимизационный;
- директивный (административный);
- поведенческий;
- деловой.

Процессный подход был рассмотрен в разд. 1. Маркетинговый подход изложен в разд. 5.

Логический подход. В связи с бурным развитием новых информационных техно-

логий в последние годы в вузах наблюдается усиление внимания к логике как к науке о мышлении. Ниже приводятся принципы диалектической и формальной логики, являющиеся основой логического подхода к выполнению работы. К методологическим принципам диалектической логики относятся:

- 1) принцип объективности рассмотрения объекта;
- 2) принцип всесторонности рассмотрения объекта;
- 3) принцип историзма.

Принцип объективности рассмотрения вытекает из материалистического решения основного вопроса философии, т. е. из мировоззренческого принципа первичности материального и вторичности идеального. Он требует при исследовании всякого объекта исходить из него самого, а не из нашего мнения о нем.

Первым следствием принципа объективности рассмотрения является требование не идти от вторичных явлений к их причинам, а, наоборот, исходя из первичных явлений, из причин выявлять все возможные следствия. Вторым следствием принципа объективности является принцип конкретности, требующий при изучении объекта исходить из его особенностей, специфических условий его существования, а принципы и методы исследования объекта использовать лишь в качестве ориентиров, направляющих познание на выявление его внутренней природы.

Принцип всесторонности рассмотрения — требование рассматривать объект во всех его связях и отношениях — следует из мировоззренческого принципа всеобщей связи. Этот принцип вытекает из мировоззренческого принципа всеобщей связи. В самом деле, если предмет представляет собой единство взаимосвязанных сторон, свойств и т. д., если он находится в многочисленных связях с другими предметами, то, чтобы познать предмет, необходимо стремиться охватить все эти связи и отношения.

Еще один важный принцип диалектической логики — *принцип историзма*, который требует рассматривать объект в его развитии, самодвижении, изменении, т. е. изучать его возникновение, переходы от одних стадий развития к другим вплоть до настоящего времени, с тем чтобы предсказать его будущее состояние. Принцип историзма является следствием мировоззренческого принципа всеобщего развития. Действительно, если все в мире находится в движении, изменении, то для того чтобы познать то или иное явление, нужно изучить процесс его изменения, его развитие.

К методологическим принципам формальной логики относят:

- 1) принцип тождества;
- 2) принцип непротиворечия;
- 3) принцип исключенного третьего;
- 4) принцип достаточного обоснования.

Креативный подход. Применение креативного подхода предполагает творческое, новаторское, инновационное, нестандартное мышление и действие в любой среде деятельности, но в рамках законодательства и установленных правил.

Стратегический подход. Применение стратегического подхода предполагает проведение *системного анализа* объекта и его внешней среды, *прогнозирование* с изменением стратегической информации будущих ситуаций, *разработку нормативов стратегической конкурентоспособности объектов на их входе*.

Глобальный подход. Развитие новых информационных технологий на основе электронной связи позволило значительно упростить международную интеграцию и кооперацию. Скорость заключения контрактов и осуществления сделок резко возросла. Современные коммуникации способствуют динамичному и эффективному развитию бизнеса, так как становятся реальностью конкурентные преимущества в любой точке Земли. Сущность *глобального подхода* заключается в том, что при формулировании и решении большинства проблем обеспе-

чения конкурентоспособности крупных объектов точка обзора мысленно должна быть над глобальной системой, а не на уровне, где находится анализируемый объект. По сути, обзор должен отвечать требованиям системности, логичности, комплексности в рамках мирового сообщества.

Глобальный подход в настоящее время применяется при решении вопросов международной стандартизации, метрологии и сертификации, информационного обеспечения управления различными объектами, выполнении финансовых операций, создании, функционировании и развитии меж- и транснациональных корпораций, компаний и фирм и т. д. Трудно представить, чтобы международные организации (а их около 100) игнорировали глобальный подход.

Виртуальный подход. Сущность виртуального подхода заключается в применении Интернета, сотовой связи и других средств электронной связи с целью формирования виртуальных организационных структур, получения, обработки, использования и передачи информации для удовлетворения соответствующих потребностей при возможности действовать на местном уровне, а конкурировать в глобальном масштабе без прямых контактов с клиентами и партнерами, виртуально преодолевая огромные расстояния.

На основе виртуального подхода в настоящее время создаются виртуальные организации, осуществляется множество сделок и т. д. Отличительными чертами *виртуальных организаций* являются:

- непостоянный характер функционирования;
- осуществление связей управляющих действий на основе интегрированных и локальных информационных систем и телекоммуникаций;
- взаимоотношения со всеми партнерскими и другими заинтересованными организациями через серию соглашений, договоров и взаимное владение;
- образование временных альянсов, организаций в смежных областях деятельности;

- частичная интеграция в материнскую компанию и сохранение отношений собственности до тех пор, пока это считается выгодным;

- договорные отношения работников с администрацией во всех звеньях.

Виртуальная организация является преимущественно совместной собственностью и стратегическим альянсом, связывающим воедино специфические цели и скоординированные усилия партнеров. Основная цель виртуальной организации — объединение ключевых технологий и компетенций для удовлетворения возникшей потребности на рынке.

К *принципам* создания и функционирования виртуальных организаций относятся:

- упразднение отношений преимущественного подчинения;
- формирование центров индивидуальной выгоды;
- географическая рассредоточенность участников;
- использование информационных технологий и телекоммуникационных процессов;
- совместная собственность и меняющиеся альянсы;
- объединение ключевых технологий и структур;
- ускоренное производство и обслуживание;
- совместная работа заказчиков и поставщиков, руководителей и исполнителей, государственных органов.

Эксклюзивный подход. Сущность *эксклюзивного подхода* к управлению конкурентоспособностью заключается в приобретении субъектом управления исключительного права на пользование по своему усмотрению новшеством в любой области деятельности или конкурентным преимуществом. Чтобы в меньшей мере зависеть от конкурентов, иметь перед ними дополнительные преимущества, каждый субъект управления должен иметь что-то свое (новшество, бренд, устойчивое конкурентное

преимущество и т.п.) и редко делиться этим приобретением.

Наиболее характерными объектами для реализации эксклюзивного подхода, приобретения исключительного права являются: конкурентоспособный персонал, патент, торговая марка, новые информационные технологии, прогрессивное технологическое оборудование, ноу-хау и др. Для сохранения на рынке монопольного положения в какой-либо сфере деятельности субъекту управления иногда бывает выгодно не патентовать новое изобретение, не продавать ноу-хау и т.д. Авторы крупных информационных и технических открытий в мировом глобальном масштабе, как правило, длительное время являются монополистами и получают высокую прибыль. Поэтому руководители различных уровней управления, специалисты и рабочие должны стремиться всегда иметь что-то эксклюзивное (хорошо, когда «что-то» — существенное). Если эксклюзивное не получено по наследству (талант, капитал и т.д.), его надо приобретать упорным трудом. Надо учиться применять современные научные подходы, методы и технологии управления различными объектами.

Структурный подход. *Структурный подход* к проблемам управления — это определение значимости, приоритетов среди факторов, методов, принципов и других инструментов в их совокупности с целью установления рациональности соотношения и повышения обоснованности распределения ресурсов. Разновидностью структурного подхода, точнее определяющего важность факторов в их совокупности, является более сложный *метод ранжирования*, который подробно описан в специальной литературе. Приведем примеры применения структурного подхода.

Соотношение стратегических, тактических и оперативных задач в структуре рабочего дня менеджера высшего звена (руководителя фирмы и его заместителей) рекомендуется принимать равным 5: 2: 3, а в структу-

ре менеджера низшего звена — 1: 2: 7, т. е. руководители должны больше заниматься разработкой стратегических задач, а мастера — их исполнением.

Значимость факторов достижения конкурентоспособности товара — качества, цены, качества сервиса, затрат у потребителя — должна быть примерно следующей: 4: 3: 2: 1, т. е. в распределении ресурсов при формировании стратегий приоритет должен быть отдан обеспечению качества товаров. Прежде чем применить структурный подход, рекомендуется провести структуризацию проблемы, например, построить дерево показателей конкурентоспособности товара.

Матричный подход. Применение *матричного подхода* предполагает *построение матриц* со специфическими функциями управления, видами деятельности, организационными структурами и т. д. (*по вертикали*) и процессами, факторами, стадиями и т. д. (*по горизонтали*).

Нормативный подход. Сущность *нормативного подхода* заключается в установлении нормативов управления по всем подсистемам СПКО. Нормативы должны устанавливаться по важнейшим элементам подсистем: целевой, обеспечивающей, управляемой и управляющей. Эти нормативы должны отвечать требованиям комплексности, эффективности, обоснованности и перспективности применения по масштабу и во времени.

Нормативами функционирования компонентов внешней среды СПКО фирма не управляет, но она должна иметь банк этих нормативов, строго соблюдать (особенно правовые и экологические нормативы) и принимать участие в развитии системы нормативов внешней среды фирмы. Чем больше удельный вес обоснованных и количественно выраженных нормативов по СПКО, тем выше будет ее организованность, уровень автоматизации стратегического планирования и регулирования на всех звеньях управления.

Оптимизационный подход. Сущность *оптимизационного подхода* к управлению за-

ключается в переходе от качественных оценок к количественным при помощи методов исследования операций, инженерных расчетов, статистических методов, экспертных оценок и др. Лучше сегодня потратить единицу валюты на прогнозирование и оптимизацию эффективности управленческого решения, чем завтра потерять тысячи, исходя из пропорции: 1: 10: 100: 1000, где 1 — денежная единица, условно «сэкономленная» на стадии стратегического маркетинга путем игнорирования методов оптимизации; 10, 100 и 1000 — потери соответственно на стадиях НИОКР, производства, в сфере потребления из-за материализации необоснованных нормативов конкурентоспособности.

Оптимизационный подход реализуется также путем установления зависимостей между технико-организационными и экономическими показателями, изучения механизмов действия закона масштаба и закона экономии времени, закона экономической взаимосвязи затрат в сферах производства и потребления, зависимостей между показателями качества товара и затратами в сфере его производства и др.

Директивный (административный) подход. Сущность *директивного подхода* заключается в регламентации функций, прав, обязанностей, нормативов качества, затрат, продолжительности, элементов системы менеджмента в нормативных актах (приказы, распоряжения, указания, стандарты, инструкции, планы, программы, положения, методики и т. п.). В основе директивного подхода лежат методы принуждения, которые опираются на систему:

- 1) законодательных актов страны и региона;
- 2) нормативно-директивных и методических (обязательных к применению) документов фирмы и вышестоящей организации;
- 3) планов, программ, заданий;
- 4) оперативного руководства (власти), граничащую с психологическими аспектами.

Поведенческий подход. Цель *поведенческого подхода* состоит в оказании работ-

нику помощи в осознании его возможностей, творческих способностей на основе применения концепций поведенческих наук к построению и управлению фирмой. Основной задачей этого подхода является повышение эффективности фирмы за счет повышения эффективности ее человеческих ресурсов. Правильное применение науки о поведении всегда будет способствовать повышению эффективности как отдельного работника, так и фирмы в целом.

Чтобы эффективно двигаться навстречу цели, руководитель должен координировать работу и принуждать, побуждать и убеждать людей выполнять ее. Руководители воплощают свои решения в дела, применяя на практике различные методы управления и принципы стимулирования. Стимулирование — это процесс внешнего побуждения работников к деятельности для достижения целей фирмы и личных целей. Внутреннее побуждение — это мотивация.

Деловой подход. *Деловой подход* — очень широкое понятие, определяющее качество, эффективность и перспективность деятельности человека, его культуру, профессионализм. Применение делового подхода основано на знании предыдущих научных подходов и учета культурно-психологических характеристик личности, обязательность и другие особенности.

Полнота и глубина практического применения делового подхода при разработке управленческого решения определяется объективными (для лица, принимающего или выполняющего решения) и субъективными факторами. Поскольку деловой подход к решению любых проблем применяет только человек или группа людей, полнота и глубина его применения (соблюдения) будет определяться внешней средой и человеком (группой).

К *объективным факторам*, определяющим полноту и глубину применения делового подхода, относятся:

- конкурентоспособность внешней среды (для региона — это страна; для органи-

зации — страна, регион и отрасль; для специалиста — организация, система образования и т. д.);

- сила конкуренции на данном рынке (рынке труда, товаров, технологий и т. д.);

- качество систем управления на всех уровнях иерархии;

- качество информационных связей (через Интернет и т. д.) организации или физического лица с поставщиками и потребителями;

- качество правового и методического обеспечения процесса разработки и реализации управленческого решения;

- система учета, контроля и мотивации качественного решения;

- система ценностей, организационная культура и миссия организации;

- национальные особенности и менталитет и др.

Будем считать, что специалист и исполнитель не могут оказывать влияние на перечисленные факторы, поэтому они отнесены к объективным факторам. Руководитель организации может оказывать влияние на некоторые перечисленные факторы. В целом качество перечисленных факторов определяется государством.

К *субъективным факторам*, определяющим полноту и глубину применения делового подхода к управлению, относятся:

- уровень культуры и национальные традиции;

- системность и логичность мышления человека;

- деловые качества работника;

- уровень автоматизации информационного обеспечения и организации управления;

- система мотивации и ответственности;

- темперамент человека (для руководителя, принимающего человека на работу, — это субъективный фактор, а для самого конкретного человека — объективный);

- характер человека;

- способности человека;

- целенаправленность личности;
- эмоциональность человека и др.¹

В заключение приведем некоторые рекомендации по реализации на практике делового подхода к управлению.

В 1912 г. российскими предпринимателями были приняты семь принципов ведения дел:

- 1) уважай власть;
- 2) будь честен и правдив;
- 3) уважай право частной собственности;
- 4) люби и уважай человека;
- 5) будь верен своему слову;
- 6) живи по средствам;
- 7) будь целеустремленным.

Позже эти принципы Н. Макнайер дополнил еще тремя: оказывая уважение старшим; уделяя время отдыху и размышлениям о своей жизни; будь постоянен в сексуальных отношениях. Перечисленные десять принципов предлагаю дополнить еще тремя:

- стремись быть конкурентоспособным, поддерживай и развивай свои конкурентные преимущества, постоянно работай над собой, думай;
- соблюдай всюду и всегда закон, придерживайся общепринятых норм поведения;
- стремись выполнять программу трех «З» (здоровье, знания, забота о близких).

Мы завершили рассмотрение сущности 20 научных подходов как инструментов конкурентоспособной экономики. В таком количестве они предложены впервые. Необходимость их применения вызвана суперсложностью системы обеспечения конкурентоспособности различных объектов. Эти подходы не дублируют, а дополняют друг друга. Некоторые из них применяются в разных сферах деятельности. Впервые в учебнике обоснованы правила применения системного подхода, рассмотрены воспроизводственно-

эволюционный, виртуальный, стандартизационный, интеграционный, инновационный, эксклюзивный, структурный, нормативный и деловой подходы.

Системный подход, правила его применения

Системный подход в современной интерпретации (наряду с методами исследования операций, функционально-стоимостным анализом и др.) является для экономики изобретением XX в., позволяющим повысить организованность, качество и эффективность управляемых объектов. Однако в экономике из-за сложности он применяется редко. Системный подход — это философия управления, метод выживания на рынке, метод превращения сложного в простое, восхождения от абстрактного к конкретному.

Характерными чертами развития социально-экономических систем являются:

- интеграция научных знаний, рост числа междисциплинарных проблем; комплексность проблем и необходимость их изучения в единстве технических, экономических, социальных, психологических, управленческих и других аспектов;
- усложнение решаемых проблем и объектов;
- рост числа связей между объектами;
- динамичность изменяющихся ситуаций;
- дефицитность ресурсов;
- повышение уровня стандартизации и автоматизации элементов производственных и управленческих процессов;
- глобализация конкуренции, производства, кооперации, стандартизации и т. д.;
- усиление роли человеческого фактора в управлении и др.

Перечисленные черты вызывают неизбежность применения системного подхода, поскольку только на его основе можно обеспечить качество управленческого решения.

¹ Подробнее эти факторы рассмотрены: *Фатхутдинов Р. А. Производственный менеджмент: Учебник, 6-е изд. СПб.: Питер, 2008.*

Системный подход — методология исследования объектов как систем. Система состоит из двух составляющих. Первичное внешнее окружение включает вход и выход системы, связь с внешней средой, обратную связь (взгляд вовнутрь). Вторичная внутренняя структура — совокупность взаимосвязанных компонентов, обеспечивающих процесс воздействия субъекта управления на объект, переработку входа в выход и достижение целей системы (взгляд изнутри). Основные термины и понятия, связанные с системным подходом, приведены в табл. 3.2.

Взаимосвязи информации, организации и процесса управления как элементов сущности управления, классификация систем (объектов) и свойства социально-экономических систем рассмотрены в учебнике «Управленческие решения».

Правила применения системного подхода

на примере в основном организации как объекта социально-экономической системы (разработаны автором)

Правило 1. Не компоненты сами по себе составляют суть целого (системы), а наоборот, *целое как первичное* порождает при своем членении или формировании компоненты системы.

Правило 2. Сумма свойств (параметров) системы не равна сумме свойств ее компонентов, а из свойств системы нельзя вывести свойства ее компонентов (свойство неаддитивности системы).

Правило 3. Количество компонентов объектов системы, определяющих ее размер, должно быть минимальным, но достаточным для реализации целей системы.

Правило 4. Для упрощения структуры системы следует сокращать количество уровней управления, число связей между компонентами объекта системы и параметров модели управления, автоматизировать процессы производства и управления.

Правило 5. Структура системы должна быть гибкой, с наименьшим числом жестких связей, способной быстро перенастраиваться на выполнение новых задач, оказание новых услуг и т. п. Мобильность системы является одним из условий быстрого приспособления ее к требованиям рынка.

Правило 6. Структура системы должна быть такой, чтобы изменения в вертикальных связях компонентов системы оказывали минимальное влияние на функционирование системы. Для этого следует обосновывать уровень делегирования полномочий субъектами управления, обеспечивать оптимальную самостоятельность и независимость объектов управления в социально-экономических и производственных системах.

Правило 7. Горизонтальная обособленность системы, т. е. число горизонтальных связей между компонентами одного уровня системы должно быть минимальным, но достаточным для нормального функционирования системы. Уменьшение числа связей ведет к повышению устойчивости и оперативности функционирования системы. Вместе с тем установление горизонтальных связей позволяет реализовывать неформальные отношения, способствует передаче знаний и навыков, обеспечивает координацию действий компонентов одного уровня по выполнению целей системы.

Правило 8. Изучение иерархичности системы и процесс ее структуризации следует начинать с определения систем вышестоящего уровня (кому подчиняется или куда входит данная система) и установления ее связей с этими системами.

При структуризации системы следует пользоваться методами анализа и синтеза. Сначала один человек (группа) строит структуру системы (анализирует, определяет внутрисистемную иерархичность), устраняет связи между компонентами и набор с названиями компонентов передает другому человеку (группе) для сборки системы (синтеза). Если результаты анализа и синте-

Таблица 3.2

Основные термины и понятия в области системного подхода

Термины и понятия	Сущность термина и понятия применительно к социально-экономическим системам. Дополнения к ранее сформулированному определению
Система	Например, социально-экономическая система — это единство объекта (организации) и его связей с внешней средой. Объект как совокупность взаимосвязанных компонентов должен рассматриваться на следующем уровне абстракции (анализа) как подсистема социально-экономической системы (СЭС)
Системный анализ	Анализ на основе всестороннего изучения ее свойств с применением научных подходов для выявления слабых и сильных сторон системы, ее возможностей и угроз, формирования стратегии функционирования и развития. Порядок (очередность) системного анализа СЭС: 1) анализ своей миссии, возможностей; 2) прогнозирование параметров рынка потребителей и тенденций их развития на год выхода на рынок со своим товаром (t_b); 3) прогнозирование параметров внешней среды (глобальной системы, макросреды и т. д.) и тенденций их развития на год t_b ; 4) прогнозирование параметров рынка поставщиков (вход системы) и тенденций их развития на год t_b ; 5) разработка предложений по формированию стратегий развития отдельных направлений в структуре и процессах в объекте на длительный период
Структура системы	Совокупность компонентов системы, находящихся в определенной упорядоченности и сочетающих локальные цели для наилучшего достижения главной (глобальной) цели системы. Число компонентов системы и их связей должно быть минимальным, но достаточным для выполнения главной цели системы
Содержание системы	Вещественный субстрат системы, совокупность людей, средств производства и предметов труда
Связи (в системе и с внешней средой)	Информационные и документальные потоки в системе между ее компонентами для принятия и координации выполнения управленческого решения. Информация должна быть необходимого объема и качества, в нужном месте и в нужное время
Вход системы	Компоненты, поступающие в систему, — сырье, материалы, комплектующие изделия, различные виды энергии, новое оборудование, кадры, документы, информация и т. п.
Энергия системы	Люди и орудия труда, новшества, внутренняя информация. Управление должно быть направлено на рациональное использование энергии
Вещество системы	Предметы труда — все, что проходит обработку в системе
Выход системы	Выпускаемый системой в соответствии с планом товар (продукция, услуги, новшества и т. п.)
Цель системы	Конечное состояние системы или ее выхода, к которому она стремится в силу своей структурной организации. Целью, например, производственной системы может быть получение добавленной стоимости путем выпуска конкурентоспособных товаров для потребителей
Внешняя среда системы	Компоненты глобальной системы, макросреды (страны), инфраструктуры региона, в котором находится система, и микросреды системы, с которыми она имеет прямые или косвенные связи. Компоненты входа-выхода системы относятся не к внешней среде, а к ближнему окружению

Продолжение табл. 3.2

Термины и понятия	Сущность термина и понятия применительно к социально-экономическим системам. Дополнения к ранее сформулированному определению
Обратная связь	Требования, рекламации потребителей, предложения потребителей по внедрению новшеств и другая информация, поступающая из сферы потребления изготовителю либо непосредственно к поставщикам входа системы
Способ принятия управленческого решения	Способ выбора методов сбора и обработки информации, формы мотивации в сочетании с методом принятия решения. Определяет скорость и качество принятия решения
Организация управления	Нахождение оптимального сочетания энергии и вещества системы в пространстве и во времени, принятие, документальное оформление, контроль и координация выполнения решения
Коррелятор организации управления	Оператор накопления информации, контроля и регулирования параметров функционирования системы. Чем точнее информация отражает структуру системы и процессы в ней, тем выше уровень ее организованности
Информация	Исходные данные; необходимое отраженное разнообразие. Необходимое — степень описания системы. Отраженное — отражающее содержание, структуру, связи и способ принятия решения
Аппарат сравнения	Элемент системы, обеспечивающий контроль за ее функционированием в пределах установленных параметров. Служит основой построения программы функционирования и определяет правомерность совершаемого действия или процесса и его экономичность
Отношения в системе	Взаимосвязь между компонентами системы, обусловленная выполнением главной цели. Рациональное построение памяти системы как способности хранить информацию обеспечивает минимальные затраты на принятие решений
Построение	Определение числа компонентов системы, необходимого для нормального функционирования по достижению ее целей, структуризация компонентов по уровням иерархии (анализ) и установление между ними связей. Правильность структуризации проверяется синтезом или сложением компонентов, начинающихся с нижнего уровня иерархии
Функционирование системы	Организация взаимодействия энергии и вещества системы по достижению запланированных целей, координация, учет и контроль, мотивация и регулирование взаимодействия компонентов системы
Развитие системы	Процесс совершенствования системы на основе изучения механизма конкуренции, законов воспроизводства, развития потребностей, экономии времени и др., обеспечивающий выживание системы
Активаторы системы	Операторы или факторы позитивного действия на систему (например, конкурентное преимущество), которые следует поддерживать или усиливать
Дезактиваторы системы	Операторы или факторы негативного действия на систему (например, угрозы), приводящие в итоге к ее разрушению
Поведение системы	Способ взаимодействия системы с внешней средой и упорядочение связей в структуре системы для достижения ее целей. Изучение механизмов действия объективных экономических законов, законов организации, научных подходов к управлению и применение их к изучению свойств системы являются предпосылкой ее оптимального или разумного поведения

Окончание табл. 3.2

Термины и понятия	Сущность термина и понятия применительно к социально-экономическим системам. Дополнения к ранее сформулированному определению
Противоречия в системе	Действия компонентов системы с противоположными целями или функциями. Снижение противоречий способствует нормальному функционированию системы и ее развитию
Вмешательство	Способ воздействия субъекта (более высокого уровня) управления на объект, способ регулирования производственных или управленческих процессов при существенных отклонениях от нормативов управления
Обучение системы	Процесс накопления знаний и развития навыков в принятии рациональных управленческих решений

за совпадут, т. е. после сборки системы не останется лишних компонентов, а система функционирует, то можно считать, что анализ и синтез выполнены правильно, структуризация системы проведена. Направления анализа и синтеза структуры системы показаны на рис. 3.4.

Правило 9. В силу сложности и множественности описания системы не следует пытаться познать все ее свойства и параметры. Всему должен быть разумный предел, оптимальная граница.

Правило 10. При установлении взаимосвязей и взаимодействия объекта системы с внешней средой следует строить «черный ящик» и формулировать сначала параметры выхода, затем определять воздействие факторов макро-, мезо- и микросреды, требования к входу, каналы обратной связи и в последнюю очередь проектировать параметры процесса в системе.

Для иллюстрации этого правила представим систему как «черный ящик» с внешним окружением (рис. 3.5), пронумеруем очередность анализа.

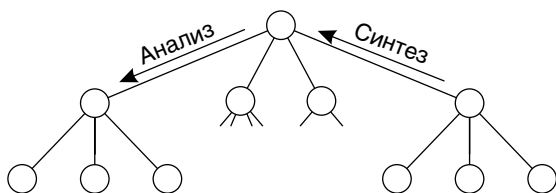


Рис. 3.4. Направление анализа и синтеза структуры системы

Почему следует соблюдать представленную на рис. 3.5 очередность анализа элементов системы? Для стратегической экономики средств и времени. Разъясним, за счет чего она достигается.

На практике (особенно в условиях отсутствия конкуренции) при определении стратегии функционирования и развития, например, фирмы исходят из своих текущих возможностей, т. е. определяют научно-производственный потенциал, изучают уровни квалификации персонала. Затем разрабатываются меры по повышению эффективности деятельности фирмы. К чему приводит такой подход? К тому, что, затратив огромные средства на обновление технологий и оборудования, совершенствование организации производства и труда, фирма обнаруживает через несколько лет (период обновления производства), что та продукция, на которую были направлены ее средства и усилия, уже никому не нужна.

Правило 11. Число связей объекта системы с внешней средой должно быть минимальным, но достаточным для нормального функционирования системы. Чрезмерный рост числа связей усложняет управляемость системы, а их недостаточность снижает качество управления. При этом должна быть обеспечена необходимая самостоятельность компонентов системы. Для обеспечения мобильности и адаптивности системы она должна иметь возможность быстрого изменения своей структуры.

Правило 12. В условиях развития глобальной конкуренции и международной интеграции следует стремиться к росту степени открытости системы при условии обеспечения ее экономической, технической, информационной, правовой безопасности.

Правило 13. Для построения, функционирования и развития системы в условиях расширения международной интеграции и кооперирования следует достигать ее совместимости с другими системами по правовому, информационному, научно-методическому и ресурсному обеспечению на основе страновой и международной стандартизации. В настоящее время введены в действие международные стандарты по системам мер и измерений, системам качества, сертификации, аудиту, финансовой отчетности и статистике и др.

Правило 14. Для определения стратегии функционирования и развития системы следует строить дерево целей.

Правило 15. Для повышения обоснованности инвестиций в инновационные и другие проекты следует изучать доминантные (преобладающие, наиболее сильные) и речиссивные признаки системы и вкладывать средства в развитие первых, наиболее эффективных.

Правило 16. Из всех целей первого уровня, перечисленных в правиле 14, приоритет следует отдавать качеству любых объектов управления как основе удовлетворения требований рынка, экономии ресурсов в глобальном масштабе, обеспечения безопасности, повышения качества жизни населения.

Правило 17. При формировании миссии и целей системы следует отдавать приоритет интересам системы более высокого уровня как гарантии решения глобальных проблем.

Правило 18. Из всех показателей качества систем приоритет следует отдавать их на-

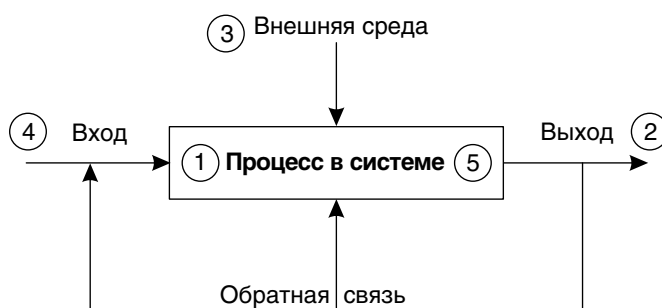


Рис. 3.5. Очередность анализа внешнего окружения системы и ее внутренней структуры

дежности как совокупности проявляющихся свойств безотказности, долговечности, ремонтпригодности и сохраняемости.

Правило 19. Эффективность и перспективность системы достигается оптимизацией ее целей, структуры, системы менеджмента и других параметров. Поэтому стратегию функционирования и развития системы следует формировать на основе оптимизационных моделей.

Правило 20. При формулировании целей системы следует учитывать неопределенность информационного обеспечения. Вероятностный характер ситуаций и информации на стадии прогнозирования целей снижает реальную эффективность инноваций.

Правило 21. При построении дерева целей и формулировании стратегии системы следует помнить, что цели системы и ее компонентов в смысловом и количественном значениях, как правило, не совпадают. Однако все компоненты должны выполнять конкретную задачу по достижению цели системы. Если без какого-либо компонента можно достичь цели системы, значит, этот компонент лишний, надуманный или это результат некачественной структуризации системы. Это проявление свойства эмерджентности системы.

Правило 22. При построении дерева целей системы и оптимизации ее функционирования следует изучать проявление свойства ее мультипликативности. Например,

безотказность системы определяется не сложением, а умножением коэффициентов безотказности ее компонентов.

Правило 23. При построении структуры системы и организации ее функционирования следует учитывать, что все процессы непрерывны и взаимообусловлены. Система функционирует и развивается на основе противоречий, конкуренции, многообразия форм функционирования и развития, способности системы к обучению. Система существует, пока функционирует.

Правило 24. При формировании стратегии системы следует обеспечивать альтернативность путей ее функционирования и развития на основе прогнозирования различных ситуаций. Наиболее непредсказуемые фрагменты стратегии следует планировать по нескольким вариантам, учитывающим различные ситуации.

Правило 25. При организации функционирования системы следует учитывать, что ее эффективность не равна сумме эффективностей функционирования подсистем (компонентов). При взаимодействии компонентов возникает положительный (дополнительный) или отрицательный эффект синергии. Для получения положительного эффекта синергии необходимо иметь высокий уровень организованности системы.

Правило 26. Для снижения инерционности функционирования системы, т. е. увеличения скорости изменения выходных параметров при изменении входных параметров или параметров функционирования системы, следует ориентировать производство на интегрированные автоматизированные модули и системы, обеспечивающие мобильность производства и быстрое реагирование на изменения.

Правило 27. В условиях быстро меняющихся параметров внешней среды система должна быть способной оперативно адаптироваться к этим изменениям. Важнейшими инструментами повышения адаптивности функционирования системы являются стра-

тегическая сегментация рынка и проектирование товаров и технологий на принципах стандартизации и агрегирования.

Правило 28. Для повышения эффективности функционирования системы следует анализировать и прогнозировать параметры ее организованности: показатели пропорциональности, параллельности, непрерывности, прямооточности, ритмичности и др., обеспечивать их оптимальный уровень.

Правило 29. Структура и содержание системы формируются на идеях и принципах стандартизации, без соблюдения которых она не может функционировать. Глобальная конкуренция повышает удельный вес стандартизованных систем и их компонентов, особенно в международном масштабе.

Правило 30. Единственным путем развития организационно-экономических и производственных систем является инновационный. Внедрение новшеств (в форме патентов, ноу-хау, результатов НИОКР и т. д.) в области новых товаров, технологий, методов организации производства, менеджмента и др. служит фактором развития общества.

Комплексный подход

При применении комплексного междисциплинарного подхода должны учитываться технические, экологические, экономические, организационные, социальные, психологические, а при необходимости и другие (например, политические, демографические) аспекты управления в их взаимосвязи. Если упустить один из обязательных аспектов управления, то проблема не будет полностью решена. К сожалению, на практике не всегда соблюдается это требование. Так, при строительстве новых предприятий социальные вопросы иногда откладываются «на потом», из-за чего объект либо совсем не вводится, либо используется частично. При проектировании новых орудий труда показателям экологичности и эргономичности иногда уделяется второстепенное внимание, поэтому они сразу становятся некон-

курентоспособными. При формировании новых или реорганизации старых структур не всегда учитываются социальные и психологические аспекты. Эффективность инвестиционных проектов будет мизерной либо отрицательной, если при блестящем решении, например, технических проблем будут упущены другие аспекты управления. Схема применения комплексного подхода к управлению показана на рис. 3.6.



Рис. 3.6. Применение комплексного подхода к управлению

Воспроизводственно-эволюционный подход

Этот подход ориентирован на постоянное возобновление производства объекта для удовлетворения потребностей конкретного рынка с меньшими (по сравнению с лучшим аналогичным объектом на данном рынке) совокупными затратами на единицу полезного эффекта. Каждая новая модель должна быть лучше заменяемой.

Элементами *воспроизводственно-эволюционного подхода* являются:

1) применение опережающей базы сравнения при планировании частных показателей конкурентоспособности (качества и ресурсоемкости) обновляемого объекта, базы, отвечающей достижениям научно-технического прогресса в данной области на момент приобретения объекта потребителем, базы, удовлетворяющей требованиям потребителей не к моменту планирования или разработки объекта, а к моменту приобретения объекта потребителем;

2) трактовка закона всеобщей экономии времени как экономии суммы прошлого, живого и будущего труда за жизненный цикл объекта на единицу его полезного эффекта;

3) рассмотрение во взаимосвязи воспроизводственного цикла выпускаемой, проектируемой и перспективной моделей объекта в координатах времени и программы выпуска;

4) обеспечение по возможности пропорционального развития элементов внешней среды СПКО (макро-, мезо- и микроконкурентоспособности).

Рассмотрим подробнее элементы воспроизводственного подхода к инновационной деятельности фирмы, формированию портфеля новшеств и инноваций.

Применение *опережающей базы сравнения* при планировании новшеств базируется на следующих альтернативных подходах:

а) база сравнения — показатели лучшего образца конкурентов на данном рынке в текущий момент;

б) база сравнения — показатели лучшего образца конкурентов, скорректированные к началу освоения нового образца товара фирмы;

в) опережающая база сравнения.

Процесс прогнозирования стратегии повышения качества товара требует проведения маркетинговых исследований с целью определения отставания товара фир-

мы от товаров конкурентов на данном рынке по важнейшим параметрам качества и ресурсоемкости (рис. 3.7). Из рисунка видно, что выпускаемый образец в текущем году t в точке А имеет параметр качества, равный Π_1 , лучший образец конкурентов в точке Б — Π_2 . Значит, в году t отставание выпускаемого образца от лучшего составляет $\Pi_2 - \Pi_1$. Однако лучший образец проектировался примерно в году $t - 2$, поэтому его параметры уже отстают от лучших мировых достижений в данной области, зафиксированных в изобретениях, патентах, научных отчетах и других источниках (точка В на рис. 3.7). Еще нужно время для реализации плановых параметров будущего товара в конструкторской, технологической документации, для его изготовления и внедрения у потребителя.

При ориентации стратегии повышения качества товара на лучший образец конкурентов к моменту внедрения нового образца у потребителя ($t + 2$) отставание от лучших достижений (тенденций научно-технического прогресса) составит $\Pi_4 - \Pi_2$. Поэтому ориентация плановых показателей нового образца на показатели лучшего образца на данном рынке не обеспечит конкурентоспособности нового образца. Будет только частичное улучшение выпускаемого образца. Эта стратегия приемлема при достаточно высоком имидже фирмы или товара, существовании крайней необходимости улучшения каких-либо показателей качества товара и, конечно, при ограниченности ресурсов на повышение качества товара.

Некоторые фирмы стратегию повышения качества товара ориентируют на тенденции

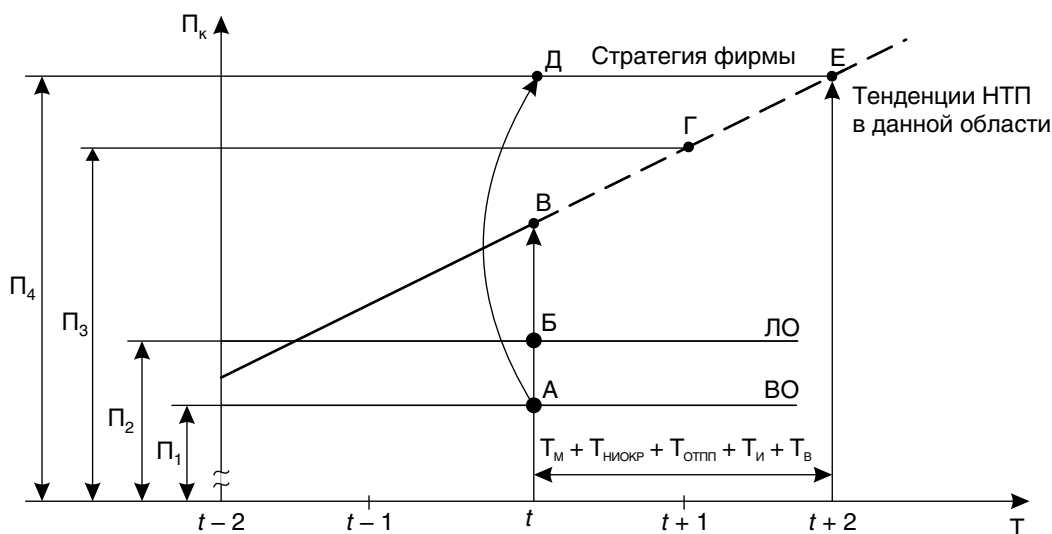


Рис. 3.7. Выбор базы сравнения при прогнозировании стратегии повышения конкурентоспособности товара:

ВО — выпускаемый образец товара фирмы; ЛО — лучший образец конкурентов на данном рынке; Π_1 — показатель качества или другого фактора конкурентоспособности выпускаемого образца, Π_2 — показатель качества лучшего образца конкурентов; Π_3 — показатель лучшего образца, скорректированного к началу освоения нового образца; Π_4 — показатель качества нового образца товара фирмы на данном рынке в соответствии со стратегической сегментацией и прогнозированием; $T_m + T_{\text{НИОКР}} + T_{\text{ОТПП}} + T_{\text{И}} + T_{\text{В}}$ — продолжительность соответственно стратегического маркетинга, научных исследований и опытно-конструкторских работ, организационно-технологической подготовки производства, изготовления нового образца товара и внедрения его у потребителя (этот период отдельно можно не учитывать)

научно-технического прогресса в данной области на начало освоения нового образца в серийном производстве (точка Г, $t + 1$). Эта стратегия приемлема при отсутствии качественной информации (и соответственно высокой неопределенности решения), экспериментальной базы и средств для коренного улучшения товара. Фирмы, ставящие целью выход в лидеры на данном рынке с новым товаром, должны применять опережающую базу сравнения, т. е. прогнозировать тенденции НТП в данной области на период внедрения нового товара у потребителя (точка Е). При таком подходе фирма не будет отставать от лидеров (для их опережения «планку» можно взять и выше точки Е). В год составления стратегии (стратегического плана) повышения качества товара t за ориентир следует принимать точку Д. Такая стратегия присуща известным и новаторским фирмам, обладающим значительным капиталом, квалифицированными кадрами, конкурентоспособным оборудованием и т. п.

В целом применение опережающей базы сравнения при планировании обновления объектов требует высокой квалификации работников, мощной научно-экспериментальной базы, большого объема качественной информации. Поэтому данный подход (как элемент воспроизводственного подхода к менеджменту) может применяться к воспроизводству только приоритетных объектов. В соответствии с рис. 3.7 продолжительность изготовления выпускаемого образца определяется периодом начала выпуска нового образца, т. е. динамикой сменяемости моделей в соответствии с воспроизводственным циклом товара. Судьбу лучшего образца конкурентов определит закон конкуренции как закон «вымывания» с рынка неконкурентоспособных товаров.

Как и при решении любых стратегических проблем, завтрашнее благосостояние определяется качеством принимаемого сегодня стратегического управленческого решения, а сегодняшнее состояние — тем, как

профессионально и настойчиво мы работали вчера.

Методика планирования воспроизводства продукции с ориентацией на показатели лучших мировых образцов (приоритетного конкурента) называется бенчмаркингом. Планирование по опережающей базе сравнения возможно только на основе применения стратегического и других подходов.

Инновационный подход

Сущность инновационного подхода как одного из инструментов конкурентоспособной экономики заключается во внедрении новшеств во всех сферах деятельности всех отраслей народно-хозяйственного комплекса страны. Поскольку целью конкурентоспособной экономики является повышение конкурентоспособности персонала (специалистов), технологий, выпускаемых товаров и услуг, организаций и учреждений, отраслей, регионов, страны в целом, то и инновационный подход должен применяться к управлению конкурентоспособностью этих объектов (субъектов).

Многие авторы при исследовании инновационных процессов, эффективность которых напрямую влияет на уровень конкурентоспособности управляемых объектов, ссылаются на работы Майкла Портера. Результаты его исследований в этом направлении следует поставить под сомнение по следующим причинам.

М. Портер [1] считает, что в области конкурентоспособности страны развиваются по 4 стадиям: стадия факторов производства; стадия инвестиций; стадия инноваций и стадия богатства. Эти стадии развития конкурентоспособности национальной экономики М. Портер называет также видами конкуренции. Методологически необоснованным представляется подобное деление стадий развития конкурентоспособности стран, так как в цепочку из 4 последовательных звеньев включены совершенно разные категории. Начнем с конца, с 4-го этапа. Богат-

ство страны — это цель государства. Инновации являются основным инструментом, технологиями достижения цели. Инвестиции и факторы производства — средства для инновационной деятельности. Все 4 категории по странам отличаются только структурой. Схему надо было назвать укрупненной цепочкой повышения качества жизни. Также неправомерно производственный цикл изготовления промышленной продукции называть цепочкой ценностей (такая формулировка нашла всемирное распространение). Цепочка ценностей М. Портера — это цепочка получения добавленной стоимости на промышленном предприятии либо просто производственный цикл.

При исследовании проблем активизации инновационной деятельности и повышения конкурентоспособности объектов М. Портер, на наш взгляд, не анализировал и не применял экономические законы (закономерности) и законы организации, научные подходы и методы. Поэтому в дальнейших исследованиях работы М. Портера не использовались.

Функциональный подход

Сущность *функционального подхода* заключается в том, что потребность рассматривается как совокупность функций, которые нужно выполнить для ее удовлетворения. После установления функций создаются несколько альтернативных объектов для выполнения этих функций и выбирается тот из них, который требует минимума совокупных затрат за жизненный цикл объекта на единицу его полезного эффекта. Цепочка развития объекта: потребности → функции → показатели будущего объекта → изменение или формирование структуры системы.

В настоящее время к управлению применяется в основном предметный подход, при котором совершенствуется существующий объект. Например, техническая система совершенствуется путем доработ-

ки существующей системы по результатам маркетинговых исследований, анализа научно-технического прогресса в данной области, замечаниям и предложениям потребителей. Поэтому на практике перед конструкторами ставится задача достигнуть по важнейшим показателям качества объекта мирового уровня. В чем недостатки такого подхода? Во-первых, сами конструкторы не заинтересованы в проведении широкого и глубокого анализа мирового рынка, в установлении для себя трудных задач. Мировой уровень потребностей к моменту внедрения объекта у потребителя объективно могут спрогнозировать не конструкторы, а маркетингологи. Во-вторых, допустим, что конструкторы очень постарались и нашли лучший мировой образец. Однако этот образец проектировался вчера и несет в себе технические идеи вчерашнего дня. Технический прогресс не стоит на месте. Поскольку еще нужно время на разработку, освоение и производство нового образца, за этот период мировые достижения в данной области уйдут далеко вперед. Применяя предметный подход, инвесторы и менеджеры всегда будут только «догонять» вчерашний день и никогда не выйдут на мировой уровень.

При применении предметного подхода к развитию социально-экономических систем менеджеры идут по пути совершенствования существующих систем. И на практике менеджеры часто сталкиваются с проблемой поиска работы для существующих коллективов или работников. При применении функционального подхода идут от обратного, от потребностей, от требований выхода системы, возможностей на ее входе (рис. 3.8). При этом абстрагируются от существующих объектов, выполняющих подобные функции. Создатели новых объектов, учитывающие запросы потребителей, ищут совершенно новые технические решения для удовлетворения существующих или будущих (потенциальных) потребностей. Этот подход должен применяться в совокуп-



Рис. 3.8. Механизм проявления функционального подхода

ности с другими подходами, прежде всего с системным, воспроизводственно-эволюционным, маркетинговым. Отличия функционального и предметного подходов к развитию структуры и продукции фирмы представлены в табл. 3.3 и 3.4.

Ведущие фирмы мира, применяя *функциональный подход*, создают совершенно новые оригинальные изделия, максимально удовлетворяющие новые потребности. Инструментом применения функционального подхода является *функционально-стоимостный анализ*, описание которого приведено в специальной литературе, например в учебнике автора «Управленческие решения».

Стандартизационный подход

В экономике такие понятия, как централизация, стандартизация, специализация, кооперация и др., чаще всего рассматриваются как самостоятельные. Иногда такие понятия, как централизация и децентрализация, специализация и универсализация, рассматриваются как альтернативные. Вместе с тем оба подхода не отвечают требованиям системности. Отдельным, перечисленным выше понятиям (свойствам, формам, методам управления) следует находить про-

тивоположные составляющие и рассматривать их не как альтернативные, а как двуединые понятия. Приоритеты какой-либо одной составляющей двуединого понятия следует устанавливать с позиций структурного подхода. Например, если две составляющие единства оценить в 10 баллов, то их структура может быть, допустим, 7 и 3 или 8 и 2. Очевидно, что первая составляющая важнее второй, но вместе с тем она не может рассматриваться без связи с ней.

Применив логический подход, перечисленные отдельные понятия объединим в следующие двуединые понятия: стандартизация и индивидуализация, централизация и децентрализация, специализация и универсализация, кооперация и натурализация. Подробнее рассмотрим первую пару понятий — стандартизация и индивидуализация. Целью стандартизации является упорядочение деятельности в какой-либо сфере, формулирование и рациональная унификация (сокращение) понятий, типоразмеров, составных частей какого-либо объекта или его инфраструктуры. Индивидуализация преследует обратные цели — удовлетворение потребностей конкретного потребителя. Стандартизация эффективна для массовых объектов, а индивидуализация — для объектов престижного качества единичного произ-

Таблица 3.3

Отличия функционального и предметного подходов к развитию структуры фирмы

Признак	Предметный подход	Функциональный подход
1. Идея подхода	Совершенствование выпускаемой модели и действующих структур	Создание новых объектов и структур в соответствии с требованиями рынка
2. Форма организационной структуры фирмы	Линейно-функциональная или матричная	Проблемно-целевая или матричная
3. Уровень новизны (преемственности) организационной и производственной структур фирмы	Низкий	Высокий
4. Состояние основных материальных активов	Устаревшие	Новые
5. Принцип формирования штатного расписания	Адаптация структур подразделений к работающим сотрудникам	По параметрам выхода (целевой подсистемы) фирмы, задачам и функциям подразделений
6. Удельный вес высококвалифицированных менеджеров и специалистов	Низкий	Высокий
7. Средняя заработная плата менеджеров и специалистов	Невысокая	Выше примерно в 2 раза
8. Средний возраст менеджеров и специалистов	50–55 лет	35–40 лет
9. Эффективность и устойчивость функционирования фирмы	Низкая	Высокая
10. Конкурентоспособность фирмы	Невысокая	Высокая

водства или дизайна объектов массового производства.

Стандартизация как деятельность по установлению норм, правил и характеристик осуществляется в целях обеспечения:

- безопасности продукции, работ и услуг для окружающей среды, жизни и здоровья человека, имущества;
- технической и информационной совместимости и взаимозаменяемости продукции;
- качества продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологии;
- единства измерений;
- экономии всех видов ресурсов;

- безопасности хозяйственных объектов с учетом вероятности возникновения природных и технологических катастроф и других чрезвычайных ситуаций;

- конкурентоспособности объектов;
- обороноспособности и мобилизационной готовности страны.

Идея *стандартизационного подхода* к управлению конкурентоспособностью объектов реализуется, во-первых, путем выбора оптимального соотношения между стандартными и индивидуальными решениями при формировании объектов, во-вторых, путем разработки и внедрения системы стандартов соответствующей категории.

Таблица 3.4

Отличия функционального и предметного подходов к развитию продукции фирмы

Признак	Предметный подход	Функциональный подход
1. Глубина и качество маркетинговых исследований	Незначительные	Значительные
2. Степень удовлетворения рыночной потребности в данной продукции	Неполная	Полная
3. Технический подход к совершенствованию продукции	На основе модернизации выпускаемой модели	На основе создания совершенно новой продукции
4. База сравнения при планировании обновления продукции	Лучший образец конкурентов	Опережающая база сравнения, ориентированная на обеспечение конкурентоспособности продукции к моменту выхода с продукцией на рынок
5. Степень новизны (патентоспособности) продукции	Низкая, совершенствование выпускаемой модели	Создание новой конкурентоспособной продукции
6. Трудоемкость разработки и освоения новой продукции	Низкая	Высокая
7. Степень новизны технологии	Низкая	Высокая
8. Преемственность организации производства и труда	Совершенствование существующей организации	Проектирование новой организации
9. Уровень освоенности рынка	Освоен полностью	Рынок может быть старым или новым
10. Конкурентоспособность продукции	Низкая	Высокая

Развитие международной кооперации на основе сети Интернет и других информационных технологий требует повышения качества и взаимозаменяемости, сокращения количества типоразмеров средств оснащения и коммуникаций. А эту работу невозможно выполнить без применения стандартизационного подхода.

В настоящее время по различным направлениям создано множество международных, европейских, национальных и других стандартов. Правда, большинство из них не отличается системностью. Поэтому параметры экосистемы Земли продолжают ухудшаться, уровень жизни повышается только в развитых странах. Основной причиной такого положения дел в мировом сообществе является низкое качество правовой системы и системы управления мировой экономи-

кой и национальными экономиками (прежде всего из-за игнорирования научных подходов к управлению, в том числе стандартизационного).

Основными направлениями развития мировой и национальной стандартизации могут быть:

- термины и определения в области конкурентоспособности, менеджмента и управления экономикой;
- связи (правовые, информационные, торговые и др.) в мировом сообществе;
- система мер и измерений;
- международные стандарты по математическому, правовому и техническому обеспечению новых информационных технологий;
- международные стандарты по оценке эффективности инвестиционной и инновационной деятельности;

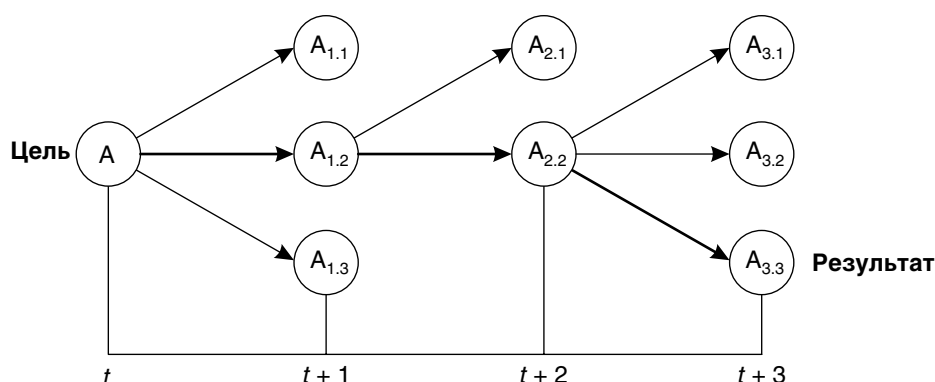


Рис. 3.9. Схема применения ситуационного подхода к повышению качества товара:

A_1, A_2, A_3 — альтернативные варианты достижения цели для конкретных ситуаций

- международные стандарты по управлению конкурентоспособностью;
- международные стандарты по системам качества и сертификации (серии ISO);
- международные стандарты по безопасности продукции, труда и окружающей среды;
- международные стандарты по торговле;
- международные стандарты по учету (IAS) и др.

Ситуационный (многовариантный) подход

Ситуационный подход концентрируется на том, что пригодность различных параметров и методов управления определяется конкретной ситуацией в конкретном месте и в конкретное время. Поскольку имеется обилие факторов как в самой фирме, так и во внешней среде, не существует единого лучшего способа управлять объектом. Самым эффективным методом в конкретной ситуации является метод, который более всего соответствует данной ситуации, максимально адаптирован к ней. Применение ситуационного подхода основано на альтернативности достижения одной и той же цели во время приня-

тия или реализации управленческого решения (плана и т. д.), на учете непредвиденных обстоятельств.

Конкретные ситуации могут изменяться по следующим признакам:

- а) содержанию (технические, экономические, политические, организационные, психологические и др.);
- б) виду управленческого решения во времени (стратегические, тактические и оперативные);
- в) ресурсам и способам обеспечения реализации управленческих решений;
- г) методам реализации управленческих решений.

На рис. 3.9 приведена схема применения ситуационного подхода на примере разработки стратегии повышения качества товара (цель), которая была разработана в году t , а реализуется в году $(t + 3)$.

Анализ рис. 3.9 показывает, что при разработке стратегии не было одного-единственного варианта достижения цели A . Поэтому на год $(t + 1)$ были разработаны альтернативные варианты достижения одной и той же цели в зависимости от конкретной ситуации на рынке (три варианта). В году $(t + 1)$ при реализации стратегии оптимальным оказался второй вариант. В году $(t + 2)$ при реализации тактического плана повы-

шения качества товара столкнулись с тремя ситуациями поставки комплектующих. Анализ конкурентоспособности комплектующих основных поставщиков позволил остановиться на третьем варианте. Путь, по которому запланированная цель А воплотилась в результат, обозначен утолщенной линией ($A \rightarrow A1.2 \rightarrow A2.2 \rightarrow A3.3$). Обозначения цели и результата не совпадают, так как при разработке стратегии всегда закладывается некоторый резерв

(5–10%) на преодоление непредвиденных ситуаций.

Список литературы

1. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ. М.: Международные отношения, 1993.
2. Александрова Л. А. Конкурентоспособные промышленные кластеры: Теория и практика формирования. Саратов: Издательский центр СГСЗУ, 2005.
3. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: учеб., 6-е изд., перераб. и доп. СПб.: Питер, 2008.

Продолжение в следующем номере

R. A. Fatkhutdinov, Doctor of Economics, Academician at the Russian Academy of Quality Problems, Professor at the Theory and Practice of Competition Chair, Moscow University of Industry and Finance, member of the Quality Standards Committee in the RF CCI

THE DEVELOPMENT OF OBJECTS COMPETITIVE ADVANTAGES IN COMPETITIVE CAPABLE ECONOMICS

The journal continues to publish Professor Rais Akhmetovich Fatkhutdinov's textbook «Organization's Competitive Capacity Management».

The third topic is devoted to the issues of economic laws usage for stimulating objects competitive capacity. Particularly should be stressed the author's analysis of scientific viewpoints about object management in competitive capable economics, which set the necessary basis for elaboration and admission of management business solutions, during the management process in commercial organizations.

The distinctive feature of represented in this part theoretical materials is their practically oriented nature, and, due to that, designation for whose, who are aiming to reach leadership in competitive race.

Key words: objects competitive capacity, competitive advantage of subject (object), economic laws as implements of competitive capable economics.

ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ:

Богданов Д. Д.

Становление теоретических представлений о конкуренции

Смирнова О. О.

Источники монопольной власти компаний — участников российских отраслевых товарных рынков

Литвиненко В. И.

Недобросовестная конкуренция: практические аспекты

ПОДПИСКА - 2010

Журнал «Современная конкуренция» выходит 6 раз в год:
Январь Март Май Июль Сентябрь Ноябрь

1 номер	900 руб.	4 номера	3600 руб.
2 номера	1800 руб.	5 номеров	4500 руб.
3 номера (полугодие)	2700 руб.	6 номеров (годовая)	5400 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 2010 г.), подписной индекс **36207**;
по объединенному каталогу «Пресса России» (на 1–2-е полугодие 2010 г.), подписной индекс **88060**;
через редакцию журнала, тел./факс (495) 987-4374, e-mail: journal@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
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 ООО «Галлея-Принт».
111024, г. Москва, ул. 5-я Кабельная, д. 2 Б
Заказ №