

научно-практический журнал

современная КОНКУРЕНЦИЯ

Ноябрь–декабрь 2011 года

№6 (30)

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

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК для публикации основных результатов диссертационных исследований



От редакции

В шестом номере центральными стали темы конкурентной политики, антимонопольного регулирования и конкурентоспособности предпринимательских структур.

Продолжая серию интервью с ведущими российскими предпринимателями, редакция публикует беседу с **Б. Ю. Титовым**, председателем общероссийской общественной организации «Деловая Россия», владельцем Русского Шампанского Дома «Абрау-Дюрсо». Излагаются взгляды Б. Ю. Титова на феномен рыночной конкуренции, направления и принципы ее развития, а также на механизмы формирования и сохранения предпринимательской среды в российской экономике.

Тема конкурентной политики России продолжается в статье **А. А. Жука**, который доказывает необходимость государственного вмешательства в построение и функционирование конкурентной среды и анализирует эволюцию конкурентной политики России от антимонопольного регулирования до управления конкурентной средой.

Статья **Н. А. Горейко** посвящена анализу практики применения нормы о коллективном доминировании в российском антимонопольном регулировании в 2006–2011 гг. В статье исследуются, какие типы обвинений предъявлялись компаниям на основе установления коллективного доминирующего положения, а также дается оценка судебной практики применения рассматриваемой нормы.

В статье **С. И. Агабекова, Д. И. Кокурина и Е. А. Левиной** поднимаются вопросы функционирования рынков, производных по отношению к основному рынку, рассматриваются проблемы определения продуктовых и географических границ производных рынков, а также влияния монополизации основного рынка на уровень конкуренции производных рынков.

С. В. Якунин выявляет причины и специфику олигопольной структуры банковского рынка в России, отмечает влияние структуры рынка на рентоориентированное поведение и трансакционные издержки банков.

П. А. Сапожников и И. И. Дерен раскрывают содержание конкурентной стратегии голубых океанов и инструментарий ее применения на примере рынка профессиональных массажных средств.

Также в номер вошли статьи, характеризующие отдельные инструменты и факторы обеспечения конкурентоспособности организаций: методы совершенствования бизнес-процессов организации (**Н. П. Воробьева**), технологии формирования инфраструктуры предпринимательства (**Р. С. Дёмин**), взаимодействие предприятия с организациями профессионального образования (**В. М. Чернов**), программы корпоративного обучения предпринимателей (**В. Ш. Каганов**) и иные формы развития человеческого капитала фирмы (**И. Ф. Жуковская**).

Главный редактор
Ю. Б. Рубин

СОДЕРЖАНИЕ

Конкурентная политика

Направления развития конкуренции
в российской экономике 3
Интервью с Б. Ю. Титовым

Жук А. А.

Конкурентная среда России:
необходимость вмешательства и практика
администрирования на современном этапе. 9

Антимонопольное регулирование

Горейко Н. А.

Норма о коллективном доминировании
в российской антимонопольной практике 33

Агабеков С. И., Кокурин Д. И., Левина Е. А.

Выявление монополизма
на производных рынках 50

Отраслевая конкуренция

Якунин С. В.

Особенности формирования олигопольной
структуры банковского рынка России 70

Конкурентные стратегии и тактики

Сапожников П. А., Дерен И. И.

О новых подходах к конкурентным
стратегиям на примере
рынка профессиональной косметики. 80

Конкурентоспособность фирмы

Воробьева Н. П.

Совершенствование бизнес-процессов как способ
повышения конкурентоспособности фирмы . . . 89

Каганов В. Ш.

Корпоративное обучение как фактор
обеспечения конкурентоспособности
предпринимательских структур. 101

Чернов В. М.

Анализ организационно-экономического
взаимодействия наукоёмких вузов и предприятий
(на примере авиастроения) 108

Дёмин Р. С.

Конкурентоспособность инфраструктуры
предпринимательства в индустрии спорта. 117

Теория конкуренции

Шоповалов Н. И.

Конфликт интересов права
государств-членов — катализатор
развития процесса интеграции ЕС 121

На соискание ученой степени

Камалетдинов А. Ш., Ксенофонтов А. А.

Индекс интенсивности налоговых
поступлений — показатель региональной
конкурентоспособности 128

Лебедева Н. В.

Инновационный вуз как фактор
конкурентоспособности региона. 134

Жуковская И. Ф.

Человеческий капитал и конкурентоспособность
русской экономики 137

Каверзин И. Л., Червяков С. С.

Алгоритм регионального стратегирования
на основе матрицы конфликта интересов 140

Главный редактор:

Рубин Юрий Борисович

доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент
Российской академии образования, ректор Московского
финансово-промышленного университета «Синергия»

Редакционный совет:

Авдашева Светлана Борисовна

доктор экономических наук, профессор, зам. директора
Института анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ

Гельвановский Михаил Иванович

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН, действительный член Академии
экономических наук и предпринимательской деятельности
России, генеральный директор Национального института
развития РАН

Клейнер Георгий Борисович

доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН, академик РАЕН,
действительный член Международной Академии менеджмента,
зам. директора Центрального экономико-математического
института РАН

Князева Ирина Владимировна

доктор экономических наук, профессор,
проректор по науке Сибирской академии
государственной службы

Коробов Юрий Иванович

доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедрой Банковского дела СГСЭУ

Светульников Сергей Геннадьевич

доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой
Экономической кибернетики и экономико-математических
методов СПбГУЭФ

Сорокин Дмитрий Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент
РАН, первый зам. директора Института экономики РАН

Сушкевич Алексей Геннадьевич

кандидат экономических наук,
начальник Аналитического управления ФАС

Шашитко Андрей Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор МГУ
им. М. В. Ломоносова, генеральный директор фонда
«Бюро экономического анализа»

Юданов Андрей Юрьевич

доктор экономических наук, профессор Финансового
университета при Правительстве РФ,
член Европейской ассоциации истории бизнеса

Редакционная коллегия:

Бабошин Алексей Владимирович

кандидат экономических наук

Бандурин Александр Владимирович

доктор экономических наук, профессор

Богданов Дмитрий Дмитриевич

кандидат экономических наук

Коваленко Александр Иванович

кандидат экономических наук, зам. главного редактора

Леднев Владимир Алексеевич

доктор экономических наук

Матвиенко Денис Юрьевич

Новашина Татьяна Сергеевна

кандидат экономических наук, доцент

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ



Интервью с **Б. Ю. Титовым**, председателем Общероссийской общественной организации «Деловая Россия», владельцем Русского Шампанского Дома «Абрау-Дюрсо»

В интервью освещаются следующие вопросы. Почему сегодня в России на многих рынках нет конкуренции и что необходимо сделать для ее возникновения? Как развивать конкуренцию? Что представляет собой конкурентоспособный бизнес? Нужны ли бизнесу специалисты по взаимодействию с конкурентами? Какими профессиональными компетенциями должны обладать владельцы бизнеса?

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, развитие конкуренции, деловой климат.

«Деловая Россия» совместно с Центром развития и Институтом экономической политики им. Е. Т. Гайдара проводит регулярное исследование «Барометр «Деловой России». Какова динамика остроты конкуренции по показателям барометра в течение последних лет?

Известно, что конкуренция является самым эффективным механизмом совершенствования и развития рыночной системы. Но сейчас конкуренция в России не выдерживает никакой критики. Это объясняется историческими причинами. После распада СССР важными шагами по переходу к рыночной экономике являлись приватизация монополий и развитие конкуренции в стране, но развитие конкуренции должно было предварять приватизацию. В нашей стране события развивались наоборот — на фоне либерализации экономики в 90-х годах прошлого века произошла легализация тысяч монополистов муниципального, регионального и федерального уровней.

Широкое распространение монополий в экономике России выступило одной

из причин наступления экономического кризиса 1998 года с последующим спадом экономики, который был компенсирован уже к 1999 году, а в 2000 году зафиксирован самый высокий рост рыночной экономики в России. Однако тогда количество компаний, конкурирующих между собой, было недостаточным для того, чтобы назвать экономику рыночной. И сегодняшнюю экономику все еще очень сложно назвать рыночной.

Вместе с тем в России есть несколько рынков с развитой конкуренцией. Это продовольственный рынок — хотя и не в полной мере. Рынок сотовой связи является хорошим примером развития конкуренции — за время своего существования цены на услуги операторов сотовой связи снижены с нескольких долларов до доли копейки за минуту разговора. На других рынках здоровой конкуренции наблюдать не приходится, по-прежнему много монополий: и на топливном, и на металлургическом, зачастую и на сельскохозяйственных рынках. Таким образом, говорить об экономике России как о рыночной преждевременно. Вместе с тем

единственный путь развития рынка — это развитие конкуренции и диверсификация доходов страны. Другого пути нет.

Что необходимо для развития конкуренции в России и кто должен это делать?

— Все достаточно просто. В стране должен быть создан другой климат — предпринимательский, инвестиционный, деловой, называть его можно по-разному. Все остальное есть. Относительно внешней среды отметим, что в то время как мировая экономика идет к кризису, у России имеются хорошие шансы на развитие. Если предпринять верные действия, Россия может стать не только «тихой гаванью», но и новой точкой роста для всех. К этому имеются следующие предпосылки.

Во-первых, американские рынки уже становятся непривлекательными для инвестиций в силу того, что экономика США не может абсорбировать весь огромный поток мировых денег, поступающих в нее. Уровень ликвидности экономики США чрезмерно высок. Это связано, прежде всего, с тем, что из последнего экономического кризиса Америка выходила за счет инвестирования в экономику денежных средств, в результате сегодня денег в экономике много, но вкладываться инвесторам некуда, что грозит негативным развитием событий, вплоть до потери ею статуса крупнейшей экономики мира.

Во-вторых, экономика Китая, вторая крупнейшая мировая экономика, по мнению многих экспертов, сильно переоценена — она слишком сильно зависит от внешнего спроса, расти за счет внутреннего спроса у нее пока не получается, китайские активы и недвижимость также переоценены. К тому же у Китая есть ряд ограничителей, которые сдерживают развитие экономики — прежде всего, энергетика и экология, которые ставят под сомнение возможность продолжения быстрого роста экономики, наблюдавшегося ранее. Все это увеличивает риски инвестирования в Китай.

В-третьих, вложение денег в европейскую экономику, с ее «социалистическими»

законами, также становится опасным — социальная нагрузка на бюджет европейских стран требует постоянного расхода немалых денежных средств, что приводит к дестабилизации экономики. Однако обратный путь — от социальной экономики к капитализму — очень непросто и трудно реализуемо, поэтому сложно предположить, какое будущее ждет европейскую экономику.

Из вышесказанного делаем вывод, что точек приложения капитала в мире осталось не так много, и Россия может стать очень перспективной. У нас есть и ресурсы, и достаточно высокий базовый уровень образования, и внутренний спрос. И все бы хорошо, если не одно обстоятельство — инвесторы боятся вкладывать средства в экономику России. Для входящих в экономику субъектов важна не только экономическая выгода, но и безопасность. С уровнем доходности в России все в порядке, а с безопасностью проблемы. Россия — *terra incognita*, никто не может предсказать, что будет с вложенным капиталом.

Если создать безопасные условия, у России есть огромный шанс стать реципиентом огромного объема инвестиций и, как следствие, нарастить внутреннее производство и уровень конкуренции, чтобы активизировать механизмы рынка. Тогда государству уже не придется осуществлять жесткий контроль, как сейчас, поскольку рынок возьмет на себя большую часть функций государства. Заработает пресловутая «невидимая рука» рынка, которой в России сегодня, по сути, нет.

Борис Юрьевич, какую роль в формировании и сохранении предпринимательской среды играют действия, которые защищают конкуренцию и позволяют ее сформировать?

— Механизмы защиты конкуренции сейчас не на первом месте, ведь для того, чтобы что-то защищать, нужно, чтобы было что защищать. Сегодня главное — создание условий для развития бизнеса и конкуренции. «Деловая Россия» как раз занимается этими вопросами. Кто, если не мы? Бизнесу само-

му приходится думать о том, как развиваться. Мы считаем, что нужно придерживаться следующих направлений.

Первое направление — общего, макроэкономического свойства, это план новой индустриализации, в котором поднимаются темы конкуренции, демополизации, диверсификации экономики. Все это может уложиться в одно KPI, важно правильно поставить главную целевую задачу. На наш взгляд, это создание 25 миллионов высокопроизводительных рабочих мест, включая увеличение до нужного уровня производительности старых и создание новых рабочих мест за счет привлечения качественно новых трудовых ресурсов. Высокопроизводительное рабочее место — рабочее место с производительностью 3,5 миллиона рублей в год. Создав их, мы сможем построить совершенно другую экономику. Достичь такого эффекта невозможно ни за счет нефти, ни за счет государственных компаний, это возможно только за счет создания рынка.

Второе направление — углубление переработки сырья. На этом пути Россия может добиться многого. Яркий пример необходимости углубления переработки сырья — ситуация в Читинской области на границе с Китаем. Упомянутое зрелище! На российской стороне все выглядит, как после ядерной войны, — поселки вымирают, пусто, а на китайской стороне стоит город с многоэтажными домами, и вдоль границы — ряд лесоперерабатывающих предприятий. Как можно так регулировать экономику, что с нашей стороны — ничего, а с противоположной — развитая лесоперерабатывающая промышленность на базе нашего леса! К слову сказать, Китай сегодня занимает первое место в мире по производству бумаги.

Третье направление — привлечение инвестиций глобальных компаний под экспорт готовой продукции для развития экспорта. Для этого понадобятся некоторые институциональные изменения, например организация свободной торговли с Европейским Союзом (ЕС). Есть мнение, что нужно «за-

крываться» от ЕС, мы не согласны с ним. Аргументируя свою точку зрения, приведем примеры. Заключение аналогичного соглашения США и Канады с Мексикой привело к значительному развитию экономики последней. Другой хороший пример — Польша, которая на сегодняшний день является самой динамично развивающейся страной ЕС, в том числе благодаря введению свободного режима торговли со странами ЕС. Они сумели привлечь на свою территорию огромное количество глобальных компаний за счет обеспечения низкой себестоимости производства, в том числе более низкого уровня заработных плат, нежели в Европе, при этом уровень образованного населения в Польше высок. Сегодня в ней производится около 70% всей бытовой техники для Европы. Кстати, по уровню и качеству образования Польша очень похожа на Россию. Таким образом, данный путь реален для России, но необходимо убрать барьеры с ЕС. Не нужно входить в ЕС, как предлагал М. Прохоров¹, или вводить евро, однако можно заключить специальное соглашение на создание, скажем, Евразийской зоны свободной торговли — от Ла-Манша до Владивостока. Будет охвачено огромное количество населения, как минимум 700 миллионов человек, разумеется, без Китая и Юго-Восточной Азии.

Также у России есть еще одна возможность развития — импортозамещение за счет развития внутреннего производства и использования внутреннего спроса, например, покупка холодильников *Phillips*, произведенных, скажем, в Нижнем Новгороде, а не в Германии.

Далее дадим ответ на вопрос, как это все осуществить. Сегодня в нашей стране фронтальная реформа маловероятна, даже несмотря на выстроенную политическую вертикаль и возможность проведения серьезных институциональных законодатель-

¹ Например: Новикова И. Прохоров собирается «растянуть» Европу // Ведомости. 11.08.2011.

ных изменений. Поэтому «Деловая Россия» предлагает применять метод очагов, т. е. реализовывать описанные изменения проектами. Это бизнес-подход. Под очагами мы понимаем 10–15 территориально-производственных кластеров, которые стали бы своего рода очагами роста. Для каждого кластера необходимо разработать свою стратегию и в соответствии с ней выработать меры государственной поддержки. Очень важно учесть, что каждый кластер требует индивидуального подхода. Причем кластеры обойдутся без инвестиций со стороны государства, за редким исключением, но им потребуются меры стимулирования и юридические гарантии — необходимо гарантировать инвесторам безопасность их бизнеса, тогда дальнейшие инвестиции обязательно последуют.

Существуют два взгляда на поддержку конкурентоспособности российского бизнеса: поддержка конкурентоспособного направления в целом (например кластера) или отдельных конкурентоспособных представителей того или иного направления. Хотелось бы узнать Ваше мнение о поддержке конкурентоспособности бизнеса.

— Ни в коем случае нельзя поддерживать отдельные компании — это противоречит основным принципам конкуренции. Компания должна вести бизнес самостоятельно, в то же время у нее должны быть равные с другими компаниями шансы. Создаваемые для всех компаний условия должны быть выгодными и более конкурентными, чем у «соседей». Российское законодательство качественно отстает не только от международного бизнес-права, но и от законов, например, Казахстана, входящего в Таможенный союз с Россией. Более дружественное отношение к бизнесу в Казахстане с точки зрения социальных платежей и по ряду других позиций, в частности, по защите собственности, приводит к тому, что российские компании в массовом порядке предпочитают регистрацию в Казахстане, а не в России.

Какие еще шаги в русле развития конкуренции могут быть сделаны со стороны государства?

— Сегодня главная задача государства — создать в России другую деловую среду, сделать так, чтобы в нашей стране было выгодно и безопасно производить. Очень важно образование специальных инвестиционных институтов, которые поддерживало бы государство, но появление новой деловой среды важнее. Еще раз подчеркнем, что можно применять макроэкономические методы, проводить налоговые маневры, которые описаны «Деловой Россией», в том числе: снижение налогов на производство, увеличение налогов на потребление, повышение акцизов на табак, повышение и диверсификация налога на добычу полезных ископаемых, ввод налога на недвижимость, в то же время снижение социальных налогов, налога на добавленную стоимость, налога на прибыль. Самое главное — снижение оборотных налогов. Создание благоприятной деловой среды необходимо, чтобы каждый бизнесмен при получении прибыли был заинтересован в выгодном реинвестировании прибыли обратно в производство и в развитие, а не в тратах их на себя.

Также должна быть изменена государственная тарифная политика — при регулировании государственных монополий тарифы не должны формироваться, исходя из интересов только производителя, как это происходит сейчас. Кроме того, нельзя исходить из европейских цен как отправной точки в ценообразовании. Тарифы должны быть конкурентными, сформированными за счет реального сопоставления спроса и предложения на рынке. В России свое соотношение спроса и предложения, отличное от спроса и предложения в Европе.

Третий антимонопольный закон как теория может очень пригодиться, когда будет конкуренция, когда будет что защищать.

В наше время часто употребляется слово «конкурентоспособный». Что, по-вашему,

значит словосочетание «конкурентоспособный бизнес»?

— Конкурентоспособный бизнес — тот, который может продать свой товар по максимальной цене, предлагаемой конкурентным рынком. Это должно быть сделано не за счет монополизации рынка или особых отношений с государственными чиновниками, а в честной конкуренции — за счет эффективной работы. На наш взгляд, показателем конкурентоспособности в России должно стать производительное рабочее место, о котором мы уже говорили. На сегодняшний день в перерабатывающем секторе этому показателю соответствует только 10–15% предприятий, хотя в той же Америке этот показатель выше.

Мы можем рассмотреть категорию конкурентоспособности на примере вашего бизнеса?

— Давайте рассмотрим на примере бизнеса по выпуску шампанского и игристого вина «Абрау-Дюрсо» (у меня есть и другие проекты). На российском рынке ежегодно продается 300 миллионов бутылок шампанского и игристого вина. Часть его производится в России, правда из импортного материала, часть импортируется из Италии, Франции, Испании и других стран. Нашими конкурентами являются *Martini* (Италия), *Mondoro* (Италия), «Артемовское» (Украина), «Новый свет» (Украина) и др. Конкуренция на данном рынке очень велика, поэтому для того, чтобы выжить, необходимо быть компетентным и иметь эффективную стратегию. Это основополагающее, каждый проект должен начинаться с разработки стратегии: анализа среды, ситуации, рынка, конкурентов и разработки КРІ².

Когда я пришел в бизнес «Абрау-Дюрсо», у него не было стратегии — предпри-

ятие замшело и умирало. Широко известный ранее бренд «Абрау-Дюрсо» явно ушел в пассив, его узнаваемость была скорее отрицательная, чем положительная. Мы начали с того, что выработали стратегию.

Мы пригласили внешнего эдвайзера *Strategy partners* и остались очень довольны выбором — они показали нам главное направление работы. Сравнив нашу ситуацию с ситуацией в Америке, Германии, Великобритании и Франции, они определили, что главный сектор, который будет расти, — сектор медиум класса: от 10 до 30 долларов США за бутылку. Сегодня в нашей стране он составляет всего 4%, очень небольшой сектор. 30 лет назад он был невелик и в Америке, а сегодня — 60%. Такой рост связан с ростом уровня жизни. И он будет даже более стремительным, чем рост уровня жизни, потому что люди привыкают к качеству, и их можно убедить выбирать лучшее. Мы стали совершенствовать бизнес в двух направлениях: первое — маркетинг и брендинг, второе — качество. Обеспечивая процветание выделенных направлений, мы растем не за счет конкурентов, а расширяем наш рынок и растем вместе с ним, формируя его под себя. В этом и заключается наша конкурентоспособность.

Мы кардинально изменили узнаваемость бренда, ввели его обратно в «позитив» и в актив каждого потребителя: провели маркетинговую кампанию, изменили этикетки, нашу позицию на полках, договорившись с сетями, каждый день напоминали о себе потребителю различными событиями. Кроме того, необходимо было улучшать качество. Мы пригласили французских специалистов, точнее, вернули их, как в старые добрые времена в «Абрау-Дюрсо». С их помощью получили медали на международных выставках. И все вновь вспомнили, что такое «Абрау-Дюрсо». Также мы развиваем винный туризм как направление, поддерживающее бренд. И следует сказать, что в этой сфере занимаем первое место в мире по количеству туристов на одном объекте винного туризма.

² Ключевые показатели эффективности (англ. *Key Performance Indicators*) — система оценки, которая помогает организации определить достижение стратегических и тактических целей.

Подтверждением конкурентоспособности «Абрау-Дюрсо» является то, что мы, а не наши конкуренты, стали официальным поставщиком XXII Олимпийских зимних игр «Сочи-2014». Мы выиграли это состязание, доказав, что являемся лучшими среди наших конкурентов.

Вы как работодатель испытываете потребность в специалистах, обладающих компетенциями в области взаимодействия с конкурентами, выстраивания с ними разнообразных отношений?

— Вообще, это компетенция менеджмента компании. Хороший менеджер должен уметь всего понемногу: быть и финансистом, и экономистом, и юристом, и маркетологом, и специалистом по *GR* и *PR*, и самое главное, он должен быть дипломатом. Пока он еще не стал руководителем, его надо обучать управлению конкурентным поведением, конкурентным стратегиям и тактикам.

Есть и другие специалисты, которые должны всегда думать о конкурентах, — маркетологи. Мне довелось сменить несколько команд маркетологов — некоторые только называют себя маркетологами и показывают «корочки» об образовании, но обладают очень поверхностными и примитивными представлениями о том, что такое маркетинг. Это достаточно сложная профессия, требующая специальных глубоких знаний, ей необходимо учиться на практике. На розничном рынке, да и на других рынках, невозможно работать без хорошего маркетолога.

А какими профессиональными компетенциями должны обладать владельцы бизнеса?

— Разными, но такое сочетание компетенций нечасто встречается в одном человеке. Владелец должен суметь выстроить

конкурентоспособный бизнес. Менеджер должен эффективно управлять уже выстроенным бизнесом. Например, я стараюсь выстроить бизнес «Абрау-Дюрсо», но в определенный момент на мое место придут профессиональные руководители предприятия. Владелец может заниматься стратегией, *GR*-ом, выполнять некоторые другие функции, но каждодневный менеджмент это уже отдельная профессия.

Как Вы думаете, владение бизнесом — разновидность профессиональной деятельности?

— Владельцы бизнеса — большая социальная группа, которая несет большую общественную нагрузку, создавая материальные блага, рабочие места, уплачивая налоги. Владелец бизнеса — это очень сложная профессия. Владение бизнесом и сам бизнес бывают разными. Бизнес различается не только по направлениям и секторам экономики, в которых он функционирует. Можно выделить бизнес-реструктуризаторов — тех владельцев бизнеса, которые купили уже кем-то созданные бизнесы для их реструктуризации и дальнейшей продажи, некие «санитары леса». Бывают владельцы, ведущие бизнес «от начала и до конца», они создают бизнес, повышают его эффективность — это настоящий бизнес. В развитых странах присутствуют оба вида бизнеса, при этом реструктуризаторов — 10%, а создателей бизнеса с нуля — около 90%, в России, к сожалению, все наоборот. В нашей стране должно быть тоже 90% создателей, производящих материальные блага для страны и прибавочный продукт. В таком смысле владение бизнесом — это и профессия, и социальная ответственность, и социальная нагрузка.

*Интервью провел
Ю. Б. Рубин*

Жук А. А., канд. экон. наук, доцент Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, alexjouk@ctsnet.ru



КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА РОССИИ: НЕОБХОДИМОСТЬ ВМЕШАТЕЛЬСТВА И ПРАКТИКА АДМИНИСТРИРОВАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В статье проанализирована и обоснована необходимость государственного вмешательства в построение и функционирование конкурентной среды, показаны провалы рынка и государства, которые необходимо учитывать при осуществлении тех или иных экономических мер государственного регулирования, продемонстрирована эволюция конкурентной политики России от антимонопольного регулирования до первичной стадии управления конкуренцией и конкурентной средой. Предложены направления реконструкции органов государственного управления развитием конкуренции и конкурентной среды.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная политика, антимонопольная политика, провалы рынка, провалы государства, институты.

Введение

Главная цель любого современного государства — формирование и поддержание оптимального состояния институциональной среды экономики, мотивирующей экономических агентов к активному совершению рыночных трансакций путем непрерывного инновационного саморазвития и, как следствие, реализации собственных конкурентных преимуществ с целью получения прибыли, поэтому приоритетная задача государства — создание таких экономических условий, при которых субъекты рынка, с одной стороны, заинтересованы, а с другой, имеют возможность формирования своих конкурентных преимуществ и их дальнейшей реализации на рынке с целью макси-

мизации прибыли. Согласно позиции ряда ученых на современном (четвертом) этапе эволюции принципов экономической координации, обеспечиваемой процессом рыночной конкуренции, реализуется механизм координации интересов бизнеса и целей развития общества¹. Но нельзя отождествлять интересы бизнеса и общества, поскольку предпринимательская деятельность в первую очередь направлена на максимизацию прибыли и не ставит своей целью развитие общества. А. Смит утверждал, что, создавая для себя, в то же время предприниматель создает и для общества: «Увели-

¹ Усик Н. И. Общая институциональная модель развития экономики России // Теоретическая экономика. 2011. №3. С. 40.

чение количества работы, выполняемое его (предпринимателя) машинами вместе с тем увеличивает все выгоды и удобства, которые общество может извлечь из этой работы»². Однако практика функционирования предпринимательства, особенно российского, показывает, что интересы предпринимательства и общества противоположны. Безусловно, при этом следует согласиться с приведенной выше точкой зрения в той лишь части, что любая предпринимательская деятельность не должна противоречить целям развития общества и осуществляться вопреки его интересам.

Провалы рынка и провалы государства в функционировании конкурентной среды

Государство выступает как институциональный инноватор, ответственный за разработку и принятие формальных законов, а также обеспечивает принуждение к исполнению этих институциональных норм. Хотя структура агентов модернизации достаточно сложна³, чаще всего именно государство выбирает вариант и направление институциональной модернизации, беря на себя ответственность за полученный результат, который, безусловно, вариативен и при определенных условиях способствует повышению эффективности, либо, наоборот, препятствует этому процессу⁴. Вокруг установленных государством формальных институционально-правовых норм выстраивается множество неформальных практик, которые, в свою очередь, выступают показателями качества и привлекательности принятых формальных норм. При

этом, как следует из концепции взаимосвязи формальных законов и неформальных практик, чем больше точек соприкосновения неформальных практик с формальными нормами, чем в большей мере вектор мотивационной составляющей формальных норм соответствует постепенно окружающим их неформальным практикам, тем более высокого качества достигает в своем развитии институциональная среда, тем более востребованными у экономических агентов, функционирующих в рамках конкурентной среды, становятся подобные экономические институты. В соответствии с императивами системного подхода, реализуемого в данном исследовании, качество конкурентной среды в целом определяется качеством наихудшего (наименее востребованного акторами) фундаментального института.

К тому же институциональная структура экономики выступает результатом как предшествующих попыток государства сформировать институциональную среду, так и спонтанного эволюционного отбора наиболее эффективных институтов. Страны с высокоразвитой рыночной экономикой обладают проверенной временем институциональной средой, полностью соответствующей доминирующему способу координации экономической активности. Такие государства могут использовать методы прямого и косвенного вмешательства с целью проведения необходимой экономической политики без значительного ущерба для всего национального хозяйства и угрозы значительной деформации институционально-экономической системы.

Для государств с несформированной, трансформирующейся либо находящейся на стадии зарождения институциональной рыночной средой существует высокая степень угрозы попадания в институциональные ловушки, в зоне которых направления координации экономической активности могут существенно различаться, а зачастую даже принимать диаметрально противополо-

² Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007. С. 104.

³ Яковлев А. А. Агенты модернизации. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. С. 171.

⁴ Шаститко А. Е. Государство и экономический рост // Экономика и математические методы. 1996. Т. 32. Вып. 3. С. 17.

ложный характер. Подобные ситуации возникают при попытке трансплантации формальных правил⁵, заимствованных у развитых стран, в существенно отличающуюся неформальными практиками среду стран с переходными экономиками.

Однако это не означает, что в процессе рыночной трансформации государство полностью отказывается от регулирующего вмешательства в экономику в целом и в конкурентную среду в частности. По мнению В. А. Гордеева, рынок и конкуренция развиваются в соответствии с объективными экономическими законами, а результатом этого объективно-экономического развития выступает достижение антиконкурентного монопольного состояния на рынке, что влечет за собой дополнительные риски развития экономики⁶.

Государство призвано нивелировать те провалы, которые объективно характерны для рыночного механизма координации деятельности экономических агентов. В обобщенной характеристике провал рынка представляет собой неспособность рыночных механизмов в ряде экономических ситуаций координировать поведение экономических агентов с целью достижения эффективности по Парето. К таким провалам Т. Сендлер⁷ относит следующие:

- порождение рынком монополизма, в этом случае очевидна необходимость внешнего регулирования рынков во избежание подобных эффектов;

- чистый рынок не мотивирован к производству общественных благ, бесплатных для конечного потребителя;

- рынок не в состоянии устранить внешние эффекты своей деятельности (экстерналии);

- рыночный инструментарий не обеспечивает справедливой реаллокации социальных благ по причине функционирования в режиме «естественного отбора»;

- рыночный механизм способствует появлению и развитию эффекта асимметрии информации.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что рынок, ограниченный лишь собственным внутренним инструментарием, не обеспечивает справедливого социально-экономического развития общества и производства общественных благ. Поэтому государство берет на себя обязанность и несет ответственность за создание и дальнейшее поддержание равных условий для осуществления конкурентных взаимодействий рыночных акторов и ограничение возможности монопольного захвата тех или иных рынков. Также государство обеспечивает производство общественных товаров и услуг и занимается устранением внешних эффектов. Указанные направления государственной экономической политики являются минимально необходимым комплексом государственного вмешательства в экономику вследствие неспособности рынка обеспечить эффективное использование ограниченных ресурсов⁸.

Оценка роли и места государства в управлении конкурентной средой с применением институционального инструментария экономической теории предполагает анализ теоремы Коуза и ее применимости к изучаемому объекту — конкурентной среде. Как известно, введение в научный оборот понятия «теорема Коуза», как и формулировка самой теоремы, осуществлены лауреатом Нобелевской премии по экономике 1982 г. Дж. Стиглером (о чем писал и сам Р. Коуз⁹):

⁵ Полтерович В. М. Трансплантация экономических институтов // Экономическая наука современной России. 2001. № 3. С. 24.

⁶ Родина Г. Рынок и государственное регулирование // Экономист. 2011. № 3. С. 86 (материалы круглого стола на тему: «Воздействие институтов рынка на государственное регулирование экономики»).

⁷ Сендлер Т. Экономические концепции для общественных наук / пер. с англ. М.: Весь мир, 2006. С. 11.

⁸ Родина Г. А. Фиаско рынка vs. Фиаско государства: кто кого? // Теоретическая экономика. 2011. № 3. С. 27.

⁹ Коуз Р. Фирма, рынок и право / пер. с англ. М.: Новое издательство, 2007. С. 151.

«...В условиях совершенной конкуренции частные и общественные издержки будут равны»¹⁰, и даже при неравенстве частных и общественных издержек рынок в условиях совершенной конкуренции самостоятельно максимизирует ценность общественного производства.

Данная теорема активно обсуждалась как в зарубежной научной литературе (например, такими учеными, как С. Велиц¹¹, Д. Реган¹², Дж. Аутен¹³, У. Швайцер¹⁴), так и в российской (современными учеными-экономистами А. Шаститко¹⁵, Б. Малышевым¹⁶, О. Красильниковым¹⁷, П. Гребенниковым, Д. Ривером¹⁸ и др.). Р. Капелюшников¹⁹ и А. Олейник²⁰ вели строгую дискус-

сию относительно содержания ее трактовок и возможного доказательства.

А. Олейник следующим образом формулирует теорему Коуза: «Если права собственности четко специфицированы и трансакционные издержки равны нулю, то структура производства будет оставаться неизменной независимо от изменений в распределении прав собственности, если отвлечься от эффекта дохода»²¹. Б. Малышев интерпретирует ее так: «Если права собственности специфицированы и трансакционные издержки равны, на рынке совершенной конкуренции каждый фактор производства используется оптимальным образом»²².

Часто и небезосновательно теорема Коуза подвергается критике, исходя из постулата о том, что рыночных сделок без трансакционных издержек не существует. О. Красильников пишет: «Принимая за исходное условие равенство трансакционных издержек нулю, Р. Коуз тем не менее доказывает свою теорему с использованием этих самых издержек. Чем иначе, как не трансакционными издержками, являются те деньги, которые фермер платит скотоводу за уменьшение количества прогоняемого скота по своим землям или скотовод — фермеру за его увеличение при различной спецификации прав собственности и доходности производства»²³.

В этой связи целесообразно остановиться еще на ряде моментов, которые упускает теорема Коуза, но они являются чрезвычайно важными при анализе жизнеспособности данной модели. Оценка теоремы произ-

¹⁰ *Stigler G. J. The Theory of Price* / 3rd ed. N. Y.: Macmillan Co., 1966. P. 113.

¹¹ *Wellisz S. On External Diseconomies and the Government assisted Invisible Hand* // *Economica* (new series). 1964. Nov. Vol. 31. P. 345–361.

¹² *Regan D. H. The Problem of Social Cost Revisited* // *Journal of Law and Economics*. 1972. Oct. Vol. 15. №2. P. 427–437.

¹³ *Auten G. E. Discussion* // *Theory and Measurement of Economic Externalities* / Ed. by S. A. Y. Lin. N. Y.: Academic Press, 1976. P. 38.

¹⁴ *Schweizer U. Externalities and the Coase Theorem: Hypothesis or Result?* // *Journal of Institutional and Theoretical Economics*. 1988. Vol. 144. No 2.

¹⁵ *Шаститко А. Теорема Коуза: проблемы и недоразумения* // *Вопросы экономики*. 2002. № 10. С. 94–99.

¹⁶ *Малышев Б. Критика критики теоремы Коуза* // *Вопросы экономики*. 2002. № 10; *Красильников О. Еще раз к критике теоремы Коуза* // *Вопросы экономики*. 2002. № 3. С. 100–105.

¹⁷ *Красильников О. Еще раз к критике теоремы Коуза* // *Вопросы экономики*. 2002. № 3. С. 138–142.

¹⁸ *Гребенников П., Ривера Д. Теорема Коуза — реальность или фикция?* // *Финансы и бизнес*. 2007. № 4. С. 52–61.

¹⁹ *Капелюшников Р. И. И еще раз — о теореме Коуза (критические заметки)*. Препринт WP3/2006/02. М.: ГУ ВШЭ, 2006.; *Капелюшников Р. И. Новая атака на теорему Коуза*. Препринт WP3/2007/01. М.: ГУ ВШЭ, 2007.

²⁰ *Институциональная экономика* / под ред. А. Олейника. М.: ИНФРА-М, 2005. С. 554–590.; *Олейник А. Роль*

государства в установлении прав собственности (К вопросу о теореме Коуза) // МЭиМО. 2003. № 7; *Олейник А. Н. О трудностях сосуществования: границы решения проблем нежелательного соседства в свете теоремы Коуза* // *Экономический вестник Ростовского государственного университета*. 2006. Т. 4. № 3. С. 54.

²¹ *Олейник А. Институциональная экономика*. М.: ИНФРА-М, 2000. С. 126.

²² *Малышев Б. Указ. соч.* С. 101.

²³ *Красильников О. Указ. соч.* С. 139.

водится исключительно экономико-математическим аппаратом с привлечением теории игр, которая предполагает адекватное принятие экономических решений обеими сторонами, принимающими участие в оценке внешних эффектов того или иного экономического акта, по результатам которого путем прямых переговоров стороны должны прийти к взаимовыгодному решению. Однако на практике акторы могут руководствоваться не только экономическими мотивами, но и любыми другими внутренними предпочтениями, не связанными с экономической рациональностью. В таком случае путем прямых переговоров без вмешательства внешнего институционального арбитра стороны могут и вовсе не достичь обоюдного решения.

Одним из аргументов выступает четкая спецификация прав собственности, поскольку на практике недостаточно только специфицировать права собственности одних акторов. Действительно, права собственности одних агентов — это одновременно обязанность других по соблюдению прав первых. Поэтому необходимы формирование и реализация в обществе механизма принуждения по отношению к остальным акторам-несобственникам к соблюдению четко специфицированных прав, а это явная прерогатива внешнего института — такого, как государство.

Также данная модель не учитывает развитие экономической ситуации во времени. В период t_n контрагенты найдут точку равновесия и придут к соглашению об оценке последствий внешнего эффекта. Однако в периоде $t_n + 1$ при условии резкого изменения рыночной конъюнктуры оценка последствий внешнего эффекта также кардинально изменится вслед за позитивной или негативной динамикой рынка. В таком случае акторы могут не найти общего согласия по компенсации внешнего эффекта, а потерпевшая сторона не сможет восполнить упущенную выгоду. В качестве примера допустим, что растениевод позволяет живот-

новоду увеличить поголовье скота, оценивая ущерб в 10 единиц за тонну, предполагая потерять 2 тонны урожая от выгула скота соседа. С резким изменением цен на зерно с 10 до 100 единиц за тонну животноводу становится невыгодно разводить дополнительные единицы голов скота, и он сокращает поголовье до начальных показателей. При этом растениевод уже не успеет вырастить зерно на продажу. В результате и внешний эффект не будет компенсирован, и структура производства претерпит изменения.

Модель, описываемая теоремой Коуза, также не учитывает возможного различия в масштабах самих экономических агентов. В случае выявления отрицательного внешнего эффекта для небольшой группы физических лиц от деятельности крупной нефтедобывающей компании, очевидно, что урегулирование этого эффекта будет осуществлено с максимальной выгодой для относительно более сильного экономического агента, у более слабого контрагента, очевидно, не хватит ресурсов и эффекта масштаба для равноценной борьбы.

Автор теоремы также не обращает внимания на возможность рыночных агентов сконцентрироваться на целенаправленном создании отрицательных внешних эффектов с целью перераспределения доходов от деятельности добросовестных экономических агентов. Например, недобросовестный участник рынка сможет завладеть участком земли в непосредственной близости от предприятия, занимающегося добычей и бутилированием чистой питьевой воды. На этом участке такой недобросовестный актор может разместить, предположим, мусорную свалку, которая способна загрязнить источник, тем самым разрушив бизнес соседа. Очевидно, что собственники предприятия, не имея других инструментов воздействия, будут готовы заплатить разумную цену за прекращение загрязнения своего источника воды. Очевидно, что структура производства может измениться, а внешний эффект будет создаваться исключительно

в целях наживы на контрагенте. Подобный инструментарий используется в недобросовестной конкурентной борьбе для целей слияний и поглощений либо для устранения конкурирующих экономических агентов, что опять-таки приведет к монополизации того или иного рынка.

Все эти аргументы приводятся с целью повышения убедительности доводов о необходимости создания четких, ясных, а главное — равных и обязательных для всех правил координации деятельности рыночных агентов. За формирование формальных законов отвечает государство, только в его силах установить формальные законы и обеспечить механизм эффективного принуждения к их исполнению. Рыночные механизмы даже в условиях совершенной конкуренции выполнить эту функцию заведомо неспособны.

Однако и функционирование государства характеризуется наличием ряда провалов, т. е. невозможностью достижения Парето-эффективного состояния в некоторых аспектах его деятельности. Другими словами, это ситуация, при которой государство не в состоянии эффективно использовать и распределять общественные ресурсы.

По мнению О. В. Архиповой²⁴, недостатки государства возникают из двух основных особенностей данного института:

- механизма демократического аппарата, который ведет к Парето-неэффективности;

- посреднического характера деятельности государства — государственной бюрократии.

Исследование провалов государства в результате его функционирования позволяет выявить тот факт, что функционирование несовершенно, более того — зачастую негативно, следовательно, использовать такой инструмент необходимо по факту скру-

пулезного анализа и только в условиях, когда возможности рынка себя полностью исчерпали.

К провалам государства относят следующие эффекты²⁵:

- ограниченность необходимой для принятия решений информации;

- неспособность государства полностью контролировать реакцию контрагентов на его действия;

- несовершенство политического процесса в связи с рациональным неведением избирателей, принятием произвольных, волюнтаристских решений, влиянием групп специальных интересов и их постоянной погоней за рентой;

- ограниченность контроля над государственным аппаратом;

- завышение объема производства общественных благ и связанная с этим растрата ресурсов;

- образование государством через перераспределительные процессы новых форм неравенства и дискриминации;

- рост издержек на содержание бюрократического аппарата сверх оптимального уровня;

- отвлечение юристов, экономистов, менеджеров и т. п. от участия в производстве продукции и услуг на фирмах.

Таким образом, с одной стороны, рыночные механизмы самостоятельно не в состоянии удовлетворять требованиям современной экономики по обеспечению эффективной реаллокации ресурсов и предотвращению захвата монопольной власти рыночными агентами, а, с другой стороны, учитывая существование ряда провалов государства, объективно необходимо государственное вмешательство в рыночную экономику, однако со строгой регламентацией его границ и направлений:

²⁴ Архипова О. В. Анализ провалов государства и провалов рынка в сравнительной форме // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 27 (208). Экономика. Вып. 29. С. 14.

²⁵ Архипова О. В. Эволюция понятий «функции государства» и «провалы государства» // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 6 (187). Экономика. Вып. 26. С. 57–58.

— конструированием конкурентных правил, выражающихся в формальных законах, которые равнообязательны абсолютно для всех акторов рынка, и ни один из акторов не вправе и не в силах их изменять;

— созданием условий для неформальных практик, вектор которых будет сопоставлен с действующими формальными законами;

— контролем над соблюдением действующих правил всеми рыночными акторами.

Регулирование конкурентной среды выступает составной частью государственной экономической политики. В свою очередь сам процесс регулирования конкурентной среды делится на следующие составляющие:

— формирование фундаментальных институтов конкурентной среды²⁶ и развитие конкуренции;

— защита конкурентной среды от внутреннего саморазрушения под действием чистых рыночных механизмов, что и представляет собой антимонопольная экономическая политика государства.

Формирование института эффективной конкурентной среды в современных условиях — это не спонтанный эволюционный отбор наиболее качественных институтов, а целенаправленная деятельность государства по ее скрупулезному формированию в соответствии с общей институциональной моделью государственного строительства. Качественную оценку результатам экономической политики по формированию конкурентной среды дают различные международные рейтинги, прежде всего, международный рейтинг конкурентоспособности, который осуществляется в рамках Международного экономического форума (Global Competitiveness Report).

По оценке международной группы специалистов по состоянию на 2010–2011 гг.,

Россия занимает 63 место²⁷ среди обследованных 139 стран, подтверждая эту позицию аналогичным местом в рейтинге предыдущего года (2009–2010 гг.).

По уровню развития внутренней конкуренции Россия находится на 115-м месте, по эффективности антимонопольной политики — на 108-м, по общему уровню налогового бремени — на 95-й позиции. Количество процедур для открытия нового дела держится на 88-й позиции, а необходимое время для старта бизнеса оценено экспертами лишь как 93-е среди обследованных стран.

Анализ показателей данного исследования Международного экономического форума позволяет сделать вывод о том, что экономика России в настоящее время остается на столь невысокой позиции в рейтинге конкурентоспособности благодаря доставшейся в наследство от плановой экономики системе образования и здравоохранения, высокоразвитой железнодорожной инфраструктуре, высокой конъюнктуре мировых цен на углеводороды (что объясняет высокую позицию России в рейтинге по показателям государственного долга и кредитному рейтингу страны). Фактически за последние два десятилетия в стране была заново создана только отрасль телекоммуникаций, что обеспечивает высокие показатели доступности мобильной связи и качественного и доступного выхода в глобальную сеть Интернет. По показателям развитости фундаментальных институтов конкурентной среды Россия не входит даже в первую сотню участников рейтинга, а осуществляемая институциональная реформа, модернизация антимонопольного регулирования, институционализация предпринимательской деятельности, оздоровление финансового рынка и обеспечение доступности его инструментария предпринимателям пока оцениваются международными экспертами достаточ-

²⁶ Жук А. А. Конкурентная среда рынков: институционально-экономические характеристики // Современная конкуренция. 2011. № 4 (28).

²⁷ The Global Competitiveness Report 2010–2011. World Economic Forum. Switzerland. 2011. P. 15.

но низко. Среди стран БРИКС Россия (63) выступает замыкающей. Лидирует с большим отрывом от участников группы Китай (27), затем следуют Индия (51), Южная Африка (54) и Бразилия (58).

Очевидно, что такие результаты рыночной институционализации свидетельствуют об отсутствии единой концепции институционального развития страны в целом и концепции институциональной модернизации конкурентной среды, в частности Н. И. Усик предлагает общую институциональную модель развития России²⁸, которая функционирует посредством:

- институционального механизма ограничения экономической власти элит, использующей методы внерыночного принуждения, что ограничивает конкуренцию и снижает эффективность;

- создания условий для превращения краткосрочных инвестиций в капитальные активы в долгосрочные;

- выработки принципов поддержания конкурентоспособности для применения технологических и нетехнологических конкурентных преимуществ.

Реализация этой институциональной модели осуществляется через формируемые нормы и правила, отражающие ограничения — формальные (законодательство, регулирующие правила, вводимые властными структурами, изменения в Конституции) и неформальные (нормы, соглашения, личные стандарты честности). Необходимо отметить, что такая концепция соответствует нашему предположению о структуре экономического института как совокупности формальных законодательных норм (принимаемых государством) и окружающих их неформальных практик²⁹.

²⁸ Усик Н. И. Общая институциональная модель развития экономики России // Теоретическая экономика. 2011. №3. С. 39.

²⁹ Жук А. А. Структурные и динамические аспекты нестабильности экономических институтов // Перспективы науки. 2010. №3 (05). С. 122.

Таким образом, общая институциональная модель развития предполагает механизм нивелирования провалов рынка и государства, проведение определенного и осознанного курса развития, особое выделение необходимости самосохранения, защиты интересов государства на современном этапе институциональной динамики и сохранения конкурентной среды и конкурентоспособной экономики.

Проведенное исследование еще раз доказывает необходимость государственного регулирования конкурентной среды в современных экономических условиях. Провалы рынка и государства очевидны и достаточно глубоко проанализированы в экономической науке. Основываясь на этих знаниях, а также на зарубежном опыте государственного регулирования национальных экономик, можно сделать вывод о необходимости государственного вмешательства в конкурентную среду, ограниченного конструирования адекватных правил и позитивных неформальных практик, а также жесткого надзора за их соблюдением акторами конкурентной среды.

Провалы институционального строительства конкурентной среды

Проанализировав провалы рынка и государства в регулировании конкурентной среды, необходимо остановиться на проведении исследования по выявлению провалов институционального строительства рассматриваемой экономической категории с целью определения направлений, позволяющих произвести эффективную трансформацию объекта исследования и достичь уровня его оптимального состояния.

Проблема источников формируемых экономических институтов в России обозначена довольно давно и широко обсуждается в научной экономической литературе. Исследо-

вания, посвященные импорту³⁰, трансплантации³¹ экономических институтов, их заимствованию и выращиванию³², проектированию³³, селекции и протезированию³⁴, трансферту³⁵, институционализации³⁶ и институциональной модернизации³⁷, в конечном счете, эволюции институтов³⁸ и эволюционной модернизации³⁹

³⁰ Лесных В. В., Попов Е. В. Системный подход к проблеме импорта институтов в российскую экономику // Вестник УГТУ-УПИ. 2008. № 2. С. 9–11.

³¹ Полтерович В. М. Трансплантация экономических институтов // Экономическая наука современной России. 2001. № 3. С. 24.

³² Кузьминов Я., Радаев В., Яковлев А., Ясин Е. Институты: от заимствования к выращиванию // Вопросы экономики. 2005. № 5. С. 5.

³³ Тамбовцев В. Л. Теоретические вопросы институционального проектирования // Вопросы экономики. 1997. № 3. С. 82.

³⁴ Клейнер Г. Б. Институциональные изменения: проектирование, селекция или протезирование? / Постсоветский институционализм / под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Дементьева. Донецк: Каштан, 2005. С. 408.

³⁵ Олейник А. Н. Институциональный трансферт: субъекты и ограничения (российский случай в глобальном контексте) // Постсоветский институционализм / под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Дементьева. Донецк: Каштан, 2005. С. 434.

³⁶ Белокрылова О. С. Императивы институционализации взаимодействия бизнеса и власти в местном социуме / Постсоветский институционализм — 2006. Власть и бизнес. Монография / под ред. Р. М. Нуреева. Ростов н/Д: Наука-Пресс, 2006. С. 295.

³⁷ Белокрылова О. С. Институциональная модернизация конкурентной среды российских рынков / Постсоветский институционализм — 2007: варианты институционального развития России: предпосылки, закономерности, перспективы: сб. статей / под ред. Р. М. Нуреева. Томск: изд-во Томского государственного педагогического университета, 2008. С. 213.

³⁸ Вольчик В. В. Нейтральные рынки, ненейтральные институты и экономическая эволюция // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2004. Т. 2. № 2. С. 55; Вольчик В. В. Эффективность рыночного процесса и эволюция институтов // Известия вузов. Сев.-Кав. регион. Сер. «Общественные науки». 2002. № 4.

³⁹ Кирдина С. Г. Институциональная структура современной России: эволюционная модернизация // Вопросы экономики. 2004. № 10. С. 89.

непрерывно проводятся последние два десятилетия отечественными и зарубежными экономистами, а их результаты широко представлены в научной литературе.

Общей методологической платформой исследований источников формирования институтов является традиционное для неоинституционализма аксиоматичное исходное положение о разделении экономических институтов на формальные и неформальные. В результате осуществляемые в этой области институционально-экономического анализа исследования концентрируются в основном на аудите способов заимствования формальных институционально-правовых актов из развитой институционально-рыночной среды и механизмах их внедрения в институциональную матрицу⁴⁰ российской экономики. Чаще всего результатом проведенного неоинституционального анализа той или иной области институционального строительства является вывод о том, что «трансплантированный» институт не приживается в отечественной институциональной среде, трансформируется под воздействием неформальных практик и в итоге приобретает несвойственные изъётому у донора оригиналу характеристики, а экономические акторы предпочитают координировать свое поведение в соответствии с неформальными практиками, фактически противоречащими фабуле введенных в действие формальных законов.

Анализ содержания и результатов проводимых в России институциональных реформ показывает, что они сводились и сводятся лишь к прямому заимствованию формальных норм и попыткам их внедрения в систему отечественных экономических институтов. В связи с этим за пределами внимания государства в лице институциональных проектировщиков остаются неформальные практики, непосредственно влияющие

⁴⁰ Кирдина С. Г. Институциональные матрицы и развитие России. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 2001. С. 58.

на результаты координации экономических агентов внутри экономического института. В итоге направления мотивов формальных законов и неформальных практик вследствие асимметричности институциональной мотивации экономических субъектов могут не совпасть, что чаще всего и происходит на практике. Поэтому сформированный в конечном итоге экономический институт деформируется и не является конгруэнтным институциональной норме страны реципиента. Обоснованная гипотеза механизма институциональной мутации полностью укладывается в рамки теоретической модели зависимости институциональных трансформаций от предшествующей траектории развития П. Дэвида⁴¹.

Проблема мутации возникает и при осуществлении собственного институционального строительства. Экономический анализ принимаемых законопроектов, исследование неформальных практик, их корректировка под трансформируемые или вновь вводимые формальные законы на уровне государства не производится. Результатом такой бездеятельности в итоге выступает невостребованность экономическими акторами формального закона, который постепенно обрастает множеством отличных от его системы координат неформальных практик. Более того, впоследствии сами формальные законы могут мутировать под давлением неформальных практик, тем самым демонстрируя эффект отрицательного отбора.

Не является исключением в истории системной институциональной реконструкции и процесс формирования конкурентной среды российской экономики. Прежде всего, построение эффективной конкурентной среды как системы, внутри которой экономические акторы осуществляют конкурентные взаимодействия, не идентифицируется

государством как цель экономической политики. Эта цель подменялась (как, впрочем, и в настоящее время) развитием самого процесса конкурирования в основном для достижения результатов в виде общего снижения цен, упуская из внимания те социально-экономические и инфраструктурные условия, в которых этот процесс осуществляется.

Исследование процесса институционального строительства на основе использования общенаучного историко-генетического подхода предполагает итерационный анализ процесса институционального проектирования конкурентной среды в ходе рыночно-трансформационных преобразований. Стартовой точкой такого процесса проектирования и создания современных институтов конкурентной среды можно считать принятие Закона СССР от 26 мая 1988 г. № 8998-XI «О кооперации в СССР», на который возлагались надежды по стимулированию экономической активности агентов, их конкуренции на товарных рынках и, как следствие, — повышение общей эффективности хозяйствования в стране, снижение цен на товары, работы и услуги. Однако механизмы развития и защиты конкуренции в данном Законе еще не были прописаны.

Первым формальным документом, направленным на развитие института конкурентной борьбы и признание неэффективности доминировавшей государственно-монополистической формы хозяйствования, является Постановление Совета Министров СССР от 16 августа 1990 г. № 835 «О мерах по демополизации народного хозяйства», в котором отмечается, что «...на пути последовательного проведения в жизнь экономической реформы возникли трудности, непосредственно связанные с проявлениями монополизма, которые выступают тормозом дальнейших прогрессивных преобразований в народном хозяйстве». Этот документ был принят еще в условиях тотального огосударствления всех сфер экономической деятельности и нацеливался на его сниже-

⁴¹ Дэвид П. Клио и экономическая теория QWERTY // Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса / под ред. Я. И. Кузьминова М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. С. 139.

ние. Однако, к сожалению, он предопределил лишь антимонопольный характер политики государства в области построения конкурентной среды, значительно сузив тем самым рамки политики государства в этом направлении в ущерб акценту на полноценное качественное институциональное развитие конкурентной среды.

Спустя год Верховный совет РСФСР принимает Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», который посвящен борьбе с монополистической деятельностью, в нем вскользь упоминаются формы недобросовестной конкуренции и подробно регламентируется деятельность антимонопольного органа, к основным задачам которого отнесено содействие и формирование рыночных отношений на основе развития конкуренции и предпринимательства. Здесь же указано, что этот орган занимается развитием антимонопольного законодательства и практики его применения путем внесения предложений законодательным органам. Следует отметить, что данный Закон продолжает действовать (безусловно, частично) и в настоящее время. За 20 лет действия в него 10 раз вносились изменения.

Конституция РФ, принятая всенародным голосованием 12 декабря 1993 г., в ст. 8 гарантирует единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержку конкуренции, свободу экономической деятельности. Также в ней закреплены права граждан России на предпринимательскую деятельность (кроме деятельности, направленной на монополизацию и недобросовестную конкуренцию), защиту собственности, труд и отдых. Тем самым Конституция гарантирует функционирование ряда фундаментальных институтов конкурентной среды.

В 1995 году отрывочные формальные нормы конкурентной среды пополняются Федеральным законом от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях»,

который определяет естественную монополию как особое состояние рынка, характеризует субъект естественной монополии, определяет государственный орган, ответственный за регулирование деятельности субъектов естественной монополии, и методы регулирования их деятельности, а также контрольно-надзорные функции государства. За 16 лет действия данного Федерального закона в него 11 раз вносились изменения.

Справедливости ради следует отметить, что государство предпринимало систематические попытки отраслевой защиты конкуренции. Как известно, реклама является одним из основных и мощнейших инструментов конкурентной борьбы. Очевидно, что использование этого инструмента должно быть оговорено определенными рамками и правилами, равнообязательными для всех экономических агентов. Для этого в 1995 г. принимается Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе», регламентирующий общие требования к рекламе, а также определяющий характеристики недобросовестной, недостоверной, неэтичной, заведомо ложной, скрытой рекламы и т. д. Также определяются полномочия и функции антимонопольного органа как регулятора конкуренции в данной отрасли. За неполных 11 лет Федеральный закон претерпел 8 корректировок. С 1 июля 2006 г. этот формальный нормативный акт заменен на новый Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», который на настоящий момент имеет уже 16 редакций.

Сходная ситуация сложилась на отраслевом квазирынке⁴² размещения государственного и муниципального заказа. С 1997 года государство предпринимает попытки сконструировать конкурентные механизмы распределения бюджетных средств и осуществ-

⁴² Коротцев М. А. Институциональная структура и механизмы функционирования квазирынков в общественном секторе. Ростов н/Д: Содействие — 21 век, 2009. С. 260.

вления бюджетных расходов. Его институционализация началась с принятием Указа Президента РФ от 8 апреля 1997 г. № 305 «О первоочередных мерах по предотвращению коррупции и сокращению бюджетных расходов при организации закупки продукции для государственных нужд». Как видно из названия этого нормативного акта, его основное предназначение — снижение коррупционного эффекта и за счет повышения прозрачности процедуры закупок, привлечения дополнительных участников на этот рынок, а также снижение затрат на единицу закупаемой продукции и повышение эффективности государственных расходов в целом. Так было положено начало формированию института государственных закупок, поскольку вводились единые правила осуществления закупок для всех заказчиков, а процедуры закупок стали адекватны мировым требованиям. Данный нормативный акт, регулирующий правила проведения закупочных кампаний распорядителями бюджетных средств всех уровней, был заимствован из институциональной среды развитых стран, где такой экономический институт имеет почти двухвековую историю развития и принят как типовый закон о закупках товаров (работ) и услуг, рекомендованный к применению странам — членам ООН⁴³. Однако возникает проблема конгруэнтности или ее отсутствия между формальными законами страны-донора и неформальными практиками страны-реципиента⁴⁴. Импорт формальной части института государственных и муниципальных закупок, осуществленный «сверху», и его административно-стимулируемая имплантация в сис-

тему пережившей масштабный финансовый кризис 1998 г. российской экономики, без учета корректировок неформальных практик, детерминировали нестандартные и совершенно неожиданные эффекты, прежде всего, масштабную коррупцию.

Очевидно, «...хотя формальные правила можно изменить за одну ночь путем принятия политических или юридических решений, неформальные ограничения, воплощенные в обычаях, традициях и кодексах поведения, гораздо менее восприимчивы к сознательным человеческим усилиям»⁴⁵. В силу этого импорт конкурсной системы распределения бюджетных средств как институционально-рыночной инновации обусловил сложности ее «вживаемости» в сложившуюся практику государственных закупок. Новая, чуждая госчиновникам институциональная среда, лишаящая их неформальной ренты, вызвала активное противодействие ее внедрению. Однако в целом данная институциональная реформа была признана экспертами одной из самых успешных среди всех управленческих реформ за 15 лет экономической трансформации России⁴⁶.

Однако при строительстве этого экономического института государством было упущено из виду, что формальные правила, закрепленные в институционально-правовых актах, не учитывали специфику государственного устройства России, в частности, сложившуюся трехуровневость власти: федеральной, региональной (субъекты Федерации) и муниципальной (местной), а также тот факт, что местная власть Конституцией РФ выведена из структуры органов государственной власти РФ⁴⁷. Как следствие, принятый во исполнение названного Указа Президента РФ Федеральный за-

⁴³ Типовой закон ЮНСИТРАЛ о закупках товаров (работ) и услуг. Комиссия ООН по праву международной торговли. Ежегодник. 1994 год. Т. XXV. Нью-Йорк: Организация Объединенных Наций, 1996. С. 417–440.

⁴⁴ Олейник А. Н. Институциональный трансферт: субъекты и ограничения (российский случай в глобальном контексте) // Модернизация экономики и наращивание институтов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. С. 295–296.

⁴⁵ Норт Д. Институты, институциональные изменения функционирования экономики. М.: НАЧАЛА, 1997. С. 21.

⁴⁶ Смирнов В. И. Блиц-интервью // Госзаказ. 2005. № 1. С. 5.

⁴⁷ Конституция Российской Федерации.

кон от 6 мая 1999 г. №97-ФЗ «О конкурсах на размещение заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных нужд» регламентировал процедуры проведения конкурсных торгов только для нужд Федерации. Поэтому закупки для субъектов Федерации и для нужд муниципалитетов подлежали институционализации собственными нормативными актами, что спровоцировало несогласованность действий государственных заказчиков, неопределенность поведения их потенциальных контрагентов — участников торгов и нарастающую асимметрию информации. Это обусловило необходимость унификации формального законодательства, установления единых правил проведения закупочных кампаний распорядителями бюджетных средств всех уровней в рамках единого Федерального закона, регламентирующего закупки для государственных и муниципальных нужд, которая возникла уже на первом этапе институционализации рынка государственных и муниципальных заказов. В итоге в 2005 г. был принят Федеральный закон от 25 июля 2005 г. №94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», который систематизировал квазирынок государственных и муниципальных закупок, прекратив действие большого количества разрозненных формальных нормативных актов. Тем не менее, данный формальный Федеральный закон, отвечающий за функционирование всего института, крайне нестабилен. За 6 лет его существования он корректировался уже 30 раз.

Попытки государства защитить конкуренцию не обошли стороной и отечественный финансовый рынок. В 1999 году был принят Федеральный закон от 23 июня 1999 г. №117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», предметом регулирования которого выступали отношения, влияющие на конкуренцию на рынке ценных бумаг, рынке банковских услуг, рынке страхо-

вых и иных услуг, направленные на защиту конкуренции на рынке финансовых услуг. В соответствии с указанным Федеральным законом полномочным представителем государства, выполняющим функции контролера, арбитра и инициатора институциональных новаций на данном рынке, традиционно выступает антимонопольный орган. Фактически закон направлен на антимонопольное регулирование рынка. Механизмов развития акторов рынка, а также инструментов развития самой конкуренции рассматриваемым Федеральным законом не предусмотрено. Тем не менее существенным достижением указанного формального Федерального закона выступает строгая детерминация основных элементов финансового рынка в статье 3 данного Федерального закона: финансовая услуга, финансовая организация, рынок финансовых услуг, конкуренция на рынке финансовых услуг, недобросовестная конкуренция на рынке финансовых услуг, концентрация капитала на рынке финансовых услуг, группа лиц, соглашение, аффилированное лицо. Такая четко детерминированная терминология с этого момента может использоваться не только антимонопольными органами, но и соответствующими ведомствами, регулирующими финансовый рынок. Из сказанного следует, что формальное определение и законодательное закрепление таких понятий начинает выступать элементом конкурентной политики в финансовой сфере.

Однако из проанализированных выше формальных нормативных актов по государственной защите конкуренции последний упомянутый нами Федеральный закон оказался наиболее стабильным и гибко адаптирующимся к динамичности рыночных изменений. Просуществовав чуть менее 7 лет, он претерпел всего 2 редакции и был отменен Федеральным законом от 26 июля 2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции». Продолжая традицию предыдущих формальных нормативных актов, новый Федеральный закон направлен на защиту конкуренции, в том

числе предупреждение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции; недопущение, ограничение, устранение конкуренции кем бы то ни было.

Как показывает проведенный анализ содержательности формальной институционализации конкуренции, государственным полномочным органом по ее защите традиционно выступает антимонопольный орган, в функции и компетенции которого входит, в том числе, обобщение и анализ практики применения антимонопольного законодательства, разработка рекомендаций по его применению. Но этот Федеральный закон также характеризует вопиющая нестабильность: за 6 лет существования он претерпел 16 корректировок, причем⁴⁸ последние 3 в него внесены в течение 18 дней: с 1 по 18 июля 2011 г.

Проведенный ретроспективный анализ формальных законов, направленных на институционализацию отдельных компонентов российской конкурентной среды, позволяет сделать вывод о том, что государственная политика по ее формированию и развитию конкуренции фактически подменена антимонопольным регулированием и защитой конкуренции. В силу этого сама реализуемая конкурентная политика характеризуется глубокой бессистемностью и непоследовательностью, носит декларативный характер. Такая политика не направлена на создание оптимальных условий для развития рыночных агентов и их взаимодействия на рынках по поводу реализации своих конкурентных преимуществ. Эта политика не имеет ни конкретных целей и задач, ни, соответственно, определенных механизмов их достижения.

В целом государственная политика представляет собой комплекс последовательных действий, осуществляемых субъектом (субъектами) в отношении определенных объектов с определенной целью, и предполагает

установление обязательных правил, поддерживаемых соответствующими механизмами, обеспечивающими соблюдение данных правил хозяйствующими субъектами⁴⁹. Соответственно, государственная политика в области институционального строительства конкурентной среды должна состоять из проектирования и создания формальных законов с учетом существующих неформальных практик и традиций, а также формирования и/или необходимой корректировки неформальных практик в направлении координирующих мотивов формальных законов. Только в таком случае результатом осуществляемого институционального строительства станет эффективный, востребованный экономическими акторами институт. В силу этого разработка формального закона является необходимым, но явно недостаточным условием институционализации конкурентной среды, необходимо информировать экономических акторов о целях и задачах разрабатываемого института, о выгодах каждого конечного агента рынка от следования правилам координации, определяемых данным институтом, обучать агентов принципам и инструментам этой координации внутри института.

Важным фактором устойчивой координации в рамках экономического института выступает его стабильность. Проведенный анализ ярко демонстрирует чрезвычайную нестабильность экономических институтов конкурентной среды, акторы просто не успевают корректировать свои рыночные транзакции вслед за изменением самих институтов. Это вносит хаос и неопределенность в процесс функционирования конкурентной среды и, как следствие, чрезвычайно снижает его эффективность.

Проведенный анализ предшествующего опыта институционального строительства конкурентной среды выявил еще одну па-

⁴⁸ По состоянию на 1 августа 2011 г.

⁴⁹ Авдашева С., Шаститко А. Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России // Вопросы экономики. 2003. №9. С. 18.

радоксальную ситуацию. Дело в том, что государство возлагает функции инициатора институционального строительства (инициатора принятия формальных законов или их корректировки), а также функции по контролю соответствия рыночных трансакций координатам формальных норм на один и тот же государственный институт — орган антимонопольного регулирования (в настоящее время — Федеральная антимонопольная служба РФ). В результате регулятор наделяется колоссальными возможностями по созданию и реконструкции формальных законов в соответствии со своими внутренними представлениями и потребностями. Представляется более эффективным разделить функционал по проектированию формальных составляющих экономических институтов от контрольно-надзорной функции по принципу разделения властей, в данном случае — законодательную и надзорную. Очевидно, что проектировать институты должен один орган (тем более что в структуре органов государственной власти такой орган уже создан — Департамент развития конкуренции МЭР РФ), а надзорную функцию оставить за существующим антимонопольным органом — ФАС РФ.

Безусловно, государственное институциональное строительство должно осуществляться целенаправленно и системно. В настоящее время направления институционального строительства конкурентной среды искусственно ограничены лишь антимонопольным регулированием и элементами защиты самого процесса конкурентного взаимодействия. В то же время проектированию и развитию конкурентной среды в целом и конкуренции, в частности, уделяется недостаточно внимания. Положительным примером проектирования экономического института конкурентной среды видится лишь квазирынок размещения бюджетных заказов, в рамках которого государством предложены инновационные конкурентные инструменты и механизмы, а не только инструменты ограничения монопольной власти. Причем в дан-

ном случае институт формировался из двух источников: заимствованная часть института (общие принципы закупок) дополнялась самостоятельно выращенными элементами (электронный аукцион).

Действительно, необходимо не только защищать конкуренцию от негативных монопольных эффектов, но и развивать экономические условия конкурентного взаимодействия, в которых экономические акторы осуществляют свои трансакции. В таком разрезе кажется весьма актуальным и уместным предложение С. С. Сулакшина о разработке и принятии единого формального нормативного акта — Конкурентного кодекса РФ⁵⁰ в статусе федерального закона. Автор предлагает в структуре кодифицированного акта предусмотреть разделы, посвященные не только защите конкуренции, регулированию естественных и государственных монополий, предупреждению и пресечению ненадлежащей рекламы и т. д., но также акцентирует внимание на разделах, посвященных стимулированию конкуренции и порядку предоставления государственной и муниципальной помощи. Такой документ призван вывести конкурентную политику России на качественно новый уровень: от защиты конкуренции и антимонопольного регулирования к формированию конкурентной среды и стимулированию конкуренции.

Государственная конкурентная политика должна быть направлена не только на создание, развитие и защиту конкурентной среды, но и на качественное и количественное развитие самих агентов рынка. Необходимы не только масштабные декларации, но и реальная система мер, направленная на стимулирование увеличения количества малых и средних предприятий путем разработки системы налоговых преференций, создание

⁵⁰ Сулакшин С. С. О государственной конкурентной политике в Российской Федерации / Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации / Материалы Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 10 апреля 2007 г.). М.: Научный эксперт, 2007. С. 29.

комплекса мер, стимулирующих развитие существующих агентов рынков. В данном случае речь идет о государственных программах содействия модернизации инфраструктуры предприятий, обучения персонала и т. д.

Конкурентная политика России на современном этапе

Одним из базовых критериев эффективности рыночной экономики выступает конкурентная среда, в которой взаимодействуют рыночные агенты, конкуренция как честный соревновательный процесс, направленный на рыночную реализацию конкурентных преимуществ с целью извлечения прибыли. Монополизация же влияет в обратном направлении, замедляя развитие, стимулируя регресс. Следовательно, формирование государственной политики по формированию конкурентной среды, стимулированию и развитию конкуренции выступает одной из первоочередных задач руководства страны.

Множество научных исследований состояния российской экономики в целом и конкурентной среды и конкуренции в частности демонстрирует несовершенство сложившейся системы рыночных взаимоотношений. Однако наиболее важен не просто критический вывод исследователя, а предложенное направление реформ для достижения лучшего состояния и, самое главное, алгоритм и механизм его достижения. Самый актуальный вопрос как раз и заключается в том, каким образом решать современные проблемы, характеризующие состояние отечественной посткризисной экономики.

В новейшей экономической истории России политика по формированию и развитию конкуренции (конкурентная политика) отождествляется с антимонопольным регулированием, что было продемонстрировано выше. Возможно, это связано с отсутствием единого теоретического толкования фе-

номена конкурентной политики⁵¹ либо обусловлено массовым заимствованием экономических институтов у экономически развитых стран-реципиентов.

Особенности реализации политики антимонопольного регулирования в системе экономических институтов формирующейся в России рыночной экономики обусловлены тем фактом, что антимонопольное регулирование может эффективно функционировать в условиях уже сложившихся рыночных институтов и механизмов как один из инструментов политики по развитию конкуренции. В российских же условиях оно само по себе появилось ранее, чем сам рынок и рыночные отношения, достаточно быстро развивались и внедрялись инструменты антимонопольного регулирования. Фактически политика развития конкуренции подменялась отраслевой промышленной политикой, которая осуществлялась самостоятельно в отрыве от антимонопольной. Другими словами — антимонопольная политика выступала жесткой государственной защитой зарождающейся конкуренции, при этом государство упускало из виду монополистические тенденции при формировании многочисленных финансово-промышленных групп, которые объединяли крупные производства и мощные финансовые учреждения в рамках одной отрасли, что в соответствии с мировой практикой относительно более опасно для развития конкуренции в масштабах национальной экономики.

Первым государственным органом антимонопольного регулирования стал Государственный комитет РСФСР по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур, учрежденный Законом РСФСР от 14 июля 1990 г. №101-1 «О республиканских министерствах и государственных комитетах РСФСР». Вероятно, в его организационной структуре были преду-

⁵¹ Рубин Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М.: Маркет ДС, 2006. С. 424.

смотрены подразделения, ответственные за те или иные элементы политики, направленной именно на развитие конкуренции и конкурентной среды. Но, очевидно, что эта деятельность носила в основном декларативный характер, акцентируясь на таких видах деятельности, как защита прав потребителей, контроль над лицензированием, экспертиза учредительных документов вновь создаваемых предприятий и объединений. В отсутствие нормативной базы антимонопольный орган в основном занимался проектированием нормативных документов в сфере торговли и оказания различных услуг. Государственная конкурентная политика в итоге была сведена к разработке запретительных мер и надзору над их исполнением рыночными агентами.

Следовательно, в процессе начального становления антимонопольного регулирования не произошло четкого выделения антимонопольной политики из общеэкономической (промышленной) политики, институциональным строителем не было осуществлено разграничения компетенций между ответственными за эти направления органами государственной власти. Как следствие, деятельность таких органов нередко взаимопересекалась. Сама же антимонопольная политика в итоге свелась к формально-законодательному характеру и ограничивалась государственным регулированием ценообразования⁵². Другими словами, государство осознало необходимость антимонопольного регулирования при проведении экономической политики, появился ответственный за это направление орган исполнительной власти в своей структуре, был дан старт формированию институциональной базы антимонопольного регулирования. При этом об успешности антимонопольной политики на заре ее развития говорить не приходится.

В дальнейшем антимонопольная политика начинает приобретать определенную самостоятельность от общеэкономической политики. Происходит институционализация отраслевых рамок конкурентной борьбы (например, Федеральный закон от 13 марта 2006 г. «О рекламе»), в которых осуществляются попытки мотивации рыночных акторов к координации в соответствии с определенными надлежащими правилами, а также ответственность за ненадлежащее поведение. Такие институты были нацелены на соблюдение интересов различных экономических акторов и соответствовали целям общеэкономической политики.

Тем не менее, обнаруживается интересное противоречие в экономической политике с точки зрения администрирования конкуренции. Например, Федеральный закон от 14 апреля 1998 г. № 63-ФЗ «О мерах по защите экономических интересов Российской Федерации при осуществлении внешней торговли товарами» направлен на защиту отечественных экономических агентов от конкуренции иностранных товаропроизводителей. С одной стороны, подобный институт предотвращает скорую гибель заведомо слабых отечественных предприятий от деятельности более развитых зарубежных экономических агентов. Однако, с другой стороны, эти же протекционистские меры не являются стимулом отечественным экономическим акторам к скорейшему развитию, а наоборот, позволяют им и далее использовать устаревшие технологии, что лишь увеличивает разрыв между лидерами и аутсайдерами. Взаимосвязь общеэкономической и антимонопольной политики не просматривается и с точки зрения стратегии развития конкуренции. Государство опиралось на разрешительно-запретительный инструментарий, всячески направленный на демополизацию экономики, упуская из виду, что демополизация как таковая совершенно не обеспечивает развитие конкурентной среды и конкуренции.

⁵² Розанова Н. Эволюция антимонопольной политики России: проблемы и перспективы // Вопросы экономики. 2005. № 5. С. 119.

Российский финансовый кризис 1998 г. внес коррективы в понимание антимонопольной политики как значимого инструмента экономической политики, который может как способствовать экономическому развитию, так и тормозить его. 22 сентября 1998 г. на базе Государственного комитета по антимонопольной политике путем объединения нескольких ведомств было создано Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства РФ⁵³, статус регулятора был значительно повышен, что говорит об усилении его роли в общей экономической политике страны.

В это время усиление антимонопольного регулирования проявляется в ужесточении защиты конкуренции путем дополнения формального законодательства запретами осуществления тех или иных действий экономическими агентами. Также усиливается работа по демополизации рынков, расширяя зону охвата товарного рынка с регионального до межрегионального уровня.

Характерной чертой развития антимонопольной политики в России выступает концентрация нормотворческой деятельности относительно самой антимонопольной политики в рамках антимонопольного органа. Это касается и разработки проектов федеральных законов, таких, например, как «О размещении заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», и множества подзаконных нормативных актов. Так, на конференции «Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации» 10 апреля 2007 г. в своем докладе руководитель ФАС РФ И. Ю. Артемьев выделил основные направления деятельности этого органа на 2006–2007 годы⁵⁴:

— формирование новой правовой практики в связи с новыми законами, вступившими в силу в 2006–2007 гг.;

— сопроводительная работа по законодательному оформлению поправок в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (в настоящее время проект одобрен Советом Федерации);

— подготовка поправок в ст. 178 Уголовного кодекса Российской Федерации;

— разработка дополнений к Федеральному закону «О размещении заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»;

— подготовка поправок к Федеральному закону от 13 марта 2006 г. «О рекламе».

При этом в докладе нет ни слова об анализе степени конкурентности рынков, анализе состояния конкурентной среды в целом по экономике России и в частности по отраслям, ни слова о развитии рыночных агентов и повышении их конкурентоспособности, а также конкурентной привлекательности рынков России. Не упоминаются и фундаментальные экономические институты конкурентной среды и их доступность акторам рынка.

Одновременно отраслевые ведомства остаются в стороне от разработки таких документов, что впоследствии сказывается на противоречиях в антимонопольной и отраслевой промышленной политике. Видимо, эти противоречия подталкивают к размышлению о месте и роли антимонопольной политики в общей экономической политике государства и приводят к пониманию ее неотделимости и несамостоятельности, выявляя ее как способ и инструмент государственной поддержки конкуренции⁵⁵, не исчерпывающий, а лишь дополняющий

⁵³ История антимонопольного регулирования в России // Официальный сайт ФАС РФ <http://www.fas.gov.ru/about/overview/>.

⁵⁴ Артемьев И. Ю. О работе ФАС России по реализации государственной конкурентной политики / Государ-

ственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации. Материалы Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 10 апреля 2007 г.). М.: Научный эксперт, 2007. С. 36–37.

⁵⁵ Парашук С. Конкурентное право. М., 2002. С. 94.

конкурентную политику государства. Начиная с 2000 г., антимонопольный орган переориентирует основное направление своей деятельности с ценового регулирования на оценку состояния рынка в целом, так как сам по себе рост цен (особенно в свете многократного роста цен из-за финансового кризиса 1998 г.) может не являться результатом монополистических действий как таковых. Теперь необходимо устанавливать причинно-следственную связь использования монополистического положения, приводящего к росту рыночных цен. Также в этот период зарождается процесс оценки влияния государственных органов власти на конкуренцию и конкурентную среду. Антимонопольный орган теперь пресекает действия государственных и муниципальных органов, направленных на ограничение конкуренции на финансовом и товарном рынках. Такое положение дел выделяет российскую практику управления конкурентной средой из общемировых стандартов⁵⁶, так как в развитых странах государство воспринимается субъектом, изначально заинтересованным в развитии конкуренции и конкурентной среды. Одной из причин неконкурентного поведения органов государственной власти выступает несогласованность отраслевой промышленной политики с конкурентной политикой, происходит столкновение интересов, которое и призваны устранять антимонопольные органы.

В начале текущего тысячелетия экономика России демонстрировала устойчивый рост, основанный на положительной динамике цен мирового рынка углеводородов. К сожалению, потребность в повышении производительности труда, эффективности использования ресурсов, энергосбережения, повышении конкурентности предприятий и отраслей отечественной экономики сместилась на задний план.

⁵⁶ Розанова Н. М. Политика поддержки конкуренции и промышленная политика в зарубежных странах // Экономический вестник РГУ. 2006. Т. 4. № 1. С. 32.

А. Шаститко дает следующее определение: «Цель конкурентной политики — установить порядок, когда каждый участник рынка, включая предпринимателей и потребителей, имеет возможности наилучшим образом использовать находящиеся в его распоряжении ресурсы»⁵⁷. Свобода рыночных трансакций не должна чрезмерно ограничиваться ни административными барьерами, ни другими рыночными акторами. К конкурентной политике относят меры, направленные на построение конкурентной среды и развитие в ней конкуренции. К таковым относятся защита прав собственности, повышение доступности финансовых инструментов, стимулирующая налоговая политика, регулирование входа на рынок, а также выхода с него и прекращения бизнеса. Такие меры принято считать мерами активной конкурентной политики. Меры по воспрепятствованию ограничению конкуренции, отождествляемые с мерами антимонопольного регулирования, принято считать защитными мерами конкурентной политики. В комплексе названные меры с одной стороны формируют конкурентную среду, повышают привлекательность рынка для экономических агентов, создают условия для здоровой конкуренции, с другой же — создают систему мер, обеспечивающих экономическую непривлекательность нарушения установленных норм и правил конкурирования.

Тем не менее, необходимость создания и развития рыночных институтов, обеспечивающих конкурентоспособность экономики, была осознана Правительством РФ и учтена в Программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006–2008 годы)⁵⁸, в рамках которой предполагалось развитие

⁵⁷ Шаститко А. Конкурентная политика в условиях кризиса // Вопросы экономики. 2009. № 3. С. 55.

⁵⁸ Распоряжение Правительства РФ от 19 января 2006 г. № 38-р «О программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006–2008 годы)».

защиты прав собственности, совершенствование корпоративного управления, развитие финансовых рынков, развитие банковского и страхового сектора, развитие рынков земли и недвижимости, ужесточение антимонопольной политики, сокращение нерыночного сектора экономики, реформирование науки и стимулирование инноваций, развитие малого предпринимательства, а также реформирование технического регулирования. Позднее в 2009 г. Программа развития конкуренции в РФ⁵⁹ выделилась в самостоятельный документ, хотя и значительно сузилась относительно предыдущего, выпустив из виду развитие таких экономических институтов, как защита прав собственности, развитие финансовых рынков, развитие предпринимательства, и фактически вновь ограничившись антимонопольным регулированием и защитой конкуренции. Также в новой программе появились элементы отраслевого развития, которые сводятся к политике экономической поддержки предприятий отрасли. В развитие названной программы принят план мероприятий по ее исполнению. При этом необходимо понимать, что конкурентная и промышленная политика — не противоречащие друг другу направления деятельности⁶⁰, а комплементарные инструменты общей экономической политики.

Для реализации поставленных задач в рамках Министерства экономического развития РФ создан и функционирует Департамент развития конкуренции⁶¹, который является структурным подразделением центрального аппарата Минэконом-

развития России и осуществляет функции по обеспечению выработки государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития и защиты конкуренции и совершенствования ценообразования на товарных рынках. Стоит отметить, что деятельность такого ключевого для развития экономики страны в целом Департамента, на официальном сайте освещена чрезвычайно скудно. Присутствует контактная информация, опубликована программа развития конкуренции в РФ в соответствии с Распоряжением Правительства РФ от 19 мая 2009 г. № 691-р, несколько интервью руководителей Министерства, а также ряд докладов «Цены в России». По столь ограниченным данным судить о деятельности Департамента представляется невозможным, как и оценивать результаты проведенной им работы и ее корреляцию с качественными изменениями в конкурентной среде и конкуренции в России.

Одним из направлений деятельности Департамента развития конкуренции МЭР РФ выступает координация разработки региональных программ развития конкуренции конкурентной среды, аналогичных федеральной. Необходимо отметить, что регулирование базовых институтов конкурентной среды (права собственности, финансы, предпринимательская деятельность, антимонопольная и т. д.) находятся в ведении Российской Федерации, т. е. формальные законы указанных институтов могут модернизироваться только на уровне Российской Федерации, а регионы в состоянии лишь принимать программы во исполнение федерального законодательства. Безусловно, регионы в силах развивать неформальные практики базовых институтов конкурентной среды, направленные на координацию в соответствии с формальным законодательством, т. е. разрабатывать различные обучающие программы, всячески информировать рыночных акторов региона о направлениях координации в рамках институтов, доказывать эффективность и ценность для каждо-

⁵⁹ Распоряжение Правительства РФ от 19 мая 2009 г. № 691-р «Об утверждении Программы развития конкуренции в Российской Федерации».

⁶⁰ Авдашева С. Б., Шаститко А. Е. Промышленная и конкурентная политика: проблемы соотношения и уроки для России // Вопросы экономики. 2003. № 9. С. 33.

⁶¹ Департамент развития конкуренции МЭР РФ. URL: <http://www.economy.gov.ru/minec/about/structure/dep-compdev/dep22>.

го конечного рыночного актора от координации в рамках требований формальных законов. Но повлиять на процесс институционализации конкурентной среды регионам практически не под силу. В итоге при разработке региональных программ за основу берутся тексты федеральной и попросту копируются. Таким образом, основа политики по развитию конкурентной среды и конкуренции находится в сфере ответственности федеральной власти и полностью зависит от ее активности.

Формирование государственной конкурентной политики должно основываться на взвешенном и сбалансированном подходе к феномену конкуренции. В случае недооценки ее роли отрасли, да и вся экономика в целом, могут недополучить стимулы к собственному развитию. В случае переоценки ее роли возможно достижение анархического состояния рынка, что впоследствии может привести к его стагнации. Именно этим обосновывается необходимость сбалансированной государственной политики в области конкуренции и строительства институтов конкурентной среды. При рассмотрении проблемы государственного управления конкурентной средой и конкуренцией необходимо не упустить из виду критерии качества и эффективности такой политики. Очевидно, что качественным показателем в данном случае выступает соотношение поставленных целей полученным результатам, а также затраты на их достижение. В настоящее время в мировой практике критерием применения тех или иных мер конкурентной политики является обеспечение эффективности функционирования национальной экономики, которая оценивается с точки зрения следующих долгосрочных приоритетов⁶²:

— повышение благосостояния общества;

— эффективность развития производственного потенциала;

— комплекс неэкономических целей долгосрочного развития, отвечающих интересам нации.

Количественным критерием оценки деятельности государства по развитию конкурентной среды могут выступать динамика инвестиций, динамика количества малых и средних предприятий и количества занятых на них в целом и по отраслям экономики по отдельности.

Заключение

Таким образом, за два десятилетия экономических реформ конкурентная политика в России так и не появилась, хотя сделан ряд шагов в сторону ее становления. До сих пор понятие конкурентной политики подменено антимонопольным регулированием и защитой конкуренции в ущерб политике развития конкуренции и конкурентной среды как первичного направления деятельности государства в целях экономического развития.

В настоящее время элементами конкурентной политики на федеральном уровне занимаются два органа государственной власти: Департамент развития конкуренции МЭР РФ и Федеральная антимонопольная служба РФ. Четкие границы полномочий и зоны ответственности этих органов в настоящее время не определены. Так, ФАС РФ, кроме антимонопольных мероприятий, занимается разработкой законопроектов, которые от имени Правительства РФ поступают на рассмотрение в органы законодательной власти. Также ФАС РФ занимается контролем размещения бюджетных средств, что не характерно для антимонопольных органов в мировой практике. Департамент развития конкуренции (в соответствии со скудной доступной информацией о его деятельности) плотно занят Программами развития конкуренции на федеральном, а также на региональном уровне совместно с органами власти субъектов федерации РФ.

⁶² Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации. Монография в 2 т. Т. 1 / под ред. С. С. Сулакшина М.: Научный эксперт, 2008. С. 52.

Такое распределение компетенций кажется не совсем оптимальным. Полномочия Департамента неоправданно сужены, а полномочия ФАС РФ, особенно в части законодательной инициативы, неоправданно велики, что позволяет концентрировать избыточную власть в рамках одного органа и разрабатывать законопроекты «под свои требования». Необходимо распределить деятельность этих органов по направлениям:

— формирование конкурентной среды и развитие конкуренции, т. е. разработка конкурентного законодательства, законодательства по формированию конкурентной среды, федеральных программ развития конкуренции и т. д., и закрепление этого направления полностью за Департаментом развития конкуренции МЭР РФ;

— контроль над исполнением конкурентного и антимонопольного законодательства без права законодательной инициативы оставить ФАС РФ.

Список литературы

1. Авдашева С., Шаститко А. Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России // Вопросы экономики. 2003. № 9.
2. Артемьев И. Ю. О работе ФАС России по реализации государственной конкурентной политики / Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации. Материалы Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 10 апреля 2007 г.) М.: Научный эксперт, 2007.
3. Архипова О. В. Анализ провалов государства и провалов рынка в сравнительной форме // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 27 (208). Экономика. Вып. 29.
4. Архипова О. В. Эволюция понятий «функции государства» и «провалы государства» // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 6 (187). Экономика. Вып. 26.
5. Белокрылова О. С. Императивы институционализации взаимодействия бизнеса и власти в местном социуме / Постсоветский институционализм — 2006. Власть и бизнес. Монография / под ред. Р. М. Нуреева. Ростов н/Д: Наука-Пресс, 2006.
6. Белокрылова О. С. Институциональная модернизация конкурентной среды российских рынков / Постсоветский институционализм — 2007: варианты институционального развития России: предпосылки, закономерности, перспективы: Сборник статей / под ред. Р. М. Нуреева. Томск: Изд-во Томского государственного педагогического университета, 2008.
7. Вольчик В. В. Нейтральные рынки, ненейтральные институты и экономическая эволюция // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2004. Т. 2. № 2.
8. Вольчик В. В. Эффективность рыночного процесса и эволюция институтов // Известия вузов. Сев.-Кав. регион. Сер. «Общественные науки». 2002. № 4.
9. Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации. Монография в 2-х т. Т. 1. / под ред. С. С. Сулакшина. М.: Научный эксперт, 2008. С. 52.
10. Гребенников П., Ривера Д. Теорема Коуза — реальность или фикция? // Финансы и бизнес. 2007. № 4.
11. Дэвид П. Клио и экономическая теория QWERTY // Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса / под ред. Я. И. Кузьминова М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006.
12. Жук А. А. Конкурентная среда рынков: институционально-экономические характеристики // Современная конкуренция. 2011. № 4 (28).
13. Жук А. А. Структурные и динамические аспекты нестабильности экономических институтов // Перспективы науки. 2010. № 3 (05).
14. Институциональная экономика / под ред. А. Олейника. М.: ИНФРА-М, 2005.
15. Капелюшников Р. И. И еще раз — о теореме Коуза (критические заметки). Препринт WP3/2006/02. М.: ГУ ВШЭ, 2006.
16. Капелюшников Р. И. Новая атака на теорему Коуза. Препринт WP3/2007/01. М.: ГУ ВШЭ, 2007.
17. Кирдина С. Г. Институциональная структура современной России: эволюционная модернизация // Вопросы экономики. 2004. № 10.

18. Кирдина С. Г. Институциональные матрицы и развитие России. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 2001.
19. Клейнер Г. Б. Институциональные изменения: проектирование, селекция или протезирование? / Постсоветский институционализм / под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Деметьева. Донецк: Каштан, 2005.
20. Корытцев М. А. Институциональная структура и механизмы функционирования квазирынков в общественном секторе. Ростов н/Дону: Содействие — 21 век, 2009.
21. Коуз Р. Фирма, рынок и право / пер. с англ. М.: Новое издательство, 2007.
22. Красильников О. Еще раз к критике теоремы Коуза // Вопросы экономики. 2002. № 3.
23. Кузьминов Я., Радаев В., Яковлев А., Ясин Е. Институты: от заимствования к выращиванию // Вопросы экономики. 2005. № 5.
24. Лесных В. В., Попов Е. В. Системный подход к проблеме импорта институтов в российскую экономику // Вестник УГТУ-УПИ. 2008. № 2.
25. Малышев Б. Критика критики теоремы Коуза. 2002; № 10. Красильников О. Еще раз к критике теоремы Коуза // Вопросы экономики. 2002. № 3.
26. Норт Д. Институты, институциональные изменения функционирования экономики. М.: НАЧАЛА, 1997.
27. Олейник А. Н. Институциональная экономика. М.: ИНФРА-М, 2000.
28. Олейник А. Н. Институциональный трансферт: субъекты и ограничения (российский случай в глобальном контексте) // Модернизация экономики и выращивание институтов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005.
29. Олейник А. Н. Роль государства в установлении прав собственности (К вопросу о теореме Коуза) // МЭиМО. 2003. № 7.
30. Олейник А. Н. О трудностях сосуществования: границы решения проблем нежелательного соседства в свете теоремы Коуза // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2006. Т. 4. № 3.
31. Паращук С. Конкурентное право. М., 2002.
32. Полтерович В. М. Трансплантация экономических институтов // Экономическая наука современной России. 2001. № 3.
33. Родина Г. А. Рынок и государственное регулирование // Экономист. 2011. № 3.
34. Родина Г. А. Фиаско рынка vs. Фиаско государства: кто кого? // Теоретическая экономика. 2011. № 3.
35. Розанова Н. Эволюция антимонопольной политики России: проблемы и перспективы // Вопросы экономики. 2005. № 5.
36. Розанова Н. М. Политика поддержки конкуренции и промышленная политика в зарубежных странах // Экономический вестник РГУ. 2006. Т. 4. № 1.
37. Рубин Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М.: Маркет ДС, 2006.
38. Сендлер Т. Экономические концепции для общественных наук / пер. с англ. М.: Весь мир, 2006.
39. Смирнов В. И. Блиц-интервью // Госзаказ. 2005. № 1.
40. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007.
41. Сулакшин С. С. О государственной конкурентной политике в Российской Федерации / Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации / Материалы Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 10 апреля 2007 г.). М.: Научный эксперт, 2007.
42. Тамбовцев В. Л. Теоретические вопросы институционального проектирования // Вопросы экономики. 1997. № 3.
43. Типовой закон ЮНСИТРАЛ о закупках товаров (работ) и услуг. Комиссия ООН по праву международной торговли. Ежегодник. 1994 год. Т. XXV. Нью-Йорк: Организация Объединенных Наций, 1996.
44. Усик Н. И. Общая институциональная модель развития экономики России // Теоретическая экономика. 2011. № 3.
45. Шаститко А. Е. Теорема Коуза: проблемы и недопонимания // Вопросы экономики. 2002. № 10.
46. Шаститко А. Е. Конкурентная политика в условиях кризиса // Вопросы экономики. 2009. № 3.

47. Шаститко А. Е. Государство и экономический рост // Экономика и математические методы. 1996. Т. 32. Вып. 3.
48. Яковлев А. А. Агенты модернизации. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007.
49. *Auten G. E.* Discussion // Theory and Measurement of Economic Externalities / Ed. by S. A. Y. Lin. N. Y.: Academic Press, 1976.
50. *Regan D. H.* The Problem of Social Cost Revisited // Journal of Law and Economics. 1972. Oct. Vol. 15. № 2.
51. *Schweizer U.* Externalities and the Coase Theorem: Hypothesis or Result? // Journal of Institutional and Theoretical Economics. 1988. Vol. 144. № 2.
52. *Stigler G. J.* The Theory of Price / 3rd ed. N. Y.: Macmillan Co., 1966.
53. The Global Competitiveness Report 2010–2011. World Economic Forum. Switzerland. 2011.
54. *Wellisz S.* On External Diseconomies and the Government assisted Invisible Hand // *Economica* (new series). 1964. Nov. Vol. 31.

A. Zhuk, PhD, Senior Lecturer, Southern Federal University, Rostov-on-Don, alexjouk@ctsnet.ru

THE GOVERNMENT REGULATION OF COMPETITIVE ENVIRONMENT OF RUSSIA AT THE PRESENT STAGE

The issue analyzes and shows the necessity of government intervention in construction and operation of the competitive environment. The market failures and governmental failures which are to be in consider while different measures of government policy are executing. The evolution of Russian competition policy from antitrust regulation till the early start of competition policy and competitive environment policy is shown. The ways of reconstruction of government departments which are managing competition and competitive environment are proposed.

Key words: competition, competition policy, antitrust policy, market failures, government policy failures, institutions.

Горейко Н. А., младший научный сотрудник Института анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ, г. Москва, gnadinea@gmail.com



НОРМА О КОЛЛЕКТИВНОМ ДОМИНИРОВАНИИ В РОССИЙСКОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ¹

В статье анализируется практика применения нормы о коллективном доминировании в России в 2006–2011 гг. Основой для анализа послужили решения антимонопольной службы России, в которых была применена норма о коллективном доминировании. Автором исследуется, насколько полно использовались предусмотренные законом характеристики структуры рынка для квалификации компаний в качестве коллективно доминирующего, анализируется, какие типы обвинений предъявлялись компаниям на основе установления коллективного доминирующего положения, дается оценка судебной практике применения рассматриваемой нормы.

Ключевые слова: антимонопольное законодательство, норма о коллективном доминировании, злоупотребление доминирующим положением.

Введение

Появление в российском антимонопольном законодательстве нормы о коллективном доминировании с самого начала вызывало озабоченность экспертов². Несмотря на то, что конструкция коллективного доминирования и зло-

употребления коллективным доминирующим положением наряду с индивидуальным применяется и в зарубежном антимонопольном законодательстве — в первую очередь в европейском, — российские экономисты и юристы высказывали сомнения в том, что преследование за злоупотребление коллективным доминированием повысит обоснованность решений антимонопольных органов. Сторонники нормы подчеркивали, что без ее использования невозможно преследование компаний, обладающих рыночной властью благодаря высокой концентрации³. Противники указывали на то, что данных о распределении рынка между продавцами, даже дополненных другими характеристиками структуры, недостаточ-

¹ Исследование осуществлено в рамках программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2011 г. Текст доклада подготовлен на основе результатов совместной работы с С. Авдашевой, докт. экон. наук, профессором НИУ ВШЭ, и Р. Питтманом (Министерство юстиции США). Автор выражает благодарность Аквилеву А. Д. за помощь в сборе данных.

² Авдашева С. Б., Шаститко А. Е. Модернизация антимонопольной политики в России (экономический анализ предлагаемых изменений конкурентного законодательства) // Вопросы экономики. 2005. № 5. С. 100–116.

³ Чирихин С. Н. Рынок бензина: возможно ли ограничить монополизм? // ЭКО. 2006. № 6. С. 17–29.

но для того, чтобы делать выводы о модели стратегического взаимодействия⁴. Подчеркивалось, что норма о коллективном доминировании в европейской конкурентной политике предназначена, в первую очередь, для использования при одобрении сделок слияний и даже в этом случае предполагает использование гораздо более широкого набора характеристик рынка⁵. Если же рассматривать злоупотребление коллективным доминированием в качестве эквивалента молчаливого сговора, то данная норма связана со слишком высокими рисками ошибок I рода (признания нелегальными действий, не ограничивающих конкуренцию), поскольку неявно предполагает, что все параллельные действия компаний на рынках, где у них есть стимулы к поддержанию молчаливого сговора, в действительности молчаливым сговором и являются⁶.

Однако такие оценки носят либо преимущественно умозрительный, либо прогнозный характер. До сих пор не был обобщен опыт применения нормы о коллективном доминировании. Доклад о развитии и применении антимонопольного законодательства⁷ содержит оценку стандартов доказательства, использованных в делах против российских нефтяных компаний. Очевидно, такой эмпирической базы недостаточно для обоснованных суждений об эффектах примене-

ния нормы, которая за последние пять лет использована более чем в сотне дел о нарушении Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон).

Без обобщения данных о делах, в которых предъявлялось обвинение в нарушении антимонопольного законодательства, невозможно понять, подразумевается ли при обвинении в злоупотреблении коллективным доминирующим положением использование рыночной власти в одностороннем порядке или на основе координации. Иначе говоря, предполагает ли обвинение в злоупотреблении коллективным доминирующим положением, что на некоторых рынках действия даже не самых крупных компаний могут ограничивать конкуренцию, или же все-таки, что ограничения конкуренции рассматриваются как результат координации. Вероятность ошибок выше во втором случае. Если анализ структуры рынка может позволить правильно определить, может ли отдельно взятый продавец ограничивать конкуренцию, то в отношении координации такой анализ всегда будет наталкиваться на различия между стимулами к действию и фактом совершенных действий. Вместе с этим, без обобщения практики невозможно понять, насколько ошибки при определении положения продавцов как доминирующего в составе группы коллективно доминирующих могут быть и устраняются при состязательности в судебных процессах.

Цель данной работы — оценить результативность применения нормы о злоупотреблении коллективным доминирующим положением в российской антимонопольной политике. В качестве критерия результативности используется возможность ошибок I и II рода⁸.

В связи с этим в настоящей работе предполагается:

⁴ Шаститко А. Е. Экономико-правовые аспекты коллективного доминирования // Экономическая политика. 2011. № 3. С. 167–190.

⁵ Авдашева С. Б., Шаститко А. Е. Искать под фонарем или где потеряли? Новации антимонопольного законодательства сезона 2008–2009 // Экономическая политика. 2008. № 5. С. 112–125.

⁶ Авдашева С. Б. Незаконность молчаливого сговора в российском антимонопольном законодательстве: могут ли экономисты быть полезны при выработке юридических норм? // Вопросы экономики. 2011. № 5. С. 89–102.

⁷ Авдашева С. Б., Дзагурова Н. Б., Крючкова П. В., Юсупова Г. Ф. Развитие и применение антимонопольного законодательства в России: по пути достижений и заблуждений: доклад / под науч. ред. С. Авдашева. М.: МАКС Пресс, 2011.

⁸ Шаститко А. Е. Координационные и распределительные эффекты ошибок I и II рода // Экономическая политика. 2011. № 1. С. 114–124.

- проанализировать, насколько полно использовались предусмотренные законом характеристики структуры рынка для квалификации компаний в качестве коллективно доминирующих;

- рассмотреть типы обвинений, которые предъявлялись компаниям на основе установления коллективного доминирующего положения и тем самым определить, рассматривается ли злоупотребление коллективным доминирующим положением как одностороннее ограничение конкуренции или ограничение конкуренции в результате координации;

- оценить судебную практику применения нормы о коллективном доминировании, исследовав, какие из предусмотренных законом характеристик структуры рынка используются в рамках судебного оспаривания.

Именно нынешний момент может считаться удачным для анализа практики применения нормы о коллективном доминировании и злоупотреблении коллективным доминирующим положением. С одной стороны, норма действует уже более пяти лет, и накоплен некоторый опыт ее применения. С другой стороны, нельзя сказать, что интерпретация соответствующих положений Закона прочно закреплена в практике антимонопольных органов и судов. Корректировки в ее использовании еще вполне возможны.

Решения антимонопольной службы по делам о коллективном доминировании

Для того чтобы проанализировать, как применялась норма о коллективном доминировании, была собрана вся доступная информация о решениях, которые принял ФАС на основе нормы о коллективном доминировании. Брались только общедоступные источники информации, в том числе материалы ФАС России и ее территориальных управлений, решения судов разного уровня (арбитражные суды, арбитражные апелляци-

онные суды, федеральные арбитражные суды, Высший арбитражный суд). Этим объясняется основное ограничение, которое возникло при сборе данных для последующего анализа. Так, на сайтах ФАС России и ее территориальных управлений не всегда можно найти текст решения о признании хозяйствующих субъектов коллективно доминирующими. Проблема особенно остро стоит для территориальных управлений ФАС. Во-вторых, в связи с тем что при анализе положения компаний на рынке антимонопольный орган иногда использует информацию, которая может являться коммерческой тайной компании, ФАС оставляет за собой право публиковать неполный текст решения. Поэтому часто в нем содержится только вывод о том, что хозяйствующие субъекты признаются коллективно доминирующими на рынке, но основания и аргументы в пользу такого решения в тексте не представлены.

В силу такого ограниченного доступа к информации в данной статье было использовано следующее допущение: если в тексте решения ФАС (или УФАС) или суда любой инстанции есть хотя бы упоминание о компонентах, которые свидетельствуют о коллективном доминирующем положении компании (подп. 1–3 ч. 3 ст. 5 Закона), предполагалось, что ФАС для принятия решения анализ этих компонентов проводил.

В результате была собрана информация по 33 решениям. Первое из решений принято в апреле 2007 г., последнее — в апреле 2011 г. В решениях анализировались различные продуктовые рынки, но почти в половине из них объектом анализа являлся рынок нефтепродуктов (бензин различных марок, дизельное топливо и пр.). Географические границы рынков также были разными: в выборке есть решения по рынкам, где географические границы — это границы муниципального образования или города, но есть и решения, где границы рынка совпадают с границами Российской Федерации. Более подробная информация по решениям ФАС представлена в табл. 1.

Решения ФАС РФ и ее территориальных управлений, в которых использовалась норма о коллективном доминировании

Таблица 1

Дата, номер, наименование органа, принявшего решение	Продуктовые границы	Географические границы	Нарушение (№ статьи в законе «О защите конкуренции») **	Число продавцов, входящих в группу коллективно доминирующих	Число продавцов, которым были предъявлены обвинения	Порядок и размер доли обвиняемого продавца
04.04.2011, № 126, УФАС по Курганской области	Рынок оптовой реализации муки	Локальный рынок	10	3	1	2-й крупнейший на двух из рассматриваемых рынков: 21,96% и 23,53%
08.07.2009, № 1 10/27-09, ФАС РФ	Оптовый рынок автомобильных бензинов и авиационного керосина	Территория РФ	10	4	1	Рассматривалось 3 рынка: 1) 1-й крупнейший — 21,34%; 2) 2-й крупнейший — 19,23%; 3) 2-й крупнейший — 20,81%
10.09.2009, № 1 10/26-09, ФАС РФ	Оптовый рынок автомобильных бензинов и авиационного керосина	Территория РФ	10	4	1	Рассматривалось 3 рынка: 1) 3-й крупнейший — 17,10%; 2) 1-й крупнейший — 28,79%; 3) 3-й крупнейший — 12,20%
29.07.2009, № 1 10/28-09, ФАС РФ	Оптовый рынок автомобильных бензинов и авиационного керосина	Территория РФ	10	4	1	Рассматривалось 3 рынка: 1) 2-й крупнейший — 18,71%; 2) 3-й крупнейший — 18,47%; 3) 1-й крупнейший — 21,48%
25.06.2009, № 1 10/25-09, ФАС РФ	Оптовый рынок автомобильных бензинов и авиационного керосина	Территория РФ	10	4	1	Рассматривалось 2 рынка: 1) 4-й крупнейший — 15,24%; 2) 4-й крупнейший — 15,05%
27.10.2008, № 1 10/64-08, ФАС РФ	Оптовый рынок автомобильных бензинов, дизельного топлива, мазута и авиационного керосина	Территория РФ	10	4	1	Рассматривалось 4 рынка: 1) 4-й крупнейший — 14,73%; 2) 1-й крупнейший — 26,30%; 3) 3-й крупнейший — 11,03%; 4) 3-й крупнейший — 10,05%
26.09.2008, № 1 10/63-08, ФАС РФ	Оптовый рынок автомобильных бензинов, дизельного топлива, мазута и авиационного керосина	Территория РФ	10	4	1	Рассматривалось 4 рынка: 1) 1-й крупнейший — 23,23%; 2) 3-й крупнейший — 15,84%; 3) 2-й крупнейший — 14,32%; 4) 2-й крупнейший — 17,22%

Продолжение табл. 1

Дата, номер, наименование органа, принявшего решение	Продуктовые границы	Географические границы	Нарушение (№ статьи в законе «О защите конкуренции») **	Число продавцов, входящих в группу доминирующих	Число продавцов, которым были предъявлены обвинения	Порядок и размер доли обвиняемого продавца
28.10.2008, № 1 10/62-08, ФАС РФ	Оптовый рынок авто-мобильных бензинов, дизельного топлива, мазута и авиационного керосина	Территория РФ	10	4	1	Рассматривалось 4 рынка: 1) 2-й крупнейший — 21,61%; 2) 2-й крупнейший — 21,47%; 3) 1-й крупнейший — 26,08%; 4) 1-й крупнейший — 31,15%
10.10.2008, № 1 10/61-08, ФАС РФ	Оптовый рынок авто-мобильных бензинов, дизельного топлива, мазута и авиационного керосина	Территория РФ	10	4	1	Рассматривалось 2 рынка: 1) 3-й крупнейший — 15,87%; 2) 4-й крупнейший — 15,46%
12.10.2010, №02-01-42-10-10, УФАС по Новосибирской области	Оптовый рынок молока питьевого пастеризованного, 2,5% жирности	Локальный рынок	10	2	1***	Нет данных
01.12.2009, № 1 10/86-09, ФАС РФ	Оптовый рынок электрической энергии (мощности)	Локальный рынок	10	2	1***	Рассматривалось 2 рынка: 1) 2-й крупнейший — 40,9%; 2) 2-й крупнейший — 34,7%
12.10.2009, № 25/А-11-2009, УФАС по Кемеровской области	Рынок розничной торговли моторным топливом	Локальный рынок	11	3	3	Нет данных
21.10.2009, № К 09/172, УФАС по Тюменской области	Рынок розничной торговли лекарственными средствами	Локальный рынок	10	5	1***	2-й крупнейший, 16%
30.04.2010, № 123, УФАС по Курганской области	Розничная реализация сжиженного углеводородного газа, используемого в качестве моторного топлива	Локальный рынок	11	3	3	Нет данных

Продолжение табл. 1

Дата, номер, наименование органа, принявшего решение	Продуктовые границы	Географические границы	Нарушение (№ статьи в законе «О защите конкуренции») **	Число продавцов, входящих в группу коллективно доминирующих	Число продавцов, которым были предъявлены обвинения	Порядок и размер доли обвиняемого продавца
21.04.2009, № 3, УФАС по Алтайской республике	Розничный рынок реализации автомобильного бензина и дизельного топлива	Локальный рынок	10	Рассматривались два рынка: 1) 5; 2) 3	1	Нет данных
18.03.2008, № 28, УФАС по Калининградской области	Розничный рынок автомобильного бензина и дизельного топлива	Локальный рынок	10	4	1	Нет данных / 20,55%
19.06.2009, № 29, УФАС по Калининградской области	Розничный рынок автомобильного бензина и дизельного топлива	Локальный рынок	10	4	1***	Нет данных / 22,38%
23.12.2008, № 104-10К, УФАС по Воронежской области	Розничный рынок по реализации автомобильного бензина и дизельного топлива	Локальный рынок	10	2	2	Рассматривалось 2 рынка: для первой компании — 1) 1-й крупнейший — 73%; 2) 1-й крупнейший — 66%; для второй компании — 1) 2-й крупнейший — 13%; 2) 2-й крупнейший — 26%
22.04.2009, № 2-03/05-2009, УФАС по Пензенской области	Розничный рынок автомобильных бензинов и дизельного топлива	Локальный рынок	11	2	2	Нет данных
02.10.2008, № К 08/65, УФАС по Тюменской области	Розничный рынок автомобильного бензина и дизельного топлива	Локальный рынок	11	3	3	Нет данных

Продолжение табл. 1

Дата, номер, наименование органа, принявшего решение	Продуктовые границы	Географические границы	Нарушение (№ статьи в законе «О защите конкуренции») **	Число продавцов, входящих в группу коллективно доминирующих	Число продавцов, которым были предъявлены обвинения	Порядок и размер доли обвиняемого продавца
27.01.2010, № 31, УФАС по Свердловской области	Рынок розничной реализации автомобильных бензинов	Локальный рынок	10	2	1***	Рассматривалось 5 рынков: 1) 2-й крупнейший — 25,48%; 2) 2-й крупнейший — 16,02%; 3) 1-й крупнейший — 40,9%; 4) 1-й крупнейший — 44%; 5) 1-й крупнейший — 51%
27.12.2010, № 54-1, 54-2, 54-3, УФАС по Курганской области	Розничный рынок автомобильных бензинов	Локальный рынок	11	Нет данных	Нет данных	Нет данных
28.06.2010, № 17-А-10, УФАС Республики Хакасия	Рынок розничной реализации горюче-смазочных материалов	Локальный рынок	10	2	1	Нет данных
17.12.2009, № 276, УФАС по Кемеровской области	Розничный рынок электрической энергии	Локальный рынок	Включение в реестр*	2		
20.11.2009, № 316-09-а, УФАС по Пермскому краю	Рынок предоставления услуг связи для целей кабельного вещания	Локальный рынок	10	3	1***	Доля составляла более 50%
30.06.2008, № 151-10К, УФАС по Воронежской области	Рынок сырого молока для переработки	Локальный рынок	10	2	1***	24,1%
23.04.2007, № 1 10/11-07, ФАС РФ	Рынок хлористого калия	Территория РФ	10	2	2	Нет данных
23.05.2011, № 1 10/105-10, ФАС РФ	Рынок услуг присоединения и пропуска трафика	Локальный рынок	10	Нет данных	Нет данных	Нет данных

Окончание табл. 1

Дата, номер, наименование органа, принявшего решение	Продуктовые границы	Географические границы	Нарушение (№ статьи в законе «О защите конкуренции») **	Число продавцов, входящих в группу доминирующих	Число продавцов, которым были предъявлены обвинения	Порядок и размер доли обвиняемого продавца
03.03.2009, № 01-12/38, УФАС по Магаданской области	Рынок предоставления в аренду торговых мест на рынках для организации розничной торговли продуктами питания	Локальный рынок	Включение в реестр *	3		
05.06.2008, № 811, УФАС по Ростовской области	Рынок внутризонового телефонного соединения	Локальный рынок	10	Нет данных	Нет данных	Нет данных
03.11.2010, № 1 10/141-10, ФАС РФ	Рынок этилена	Локальный рынок	10	2	1	2-й крупнейший — 37,5%
03.06.2010, № 173, УФАС по Алтайскому краю	Рынок услуг кабельного телевидения	Локальный рынок	Включение в реестр *	3		
14.12.2010, № АМЗ-66/2010, УФАС по Калининградской области	Рынок услуг авиаперевозок	Локальный рынок	10	4	1	Нет данных

Источники: данные сайтов ФАС России и ее территориальных управлений, решений судов различных инстанций (арбитражные суды, арбитражные апелляционные суды, федеральные арбитражные суды, Высший арбитражный суд).

* Реестр — «Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35% или занимающих доминирующее положение на рынке определенного товара, если в отношении такого рынка другими федеральными законами в целях их применения установлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов».

** В Законе статья 10 — запрет на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением, статья 11 — запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения или согласованные действия.

*** Число обвиняемых хозяйствующих субъектов установлено на основе информации из судебных решений, по причине того, что решение антимонопольной службы недоступно или представлен неполный текст решения.

Признаки коллективного доминирования в решениях ФАС

На основе требований, которые закреплены в ч. 3 ст. 5 Закона, можно выделить три группы критериев, удовлетворение которым необходимо для признания хозяйствующих субъектов коллективно доминирующими. Первая группа включает требование по размеру долей хозяйствующих субъектов, вторая — по относительной стабильности этих долей во времени, а также по возможности доступа новых конкурентов на рынок, третья — по наличию товаров-заменителей, ценовой эластичности спроса, доступности информации о ценах и условиях реализации или приобретения товара.

Результаты анализа собранных решений на соответствие предъявляемым Законом требованиям представлены на рис. 1.

Как видно на рис. 1, далеко не во всех решениях использовались все критерии, предусмотренные Законом. При установлении факта коллективного доминирования антимонопольный орган в большей степени уделяет внимание первой группе критериев. Определение рыночных долей присутствовало во всех 33 решениях. При этом

в 12 из 33 дел величина рыночных долей была единственным критерием, представленным в тексте решения, для признания хозяйствующих субъектов коллективно доминирующими. Другие характеристики рынка, которые могли бы свидетельствовать как за, так и против данного вывода, в решениях не представлены.

При установлении стабильности долей использовалось определение, которое закреплено в Законе: рыночные доли хозяйствующих субъектов считаются неизменными или подверженными малозначительным изменениям в течение длительного периода, если они остаются таковыми на протяжении не менее одного года. В тех решениях, в которых антимонопольный орган анализировал стабильность рыночных долей, как правило, рассматривался двухгодичный интервал. В нескольких решениях, которые попали в выборку, определить период анализа было невозможно, так как текст решения содержит только ссылку на то, что относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны в течение длительного периода.

Также сама норма содержит некоторую неопределенность: не установлено, какое изменение размера рыночных долей мож-



Рис. 1. Решения ФАС РФ, с использованием критериев установления коллективного доминирования

но рассматривать как малозначительное. В решении № 1 10/141-10⁹ (компания «Салаватнефтеоргсинтез» обвинялась в злоупотреблении доминирующим положением) ФАС РФ анализировала изменение размеров долей хозяйствующих субъектов в течение 19 мес. При этом снижение/увеличение доли на 5,5% оценивалось как незначительное. Анализ других решений также не позволяет дать ответ на возникший вопрос, поскольку почти во всех текстах решений нет данных о динамике долей, представлен только вывод о неизменности или их незначительных изменениях.

Вторая группа признаков коллективного доминирования на рынке использовалась антимонопольным органом реже, чем первая группа. Анализ стабильности рыночных долей и возможности входа новых конкурентов на рынок обнаружен в 19 и 16 делах, соответственно. И только 15 из 33 рассматриваемых дел содержали все критерии как первой, так и второй группы. Третья группа характеристик оказалась наименее востребованной, несмотря на то, что для признания хозяйствующего субъекта доминирующим на рынке, для случая коллективного доминирования, необходимо одновременное выполнение всех условий, закрепленных в Законе. Среди 33 дел, которые удалось собрать, можно выделить только 18, в которых содержался анализ хотя бы одного из условий из третьего блока, из них только в 12 были рассмотрены все характеристики рынка из третьей группы.

Подведем итог: в решениях антимонопольного органа доминирующий в составе группы коллективно доминирующих — это чаще всего продавец, обладающий достаточно высокой рыночной долей на высококонцентрированном рынке. Это может быть крупнейший продавец с долей ниже 25%, но чаще — второй или даже третий по размеру продавец (где доля может составлять

10–15%). При этом нет свидетельств анализа антимонопольными органами структуры рынка в комплексе. В большинстве случаев сведения, достаточные для вывода о наличии рыночной власти как крупного продавца, так и группы продавцов, обладающих стимулами к координации, отсутствуют.

Коллективное доминирование и судебные споры

Из 33 решений, в соответствии с которыми компании обвинялись в нарушении Закона, в судах разных инстанций рассматривалось 26 из них. Распределение дел по признаку, что именно оспаривалось в судах, представлено на рис. 2.

Для того чтобы доказать отсутствие доминирующего положения компании на рынке, компании чаще всего указывали на неверное определение размера долей хозяйствующих субъектов. Так как при определении долей на рынке ключевое значение имеет определение границ рынка (как продуктовых, так и географических), то именно поэтому данные два компонента наиболее часто рассматривались в судах. В 17 из 26 дел в суде оспаривалось определение продуктовых границ рынка. Среди них было 8 дел, в которых оспаривался метод определения продуктовых границ. В качестве примера можно привести дело № А21-4754/2009¹⁰ при участии ООО «ЛУКОЙЛ-Северо-Запад-нефтепродукт». Один из аргументов защиты — то, что в Порядке проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке, утвержденном приказом ФАС России¹¹ от 25 апреля 2006 г. № 108, закреплен метод, который является основ-

⁹ Решение ФАС РФ по делу № 1 10/141-10 о нарушении антимонопольного законодательства. URL: http://www.fas.gov.ru/solutions/solutions_31505.html.

¹⁰ Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда по делу № А21-4754/2009. URL: http://ras.arbitr.ru/data/pdf/b6c02f1b-3f86-4732-8fcf-e711364b0fa9/%D0%9021-4754-2009_20100310.pdf.

¹¹ Утратил силу в связи с принятием приказа ФАС от 28 апреля 2010 г. № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

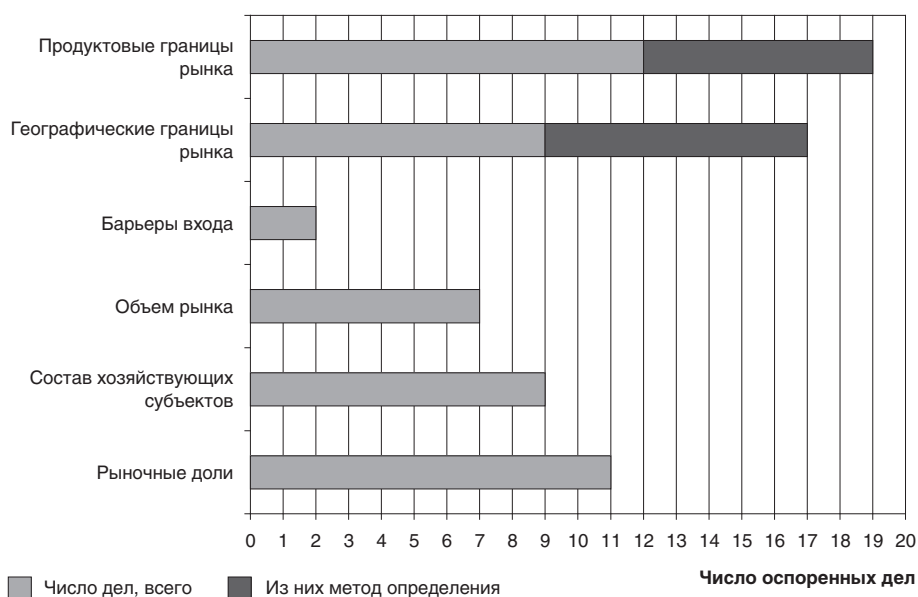


Рис. 2. Распределение дел, которые оспаривались в судах, по предмету спора

ным при определении продуктовых границ товарного рынка (это метод, основанный на сведениях покупателей товара или на результатах их выборочного опроса). Если данный метод применить невозможно, антимонопольный орган вправе использовать при анализе другие методы. В рассматриваемом деле УФАС проводил анализ на основе информации, предоставленной не покупателями, а продавцами товара, не обосновав при этом невозможность применения других методов анализа. В результате суд принял решение поддержать сторону ООО «ЛУКОЙЛ-Северо-Западнефтепродукт».

В 17 из 26 дел компании оспаривали определение географических границ рынка. Так, например, в деле № А27-5320/2010¹² представители ООО «Энергосбытовая компания «Энергосервис» указали на то, что в географические границы товарного рынка ошибочно были включены два города (Про-

копьевск и Киселевск). УФАС признала неправомерность включения городов в географические границы рынка. Вместе с тем, анализ рынка показал, что данная ошибка не влияет на обоснованность вывода УФАС о доминирующем положении заявителя на локальном товарном рынке, поэтому суд оставил решение УФАС в силе.

Наряду с границами рынка в судах также достаточно часто оспариваются объем рынка, состав хозяйствующих субъектов и их доли, что очевидно, поскольку представители компаний именно для этого и предлагают альтернативное определение границ рынка, чтобы изменить выводы о долях продавцов. Напротив, барьеры входа на рынок новых участников были объектом споров только в двух судебных делах. По делу ООО «Автогазсистема», ОАО «Курганоблгаз», ЗАО «Сибгазсервис»¹³ эксперты компаний показали, что в исследуемый период на рынок вошли

¹² Постановление Арбитражного суда Кемеровской области по делу № А27-5320/2010. URL: http://kad.arbitr.ru/data/pdf/7dd8056c-4014-436c-acf1-b54468ac0769/A27-5320-2010_20100709_Reshenija+i+postanovlenija.pdf.

¹³ Решение Арбитражного суда Курганской области по делу № А34-3924/2010. URL: http://ras.arbitr.ru/data/pdf/bdddb5b3-3268-46fb-99e9-e4c7b60a54aa/%D0%9034-3924-2010__20101029.pdf.

ОАО «НК «Роснефть-Курганнефтепродукт» и ООО «Оптан», также двумя другими хозяйствующими субъектами (ООО «КНК-Комплекс» и ООО «КНК-Инвест») были построены две АГЗС, вступившие в действие с ноября 2010 г. То есть в исследуемый период эти общества получили соответствующие лицензии, осуществили отведение земельных участков, получили соответствующие заключения МЧС РФ, Ростехнадзора, иных органов, что свидетельствует об отсутствии барьеров входа на указанный рынок, затруднительности доступа новых конкурентов.

Таким образом, анализ решений ФАС и ее территориальных управлений, а также судебной практики показал, что в делах, в которых применялась норма о коллективном доминировании, преобладает исследование немногочисленных структурных характеристик рынка, круг которых гораздо уже даже по сравнению с прямо предусмотренными Законом. Причем исследование структуры рынка, а не поведения участников, преимущественно используется не только антимонопольным органом для доказательства нарушения действующего законодательства, но и хозяйствующими субъектами при оспаривании решений ФАС в судебном порядке. Среди структурных характеристик рынка наиболее востребованными были определение продуктовых и географических границ рынка, наименьшее внимание уделялось барьерам входа, эластичности спроса, доступности информации о ценах и условиях реализации.

Злоупотребление доминирующим положением

Чаще всего выдвигаемые обвинения можно разделить на две группы. С одной стороны, обвинения в действиях, которые участник группы продавцов, признанных коллективно доминирующими, вряд ли может реализовать в одиночку без координации с другими участниками (в первую очередь, установление и поддержание монопольно высоких цен).

С другой стороны, обвинения в действиях, которые не исключены со стороны одного из группы достаточно крупных продавцов (дискриминация, в том числе экономически, технологически и иным образом не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар). Относительно неразвитые стандарты доказательства факта наличия коллективного доминирования, отмеченные в предыдущем параграфе, оказывают отрицательное влияние на обоснованность решений по делам обоих типов. Однако они требуют совершенствования в разных направлениях. Ошибки 1-го рода в делах с предъявлением обвинения в практике, которую крупный (пусть даже и не самый крупный) продавец может осуществить в одностороннем порядке, необходимо исключать, доказывая, что структура рынка ограничивает возможности других продавцов — пусть и крупных — реагировать на действия данного продавца. В делах же, где предъявлены обвинения в практике, которая возможна только при условии эффективной координации, исключение ошибок требует обоснования вывода о том, что структура рынка предоставляет продавцам стимулы и возможности действовать согласованно. Как уже было сказано, как правило, привлекаемые в делах о злоупотреблении коллективным доминирующим положением данные о структуре рынка не позволяют обоснованно делать выводы ни первого, ни второго типа.

Необходимо оговориться, что интерпретация обоснованности предъявляемых обвинений затруднена важной особенностью российского антимонопольного законодательства, рассматривающего в качестве нелегальной практики не только ограничения конкуренции и отказ от конкуренции, но и причинение ущерба контрагентам¹⁴.

¹⁴ Авдашева С. Б., Дзагурова Н. Б., Крючкова П. В., Юсупова Г. Ф. Развитие и применение антимонопольного законодательства в России: по пути достижений и заблуждений: доклад / под науч. ред. С. Авдашева. М.: МАКС Пресс, 2011.

Для нелегальных действий первой группы стандарты доказательства и опровержения гораздо более развиты, в то время как для обвинений из второй группы они довольно-таки размыты. Обычно можно с большей или меньшей уверенностью сделать вывод о том, доказало ли исследование структуры рынка, что продавцы обладают возможностью и стимулами ограничивать конкуренцию. Однако это практически невозможно сделать по отношению к тем формам злоупотребления коллективным доминирующим положением, которые предусматривают в первую очередь причинение ущерба (например навязывание условий договора, не относящихся к его предмету, необоснованное установление различных цен на один и тот же товар). В данной статье рассматриваются стандарты доказательства в отношении обвинений в монопольно высоких ценах, главной методической проблемой использования которых является невозможность сопоставить цену с экономическими (в отличие от бухгалтерских) издержками¹⁵.

Среди рассмотренных решений наиболее распространенной формой злоупотребления оказалось установление монопольно высоких цен, что подразумевает координацию между продавцами как основу отказа от ценовой конкуренции. Согласно ст. 6 Закона, цена монопольно высока, если она превышает сумму необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли и цену, которая сформировалась в условиях конкуренции на сопоставимом товарном рынке. При этом сопоставимый рынок — рынок, который сопоставим по составу покупателей или продавцов товара, условиям обращения товара, условиям доступа на товарный рынок, государственному регулированию, включая

налогообложение и таможенно-тарифное регулирование, при наличии такого рынка на территории Российской Федерации или за ее пределами. Однако Закон не содержит определения, какая величина расходов, необходимых для производства и реализации, и прибыли, являются необходимыми. Учитывая то, что требования в Законе к определению сопоставимого рынка достаточно высоки¹⁶, на практике, в основном, применяется первый из критериев определения монопольно высокой цены.

В решении по делу № АМЗ-66/2010 ОАО «Аэрофлот» анализировался рост цены на авиабилеты по направлению Калининград — Москва — Калининград. По результатам анализа УФАС пришло к выводу, что темп роста цен не соответствует темпу роста расходов. На этом основании ОАО «Аэрофлот» обвинялось в нарушении п. 1 ч. 1 ст. 10 Закона. Более подробный анализ цен в тексте решения не представлен. Позднее Арбитражным судом Калининградской области решение УФАС было отменено. В рамках судебного разбирательства (дело № А21-2026/2011¹⁷) ОАО «Аэрофлот» привело свидетельства того, что рентабельность продаж по линии Москва — Калининград — Москва за период с января 2009 г. по июнь 2010 г. отрицательна, а убыточность за 2009 г. составила 39%, за первое полугодие 2010 г. — 30%, при этом ОАО «Аэрофлот» предпринимались меры для снижения себестоимости услуги.

В деле № 28¹⁸ анализ роста цен на розничном рынке автомобильного бензина и дизельного топлива на территории Калинин-

¹⁵ Авдашева С. Б., Шаститко А. Е. Запрет на установление монопольно высокой цены: экономические основания, варианты и новации антимонопольного законодательства // Экономическая политика. 2009. № 2. С. 39–57.

¹⁶ Шаститко А. Е. Сопоставимые рынки» как инструмент антимонопольной политики // Вопросы экономики. 2010. № 5. С. 96–109.

¹⁷ Решение Арбитражного суда Калининградской области по делу № А21-2026/2011. URL: http://kad.arbitr.ru/data/pdf/ed4e2832-ca4e-4aa0-952a-33433dcabc34/A21-2026-2011_20110629_Reshenija+i+postanovlenija.pdf.

¹⁸ Решение УФАС по Калининградской области № 28 от 18 марта 2008 г. URL: <http://kaliningrad.fas.gov.ru/news.php?id=214>.

градской области проводился на основе данных о закупочных и розничных ценах, величине торговой наценки и издержках обращения. УФАС приводило свидетельства того, что снижение розничной цены было существенно меньше снижения закупочной цены, а рост розничной торговой наценки существенно опережает рост издержек обращения. Таким образом, по мнению УФАС, ООО «ЛУКОЙЛ-Северо-Западнефтепродукт» имело возможность получать дополнительный, необоснованно высокий доход, превышающий необходимые для осуществления данной деятельности затраты.

Среди дел по нарушению п. 1 ч. 1 ст. 10 можно выделить дело № 17-А-10¹⁹, поскольку решение по нему содержит детальный анализ, а также в результате рассмотрения УФАС пришло к выводу, что со стороны хозяйствующего субъекта (ОАО «Красноярскнефтепродукт») нарушений не было. В деле рассматривался локальный рынок розничной реализации горюче-смазочных материалов (в границах п. Копьево Красноярского края). УФАС сделало вывод о коллективном доминировании двух хозяйствующих субъектов, а также обнаружило признаки нарушения Закона. Помимо анализа динамики закупочных и розничных цен, величины торговой наценки и издержек обращения, УФАС провело анализ розничных цен на сопоставимых рынках и пришло к выводу, что цены, установленные ОАО «Красноярскнефтепродукт» на ГСМ в исследуемом периоде, во-первых, не превысили цены хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на сопоставимых рынках, и, во-вторых, цены установлены на уровне экономических затрат и необходимой для воспроизводства прибыли, в связи с чем не могут быть признаны монопольно высокими.

¹⁹ Решение Хакасского УФАС России по делу № 17-А-10 о нарушении антимонопольного законодательства. URL: <http://hakasia.fas.gov.ru/news.php?id=1066>.

Подводя итог, можно отметить, что основным методом, используемым для доказательства установления монопольно высоких цен, является метод, основанный на сопоставлении цен и бухгалтерских издержек производства, хотя встречаются дела, где антимонопольный орган сравнивал цены на данном рынке с ценами на сопоставимом рынке. Однако, как правило, проблемы низких стандартов квалификации положения продавцов как доминирующего дополняются низкими стандартами определения практики как незаконной — это было показано на примере дел об установлении монопольно высоких цен.

Коллективное доминирование и согласованные действия

Предметом споров в судах являются не только дела по злоупотреблению доминирующим положением. Среди 33 решений антимонопольного органа можно выделить 5 решений, в которых норма о коллективном доминировании использовалась для доказательства согласованных действий (статья 11 Закона).

В решении по делу № А49-4101/2009²⁰ Одиннадцатый арбитражный апелляционный суд отметил, что наличие у коллективно доминирующих хозяйствующих субъектов возможности отслеживать и оценивать рыночное поведение (ценовую политику) конкурентов явно усматривается из обстоятельств дела. Информация о ценах на нефтепродукты общедоступна, она раскрывается на стелах рядом с АЗС. Причем, по мнению суда, возможность повторяемости поведения обеспечивается и без документального, письменного оформления путем заключения соглашения и письменного

²⁰ Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда по делу № А49-4101/2009. URL: http://kad.arbitr.ru/data/pdf/e77e500f-da91-4629-b626-6e165875219c/A49-4101-2009_20100830_Postanovlenie+apelljacji.pdf.

обмена информацией, поскольку является прямым следствием раскрытия хозяйствующими субъектами своих действий в условиях коллективного доминирования.

В 2009 году УФАС по Кемеровской области приняло решение по делу № 25/А-11-2009²¹. Согласно материалам дела, ЗАО «Газпромнефть — Кузбасс», ООО «Баррель», ООО «Компания «Центр» были признаны коллективно доминирующими на розничном рынке реализации автомобильного бензина и дизельного топлива на территории города Кемерово. Данное положение хозяйствующих субъектов на рынке рассматривалось как аргумент в пользу вывода о наличии согласованных действий между компаниями. Так, УФАС отмечено, что «ЗАО «Газпромнефть-Кузбасс», имея большее количество АЗС на территории города Кемерово, чем остальные хозяйствующие субъекты, повысив цены на нефтепродукты, не рискует возможной потерей потребителей, поскольку имеет все основания полагать, что изменение им цен отразится на изменении цен ООО «Баррель» и ООО «Компания «Центр». Такое поведение является следствием систематических, единообразных и относительно синхронных действий указанных участников рынка, связанным с изменением цен на соответствующие товары. Таким образом, каждый из рассматриваемых участников розничного рынка нефтепродуктов заранее знает, что его действия по изменению цен повлекут за собой соответствующее изменение цен другого, в результате преследования выгоды и интересов каждого из них».

Использование нормы о коллективном доминировании в делах о согласованных действиях, хотя это и представляет собой смешение двух типов обвинений (обвинений крупных компаний в односторон-

них действиях — злоупотребление доминирующим положением, и обвинений в координации — согласованные действия), можно было бы оценить даже положительно. Обвинение в согласованных действиях в российском антимонопольном законодательстве подразумевает определение поведения продавцов как молчаливого сговора²². Практически стандарты доказательства подобного молчаливого сговора в российской практике включают определение параллельного поведения при условии исключения действия факторов, одновременно и в одинаковой степени действующих на всех продавцов (что в каждом случае очень затруднительно, и редко выполняется). В то же время определение согласованных действий в Законе включает признак взаимовыгодности поведения продавцов и их взаимозависимости. Анализ структуры рынка — хотя бы в соответствии с критериями, предлагаемыми определением коллективным доминированием, — мог бы помочь если не подтвердить, но во многих случаях опровергнуть вывод о взаимозависимости и взаимовыгодности поведения.

Заключение

Исследование пятилетней практики применения нормы о коллективном доминировании показало, что в рассмотренных делах для принятия решения антимонопольный орган проводил экономический анализ, хотя в большинстве случаев он был неполным. Среди тех характеристик рынка, которые все-таки исследовались для доказательства факта коллективного доминирования, преобладают, в основном, структурные. Причем они в большей степе-

²¹ Решение по делу № 25/А-11–2009 о нарушении антимонопольного законодательства. URL: <http://kemerovo.fas.gov.ru/page.php?id=321>.

²² Авдашева С. Б. Незаконность молчаливого сговора в российском антимонопольном законодательстве: могут ли экономисты быть полезны при выработке юридических норм? // Вопросы экономики. 2011. №5. С. 89–102.

ни используются не только антимонопольным органом, но и хозяйствующими субъектами при оспаривании решений в судах. При этом сам перечень структурных характеристик, учитываемых в решениях антимонопольных органов и судов, остается довольно ограниченным. Таким образом, основания для ошибок I рода возникают на этапе анализа не только поведения, но и структуры рынка.

Вместе с тем, норма о коллективном доминировании используется не только в делах о злоупотреблении доминирующим положением, но и при доказательстве согласованных действий. Несомненно, анализ рынка, который предполагается для признания хозяйствующих субъектов коллективно доминирующими и, в соответствии с законом, не требуется при доказательстве согласованных действий, может служить дополнительным источником для установления факта нарушения или его отсутствия. Итак, на данный момент в российской антимонопольной практике, с одной стороны, коллективное доминирование рассматривается как одностороннее ограничение конкуренции достаточно крупным участником рынка, с другой — может свидетельствовать о взаимовыгодности координации действий компаний.

Однако использование нормы о коллективном доминировании как в делах о злоупотреблении доминирующим положением, так и о согласованных действиях сопряжено со значительной вероятностью возникновения ошибок I рода, именно поэтому практика применения указанной нормы должна быть скорректирована.

Список литературы

1. Авдашева С. Б. Незаконность молчаливого сговора в российском антимонопольном законодательстве: могут ли экономисты быть полезны при выработке юридических норм? // Вопросы экономики. 2011. № 5. С. 89–102.
2. Авдашева С. Б., Дзагурова Н. Б., Крючкова П. В., Юсупова Г. Ф. Развитие и применение антимонопольного законодательства в России: по пути достижений и заблуждений: доклад / под науч. ред. С. Авдашева М.: МАКС Пресс, 2011.
3. Авдашева С. Б., Шаститко А. Е. Запрет на установление монопольно высокой цены: экономические основания, варианты и новации антимонопольного законодательства // Экономическая политика. 2009. № 2. С. 39–57.
4. Авдашева С. Б., Шаститко А. Е. Искать под фоном или где потеряли? Новации антимонопольного законодательства сезона 2008–2009 // Экономическая политика. 2008. № 5. С. 112–125.
5. Авдашева С. Б., Шаститко А. Е. Модернизация антимонопольной политики в России (экономический анализ предлагаемых изменений конкурентного законодательства) // Вопросы экономики. 2005. № 5. С. 100–116.
6. Постановление Арбитражного суда Кемеровской области по делу № А27-5320/2010. URL: http://kad.arbitr.ru/data/pdf/7dd8056c-4014-436c-acf1-b54468ac0769/A27-5320-2010_20100709_Reshenija+i+postanovlenija.pdf.
7. Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда по делу № А49-4101/2009. URL: http://kad.arbitr.ru/data/pdf/e77e500f-da91-4629-b626-6e165875219c/A49-4101-2009_20100830_Postanovlenie+apelljacji.pdf.
8. Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда по делу № А21-4754/2009. URL: http://ras.arbitr.ru/data/pdf/b6c02f1b-3f86-4732-8fcf-e711364b0fa9/%D0%9021-4754-2009_20100310.pdf.
9. Решение Арбитражного суда Калининградской области по делу № А21-2026/2011. URL: http://kad.arbitr.ru/data/pdf/ed4e2832-ca4e-4aa0-952a-33433dcabc34/A21-2026-2011_20110629_Reshenija+i+postanovlenija.pdf.
10. Решение Арбитражного суда Курганской области по делу № А34-3924/2010. URL: http://ras.arbitr.ru/data/pdf/bdddb5b3-3268-46fb-99e9-e4c7b60a54aa/%D0%9034-3924-2010_20101029.pdf.
11. Решение ФАС РФ по делу № 1 10/141-10 о нарушении антимонопольного законодательства.

- ства. URL: http://www.fas.gov.ru/solutions/solutions_31505.html.
12. Решение Хакасского УФАС России по делу № 17-А-10 о нарушении антимонопольного законодательства. URL: <http://hakasia.fas.gov.ru/news.php?id=1066>.
13. Решение по делу № 25/А-11-2009 о нарушении антимонопольного законодательства. URL: <http://kemerovo.fas.gov.ru/page.php?id=321>.
14. Решение УФАС по Калининградской области № 28 от 18 марта 2008 г. URL: <http://kaliningrad.fas.gov.ru/news.php?id=214>.
15. Шаститко А. Е. Координационные и распределительные эффекты ошибок I и II рода // Экономическая политика. 2011. № 1. С. 114–124.
16. Шаститко А. Е. Экономико-правовые аспекты коллективного доминирования // Экономическая политика. 2011. № 3. С. 167–190.
17. Шаститко А. Е. «Сопоставимые рынки» как инструмент антимонопольной политики // Вопросы экономики. 2010. № 5. С. 96–109.
18. Чирихин С. Н. Рынок бензина: возможно ли ограничить монополизм? // ЭКО. 2006. № 6. С. 17–29.

N. Goreyko, junior researcher, Institute for Industrial and Market Studies of National Research University «Higher School of Economics», gnadinea@gmail.com

THE COLLECTIVE DOMINANCE IN RUSSIAN ANTITRUST PRACTICE¹

This article considers how the concept of collective dominance was used in Russia in 2006–2011. The information base for analysis includes the decisions of Federal antimonopoly service of Russia, where the norm of collective dominance was applied. The article includes the analysis to which extent the characteristics of market structures that are required by the law were used, which types of accusations were brought against companies by means of determining of their collective dominant position, what is the court practice of considering decisions where concept of collective dominance was applied.

Key words: antitrust law, norm about collective dominance, abuse of dominance.

¹ The study was implemented in the framework of the Programme of Fundamental Studies of the Higher School of Economics in 2011. This study is based on the results of research project on which we are working together with Russell Pitman (U. S. Department of Justice — Economic Analysis Group) and Svetlana Avdasheva (Higher School of Economics). The author is grateful to Andrei Akvilev for the help to collect data.

Агабеков С. И., канд. соц. наук, главный экономист ООО «Газтехлизинг», г. Москва, mazmaga@yandex.ru

Кокурин Д. И., докт. экон. наук, проф. кафедры экономической теории и менеджмента ГОУ ВПО «Московский педагогический государственный

университет», г. Москва, dk1953@yandex.ru

Левина Е. А., ст. преподаватель кафедры микроэкономического анализа Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», г. Москва, levina_hse@mail.ru



ВЫЯВЛЕНИЕ МОНОПОЛИЗМА НА ПРОИЗВОДНЫХ РЫНКАХ

В статье поднимаются вопросы функционирования рынков, производных по отношению к основному рынку. Рассматриваются проблемы определения продуктовых и географических границ производных рынков, а также влияния монополизации основного рынка на уровень конкуренции производных рынков. Исследование проведено на основе рынка аренды специализированных помещений для размещения точек присоединения операторов связи.

Ключевые слова: рынок связи, оператор, специализированные помещения, точка присоединения, продуктовые границы, географические границы рынка, монополизация.

Введение

Статья содержит описание некоторых подходов, которые могут быть полезными при анализе уровня конкуренции на таких рынках, которые являются не самостоятельными, а производными от некоего иного, основного рынка. В большинстве случаев производные рынки возникают там, где основной рынок относится к классу высокотехнологичных и требует существенных инвестиций в основной капитал. Наиболее яркие примеры — рынок связи и рынок электроэнергетики¹.

¹ На рынке электроэнергии не всегда имеет место одномоментное производство и потребление товара (электроэнергии), поскольку энергия может накапли-

Рынок связи представляет собой один из самых сложных в структурном отношении рынков. Его глобальность² обусловлена сущностью самой услуги — передачей информации от одного абонента другому вне зависимости от места его расположения. Потребителю интересно взаимодействовать с каждым конкретным производителем услуги связи только тогда, когда этот производитель связан с другими производителями

ваться, и, соответственно, производство и потребление будут разделены во времени.

² Под глобальностью рынка понимается то, что ни один пользователь не станет заключать договор с оператором, который способен оказывать услуги связи только в рамках ограниченной территории. Абоненты заинтересованы в возможности звонить на любые номера в любой точке мира.

данной услуги цепочкой контрактов и сетью физических соединений.

Следствием взаимозависимости между производителями услуг связи (операторами) становится возникновение рынков, производных от собственно рынка связи. Речь идет о таких рынках, как рынок специализированных помещений для размещения точек присоединения одних операторов к другим и рынок услуг соединения между оборудованием сторонних операторов на технологической платформе третьего оператора.

Если алгоритмы анализа уровня конкуренции, которые используются для большинства рынков, применимы на самом рынке связи, то адаптация этих алгоритмов для производных рынков требует методологической проработки. Вместе с тем такая методологическая проработка необходима, поскольку связь — один из основных инфраструктурных элементов функционирования экономики.

Стоимость услуг связи может оказать сильное влияние на темпы развития бизнеса, и, следовательно, ошибки при определении монопольного положения крупных субъектов этого рынка могут существенно отразиться на динамике ВВП страны. Кроме того, сам по себе рынок связи является высокотехнологичным. Учитывая стремление руководства страны к повышению инновационной составляющей в ВВП, к применению ограничивающих мер против тех или иных субъектов инновационных рынков необходимо относиться крайне осторожно.

Задачи настоящей статьи — показать возможные подходы для выявления компаний-монополистов на производных рынках; рассмотреть вопрос влияния монополизации основного рынка на топологию сети; определить причину и следствие монопольной власти: топология сети влечет за собой монополизацию или, напротив, действия крупных компаний по монополизации рынков приводят к изменению топологии сети; продемонстрировать, как монополизация производных рынков влияет на стоимость услуги связи для конечных потребителей.

Динамика показателей благосостояния населения

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики в России наблюдается следующая динамика показателей уровня жизни населения.

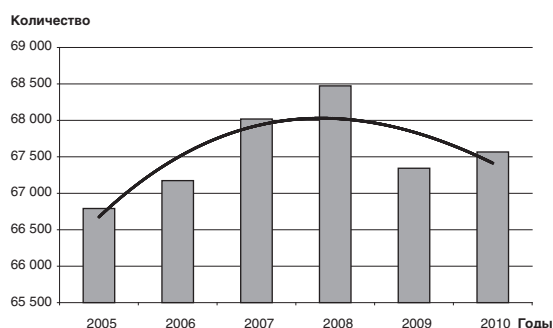


Рис. 1. Среднегодовая численность занятых в экономике, тыс. чел. (ОКВЭД)

На рисунке 1 отражена положительная динамика среднегодовой численности занятых в экономике на протяжении 2005–2010³ гг., т. е. в 2010 г. по данному параметру экономика начала подавать признаки восстановления. Если тенденция к росту числа занятых окажется устойчивой, это приведет к увеличению спроса населения на различные товары и услуги, в том числе на услуги связи.

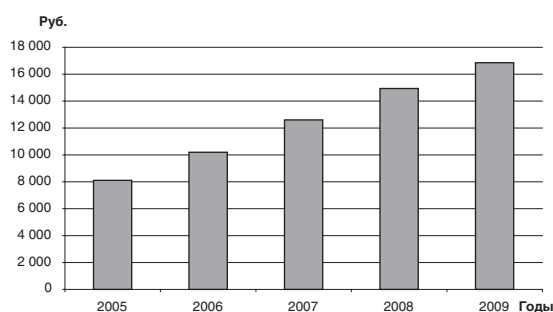


Рис. 2. Среднедушевые денежные доходы населения (в мес.)

³ Данные за 2010 год указаны по ежегоднику «Россия в цифрах — 2011 г.» (URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_11/lssWWW.exe/Stg/d1/06-02.htm).

Несмотря на экономический кризис, за период с 2005–2009 гг. наблюдался рост среднедушевых доходов населения (рис. 2). Понимая всю условность этого показателя с точки зрения характеристики социального благополучия населения, он, тем не менее, косвенно может свидетельствовать о росте спроса на связь.

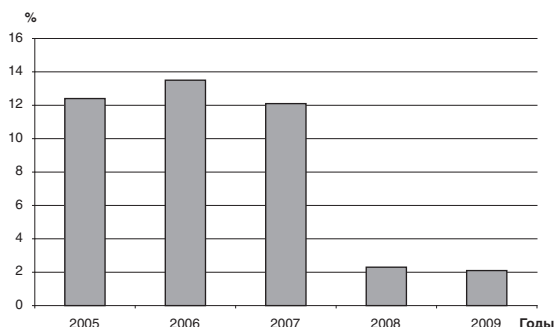


Рис. 3. Темп роста реальных располагаемых денежных доходов населения

В 2008 году существенно снизился темп роста реальных располагаемых денежных доходов населения (рис. 3). На том же уровне он остался в 2009 г. Несмотря на резкое снижение в 2008 г., темп роста реальных располагаемых доходов населения не был отрицательным ни в один из рассматриваемых периодов, что также говорит в пользу роста или, по крайней мере, сохранения спроса на услуги связи.

В ближайшие 5–7 лет прогнозируемый рост спроса на услуги связи приведет к росту актуальности вопросов, связанных с уровнем монополизации этого рынка.

Экономические показатели развития рынка связи

На рисунках 4–9 отражена динамика доходов от услуг связи⁴.

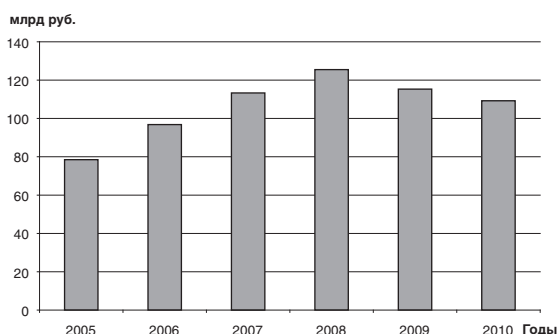


Рис. 4. Объем услуг междугородной, внутризоновой и международной телефонной связи

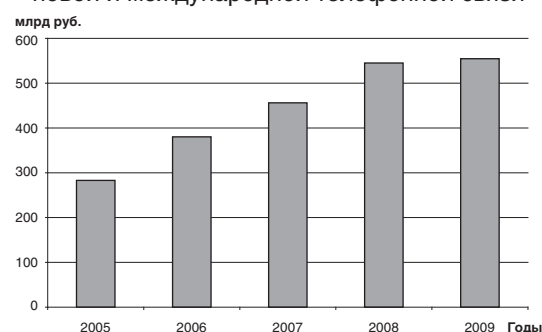


Рис. 5. Объем услуг подвижной связи

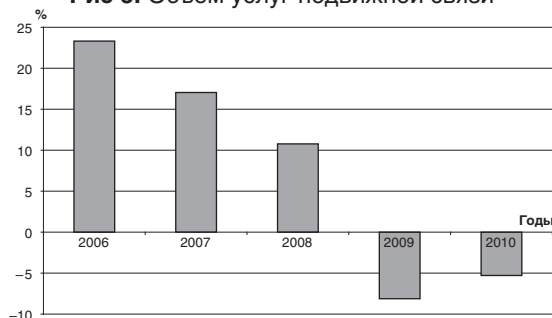


Рис. 6. Темп роста объема услуг междугородной, внутризоновой и международной телефонной связи

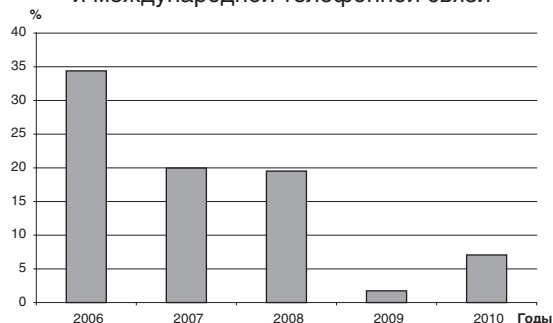


Рис. 7. Темп роста объема услуг подвижной связи

⁴ Данные электронной версии ежегодника «Россия в цифрах — 2011 г.». URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_11/lssWWW.exe/Stg/d2/19-01.htm.

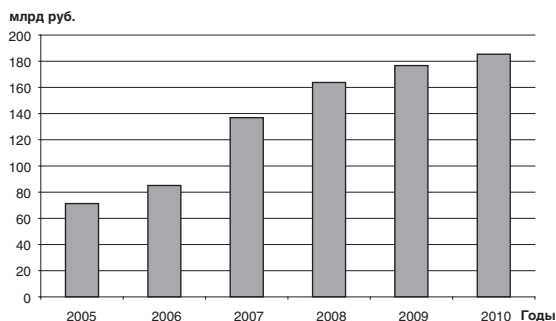


Рис. 8. Объем услуг присоединения и пропуска трафика

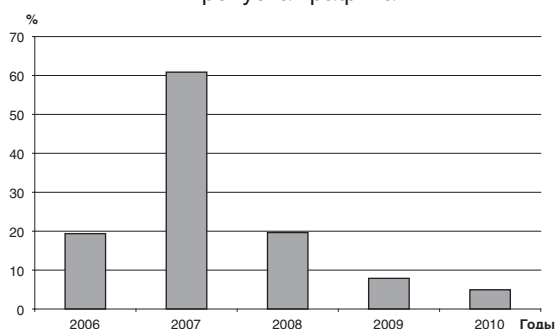


Рис. 9. Темп роста объема услуг присоединения и пропуска трафика

Относительно темпов роста междугородной, международной, внутризоновой и подвижной связи необходимо отметить следующее. На рисунках 4–7 отчетливо видно, что снижение темпов роста объема продаж данных услуг началось до экономического кризиса 2008 г. В докризисный период значительная часть населения и бизнеса располагала финансовыми ресурсами и с оптимизмом смотрела в будущее. Тем не менее, темпы снижались. Это говорит о том, что рынок связи выходил на уровень насыщения, а кризис лишь внес некоторые коррективы в ход процесса.

Кризис привел к тому, что население изменило структуру своих расходов, снижая потребление, в том числе, услуг связи. Оптимизацию расходов на связь произвели и многие коммерческие организации. Зачастую оптимизация выражалась в закрытии доступа к междугородней и международной связи для рядовых сотрудников компаний.

Продуктовые границы производных рынков

Первый вопрос, на который необходимо ответить, — что такое производные рынки. Первичным рынком всегда выступает рынок того или иного вида связи, т. е. в самом общем смысле — совокупность потребителей (в том числе потенциальных) этого вида связи и совокупность операторов, которые в данный момент (или в течение определенного временного интервала) готовы такой вид связи предоставить.

Особенность заключается в том, что у большинства операторов кабельная сеть территориально локализована. Следовательно, для оказания услуг связи каждому оператору приходится присоединять свою сеть к сетям других операторов (организовывать точки присоединения). Для организации присоединения необходимо специализированное помещение, которое обладало бы требуемыми характеристиками и позволяло бы размещать оборудование соединяющихся операторов.

На рассматриваемом этапе возникает рынок, производный от рынка связи, — рынок специализированных помещений для размещения точек присоединения. Потребителями на нем выступают уже не абоненты, а сами операторы связи. Продавцами услуги также выступают операторы связи. На примере этого рынка будут продемонстрированы некоторые подходы, которые целесообразно использовать при анализе производных рынков, опираясь на нормативные документы ФАС и других ведомств.

Основная методологическая проблема — понять, о какой услуге идет речь, что такое основная услуга на производном рынке, какие услуги-заменители у нее есть и есть ли они вообще. Вторая методологическая проблема — понять, влечет ли за собой доминирование на основном рынке доминирование на производных рынках. Если да, то из признания доминирующего

положения компании на основном рынке должно вытекать признание ее доминирования и на производных рынках. Если нет, то с точки зрения уровня конкуренции основной и производные рынки надо рассматривать как независимые. Многие споры хозяйствующих субъектов в арбитражных судах порождены в первую очередь различным пониманием операторов, на каком рынке они работают и какие услуги предоставляют.

Примером крупного оператора может выступать ОАО «Центр Телеком». Его преимущество перед другими операторами состоит в контроле практически над всей инфраструктурой стационарной связи Центрального федерального округа. Такая инфраструктура складывалась на протяжении десятилетий (еще во времена СССР). Разветвленная инфраструктура позволяет компании активно использовать эффект масштаба⁵. Примером малого оператора является любой локальный оператор, который пытается расширить перечень оказываемых услуг связи.

Трудности в определении рынка специализированных помещений проистекают из особенности самой услуги связи. Для оператора связи, желающего организовать точку присоединения, рынок специализированных помещений — это перечень адресов специализированных помещений, которые расположены в зоне пролегания кабельных сетей оператора и к которым подведены кабельные сети других операторов. Последнее обстоятельство очень сильно сужает продуктовые и географические границы этого производного рынка.

Стоимость услуги связи в основном формируется как производная от стоимости обслуживания оборудования и кабельных сетей (амортизации, страхования, налога на имущество и т. п.), а также заработной

платы⁶ плюс стоимость пропуска трафика через сети других операторов.

Смысл присоединения сетей состоит в предоставлении любому абоненту (физическому или юридическому лицу), обслуживаемому каким-либо оператором связи, возможности со своего конечного устройства соединиться с любым абонентом, обслуживаемым любым другим оператором связи, поэтому определять рынок специализированных помещений для размещения точек присоединения целесообразно через выявление инфраструктурных составляющих производства самой услуги связи.

Для определения продуктовых границ рынка специализированных помещений будем опираться на принципы, которые прописаны в Порядке проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденном Приказом ФАС от 28 апреля 2010 г. № 220 (далее по тексту — Порядок).

Определение товара будет произведено через применение следующего набора процедур, перечисленных в соответствующих пунктах Порядка:

1. Предварительное определение товара (п. 3.4).
2. Установление функционального назначения, потребительских свойств, цены, условий реализации товара (п. 3.5).
3. Выявление товаров, которые могут заменить определенный на первом и втором этапе товар. При определении товара-заменителя необходимо соблюдение условия, что стоимость потребления (использования) товара-заменителя не должна превышать 10%

⁵ В данной статье под эффектом масштаба подразумевается снижение средних издержек при росте объема оказываемых услуг (экономия на масштабе).

⁶ Согласно данным финансовой отчетности ОАО «Центр Телеком», приведенным в аудиторском заключении по итогам работы в 2009 г. (размещено на официальном сайте компании), совокупная доля материальных расходов и амортизации в себестоимости составила 38,5%. Доля заработной платы и социальных отчислений составила 32,4%. Доля прочих расходов составила 29,1%. Нет оснований утверждать, что у других компаний отрасли структура себестоимости услуг связи значительно отличается от структуры ОАО «Центр Телеком».

стоимости потребления (использования) основного товара. Кроме того, необходимо, чтобы срок перехода на товар-заменитель не превышал 1 год (п. 3.7).

Предварительное определение товара

На этапе предварительного определения товара установим, кто выступает потребителями на рынке специализированных помещений. Как уже говорилось, основными потребителями, предъявляющими спрос на специализированные помещения для размещения средств связи, выступают операторы связи. Согласно п. 12 ст. 2 Федерального закона от 7 июля 2003 г. № 126-ФЗ «О связи» оператор связи — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги связи на основании соответствующей лицензии.

По экономическому смыслу предоставление специализированных помещений для размещения средств связи на возмездной основе является услугой сдачи в аренду помещения. Согласно п. 5 ст. 6 Федерального закона «О связи» операторы связи на возмездной основе вправе размещать кабели связи в линейно-кабельных сооружениях вне зависимости от принадлежности сооружений. При этом помещение должно обладать определенными свойствами, чтобы удовлетворять потребностям оператора связи⁷, который должен иметь возможность разместить в нем специфическое оборудование — точку присоединения.

С одной стороны, товаром является услуга предоставления в аренду помещений, имеющих специфические характеристики. С другой стороны, ситуация несколько сложнее. Если специализированным поме-

щением владеет какой-либо оператор связи, то в услугу входит не только предоставление оборудованного помещения, но и разрешение на прямое соединение между присоединенными к владельцу специализированного помещения операторами. Возникает закономерный вопрос — где граница услуги аренды специализированного помещения для размещения точки присоединения. Является ли разрешение на соединение с другими операторами, также разместившими свои точки присоединения в данном специализированном помещении, самостоятельной услугой или это часть услуги аренды⁸?

Опишем более детально модель хозяйственной ситуации⁹. Имеется ряд операторов, присоединенных к некоему крупному оператору национального уровня (далее — крупный оператор) в специализированном помещении, принадлежащем ему на праве собственности. Один из присоединенных операторов (далее — малый оператор) хочет осуществить прямое соединение между собой и другими присоединенными операторами короткой соединительной линией в том же специализированном помещении. При этом собственно аренду специализированного помещения он оплачивает на основании другого договора.

Крупный оператор полагает, что, давая разрешение малому оператору на прямое соединение с другими операторами, он тем самым оказывает дополнительную услугу — организации соединения между сторонними организациями. Более того, дополнительная услуга состоит не только в самом разрешении, но и в некоторых дополнительных сервисных работах. В их число входит круглосуточный прием сообщений специалистов малого оператора о повреждении соедини-

⁷ Оно должно быть оснащено таким оборудованием, как: плата-место, полка-места, рамка-место, стойка-место, антенна-место (URL: http://www.centertelecom.ru/branches/yaroslav/services_and_tariffs/tariffs/Pages/arendayar.aspx).

⁸ При условии, что и оборудование, и соединительный кабель принадлежат соединяющимся операторам, а не оператору, предоставившему в аренду специализированное помещение.

⁹ Назовем ее условно моделью взаимодействия крупного и малого операторов.

тельной линии или нарушении их нормальной работы.

Когда прямое соединение между операторами, разместившими точки присоединения в помещении крупного оператора, отсутствует, трафик, который возникает между различными операторами, проходит через крупного оператора. Стоимость пропуска трафика — один из видов его дохода. Когда операторы соединяются напрямую, крупный оператор теряет этот доход. Его экономический интерес в интерпретации прямого соединения как независимой услуги заключается в компенсации потери. Интерес малых операторов, напротив, состоит в интерпретации данной услуги как части услуги аренды специализированного помещения.

Если крупный оператор повышает стоимость пакетной услуги (аренда помещения плюс право на размещение соединительной линии), то он ставит малого оператора перед следующим выбором:

- согласиться на новые тарифы;
- арендовать специализированные помещения у другого собственника и организовать в этих помещениях собственные точки присоединения;
- осуществить прямое присоединение в точках присоединения других операторов по более низкой цене.

Согласно п. 33 ст. 2 Федерального закона «О связи» услуга присоединения — деятельность, направленная на удовлетворение потребности операторов связи в организации взаимодействия сетей электросвязи, при котором возможны установление соединения и передача информации между пользователями взаимодействующих сетей электросвязи.

Согласно п. 7 Правил присоединения сетей электросвязи и их взаимодействия, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 28 марта 2005 г. № 161 «Об утверждении Правил присоединения сетей электросвязи и их взаимодействия» (далее — Правила), присоединение сетей электросвязи — это установление технико-технологи-

ческого взаимодействия средств связи двух сетей связи, при котором возможен пропуск трафика между сетями, минуя другие сети связи. Точка присоединения — средства связи, входящие в состав одной сети электросвязи, с помощью которых осуществляется физическое подключение средств связи другой сети электросвязи и обеспечивается возможность пропуска трафика между сетями.

Исходя из приведенного определения, сделаем важный вывод о том, что услуга по предоставлению специализированных помещений представляет собой часть структурно более сложной услуги — услуги присоединения. Фактически услуга предоставления специализированных помещений является не независимой, а производной, т. е. это не какая-то дополнительная услуга, от которой можно отказаться, а услуга, без которой присоединение сетей станет невозможным.

Потребителями услуги на рассматриваемом рынке являются операторы связи, не имеющие в собственности данных помещений, но желающие осуществить присоединение определенного уровня.

Продавцы услуги — юридические или физические лица (индивидуальные предприниматели), которые обладают такими помещениями на праве собственности (аренды) и имеют желание передать эти помещения операторам связи в аренду (субаренду).

Согласно п. 16 Правил услуга присоединения включает:

- 1) согласование проектно-сметной документации, необходимой другому оператору для реализации установленных договором о присоединении условий присоединения сетей электросвязи и пропуска трафика;
- 2) монтаж и наладку средств связи, образующих точку присоединения;
- 3) присоединение сети связи.

Согласно п. 14 Правил оператор сети междугородной и международной телефонной связи создает точки присоединения в каждом субъекте Российской Федерации, т. е.

создание точек присоединения является обязанностью операторов связи.

Специализированные помещения для размещения точек присоединения должны отвечать соответствующим требованиям для размещения необходимого оборудования, в частности оборудоваться специальными шкафами, стойками и т. п., в них должна контролироваться температура воздуха, влажность. Они должны быть оборудованы средствами пожаротушения, кроме того, находиться под охраной. Осуществив некоторые капитальные вложения, все эти условия можно обеспечить в любом помещении. Однако одно из наиболее значимых условий для выбора помещения — наличие соединительных линий и оборудования операторов, к которым предполагается осуществить присоединение.

Выявление заменителей услуги

Продуктовые границы рынка — это перечень взаимозаменяемых товаров (работ, услуг), обращающихся на одном и том же товарном рынке (п. 3.1 Порядка). Чем шире продуктовые границы рынка, тем у потребителей больше возможностей заменить один товар (услугу) другим. Это вероятно в том случае, когда каждый из взаимозаменяемых товаров, во-первых, достижим для потребителя и, во-вторых, способен удовлетворить его потребности.

Если малый оператор связи предполагает предоставление доступа своим абонентам к услугам связи, он должен присоединить свою кабельную сеть к сети операторов связи соответствующего уровня (местной, внутризоновой, междугородной). Помимо присоединения к сети, малый оператор заинтересован в прямом соединении со сторонними операторами, которые также подвели свои кабели к данной точке присоединения. Так малый оператор экономит на оплате крупному оператору за пропуск трафика при соединении со сторонними операторами. Однако, желая компенсиро-

вать упущенную выгоду, крупный оператор пытается навязать малому дополнение к договору аренды специализированного помещения, которое предполагает оплату обслуживания соединительной линии.

Необходимо оценить, располагает ли в описываемой ситуации малый оператор возможностью уйти от навязывания дополнительной услуги. Если да, то их совокупность и будет образовывать продуктовые границы рассматриваемого производного рынка, а субъектами рынка станут другие операторы и иные собственники подходящих специализированных помещений. В этом случае крупный оператор не является монополистом и через какое-то время будет вынужден снизить цену своих услуг до рыночной стоимости. Если же указанных возможностей нет, крупный оператор выступает монополистом и малому оператору придется согласиться с его условиями.

Осуществить присоединение малый оператор может четырьмя альтернативными путями, каждый из которых имеет свою стоимость, а именно:

- 1) согласиться с требованиями крупного оператора (базовый путь);
- 2) отказаться от требования крупного оператора, арендовать оборудованное специализированное помещение и подвести к нему свой кабель;
- 3) приобрести или построить специальное помещение для размещения оборудования и подведения кабеля;
- 4) присоединиться на технологических площадках других операторов.

Из четырех альтернативных путей присоединения основным (базовым) выступает первый, следующие три выступают в качестве возможных заменителей.

Приведем перечень затрат малого оператора, общий для всех четырех путей подключения:

- амортизация оборудования и оптоволоконного кабеля;
- налог на имущество по этому оборудованию и оптоволоконному кабелю;

- страхование оборудования и оптоволоконного кабеля;
- техническое обслуживание оборудования связи;
- поддержка программного обеспечения;
- охрана и т. п.

Относительно приобретения или строительства собственных специализированных помещений (третий путь) можно сказать следующее. Во-первых, эта форма замены прямого соединения между оборудованием присоединенных операторов в специализированном помещении крупного оператора сомнительна с точки зрения п. 1 ст. 4 Закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и ПБУ 15/2008 (строительство помещений для собственных нужд не является товаром, а представляет собой инвестиционный актив). Пункт 7 ПБУ 15/2008 гласит: «К инвестиционным активам относятся объекты незавершенного производства и незавершенного строительства, которые впоследствии будут приняты к бухгалтерскому учету заемщиком и (или) заказчиком (инвестором, покупателем) в качестве основных средств».

Во-вторых, эта форма входит в противоречие с п. 3.7 Порядка. Общий срок строительства (с учетом всех согласований, выделения земли, утверждения проектной документации и т. п.), прокладки кабеля и монтажа оборудования, а также заключения договоров с операторами, скорее всего, превысит 1 год¹⁰.

Даже если ввод нового специализированного помещения в эксплуатацию займет менее 1 года (что маловероятно), то текущие затраты на стадии его эксплуатации с высокой вероятностью превысят более чем на 10% рыночную величину арендной платы за специализированное помещение¹¹

¹⁰ Сроки по согласованию нового строительства, установленные законодательно, не должны превышать 3 лет, в основной своей массе средний срок по согласованию составляет от 1,5 до 2 лет (URL: <http://www.stonasto.ru/nozhil/page27/>).

¹¹ Срабатывает эффект масштаба.

(и платы за обслуживание соединительных линий¹²).

Учитывая, что для соединения со многими операторами потребуется приобрести или построить несколько специализированных помещений, расхождение в стоимости будет еще больше.

Капитальные вложения оператора связи в строительство специализированных помещений будут включать стоимость:

- подготовки проектно-сметной документации;
- инженерно-геодезических изысканий;
- земельного участка;
- строительства специализированного помещения (с учетом строительных материалов и работы подрядной организации);
- оборудования помещения средствами связи и другими необходимыми техническими средствами (в том числе средствами кондиционирования и пожаротушения);
- прокладки оптоволоконного кабеля;
- программного обеспечения;
- пуско-наладочных работ (отладки оборудования, установки и тестирования программного обеспечения и т. д.).

После ввода в эксплуатацию собственного специализированного помещения из перечня затрат, общих для всех четырех путей, уйдет арендная плата за специализи-

¹² Капитальные вложения в строительство собственных специализированных помещений оператор связи будет списывать через амортизацию в течение срока полезного использования. Расходы на заключение договоров с другими операторами будут списаны в том отчетном периоде, в котором они были осуществлены. В случае привлечения внешнего финансирования под строительство проценты будут списываться на расходы в течение срока действия кредитного договора. Для большинства операторов привлечение внешнего финансирования под строительство и оборудование специализированных помещений будет необходимо. Это существенно увеличит стоимость третьего варианта. Например, по итогам 2009 г. у ОАО «Центр Телеком» доля краткосрочных и долгосрочных кредитов и займов в валюте баланса составляла 21,7%. Если строительство проводится за счет средств самого оператора, то необходимо учесть стоимость отвлечения средств из оборота (рентабельность текущей деятельности).

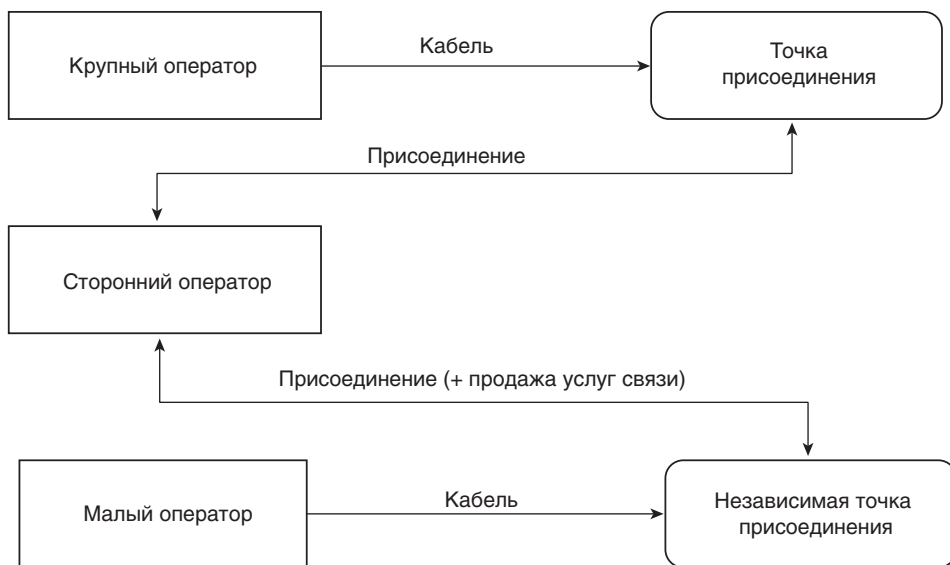


Рис. 10. Укрупненная схема присоединения с использованием независимой точки присоединения

рованное помещение, но добавятся следующие затраты:

- амортизация построенного объекта;
- налог на имущество по построенному объекту;
- затраты на страхование объекта;
- проценты по кредиту (в случае привлечения кредита под строительство специализированного помещения);
- дополнительная плата операторам, через которых будет осуществлен выход в сети связи соответствующего уровня (за оказание услуг связи, пропуск трафика и т.д.);

Вследствие эффекта масштаба совокупные эксплуатационные затраты более чем на 10% превысят арендную плату¹³, поэтому третий путь не может выступать альтернативой базовому пути.

¹³ Крупный оператор все эксплуатационные затраты покрывает из арендной платы множества операторов, поэтому арендная плата каждого конкретного оператора намного ниже совокупных эксплуатационных затрат на содержание специализированного помещения (эффект масштаба). Если малый оператор приобретает или строит специализированное помещение, все эксплуатационные затраты он берет на себя.

Как уже было сказано, одной из главных проблем для оператора связи, решившего создать собственную точку присоединения, станет проблема соединения с другими операторами связи. Укрупненная схема присоединения представлена на рис. 10.

Если другие операторы связи уже имеют выход в сеть связи общего пользования, будучи присоединенными к сети крупного оператора, то у них практически отсутствует необходимость в прокладке дополнительных кабелей к новой независимой точке присоединения. Для сторонних операторов смысл прокладки кабелей к независимой точке присоединения малого оператора заключается только в продаже ему услуг связи и пропуска трафика (рис. 10). Ограничением выступает физическая возможность и стоимость прокладки кабеля с учетом инженерной инфраструктуры населенных пунктов.

Если сторонние операторы согласятся протянуть кабели к новой точке присоединения, то в целях покрытия затрат на прокладку дополнительного оптоволоконного кабеля и получения прибыли от данной сделки они заложат эти расходы в цену услуг по пропуску трафика. Даже при норме прибыли

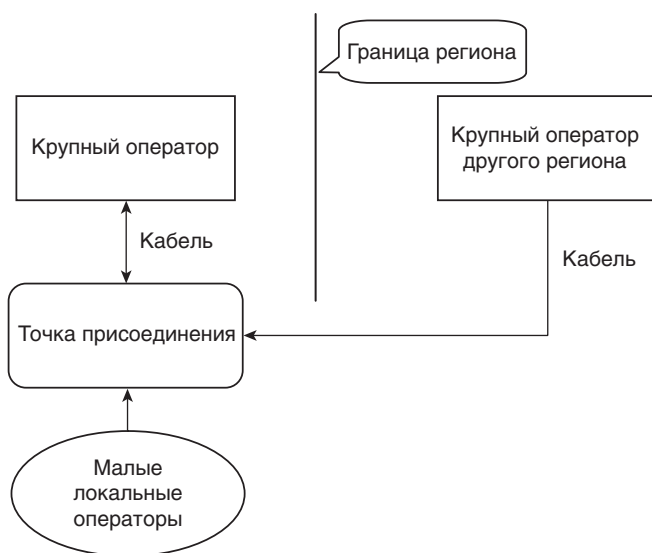


Рис. 11. Соединение через крупного оператора

10% (что маловероятно в российских условиях¹⁴) цена услуг связи для заинтересованного оператора будет равна $1,1 \cdot (P_{\text{ко}} + \text{дополнительные затраты})$, где $P_{\text{ко}}$ — цена услуг крупного оператора (по такой цене услуги присоединения покупает сторонний оператор).

Стоимость выхода в сеть любого уровня через стороннего оператора (посредством создания независимой точки присоединения) выше более чем на 10% по сравнению с выходом в ту же сеть через крупного оператора (рис. 11)¹⁵. Чем меньше посредников в цепочке оказания услуги, тем она дешевле. Наличие даже одного посредника выводит второй и четвертый варианты за допустимые границы (10%). Следовательно, 2 и 4 пути также не будут альтернативами первому (базовому) варианту. По поводу 4 пути необходимо добавить, что его вообще может не быть как альтернативы. Его не будет в том случае, если в каком-либо

регионе малые операторы вообще не имеют независимых специализированных помещений, а размещают свои точки присоединения в специализированных помещениях крупного оператора.

Чем больше независимых специализированных помещений придется создавать операторам (вследствие завышенных цен у крупного оператора), тем дороже будут услуги связи для конечных потребителей. Ответом со стороны потребителей станет оптимизация расходов на связь. В конечном итоге это скажется и на самих операторах, вынуждая небольших операторов уходить с рынка.

Единственная ситуация, при которой данная закономерность не будет выполняться, — ситуация срабатывания эффекта масштаба. Пользуясь теми или иными привилегиями, сторонний оператор покупает у крупного оператора услуги намного дешевле (например, из-за большого объема пакета), чем аналогичные услуги приобретает любой другой, в том числе малый оператор. Тогда этот привилегированный сторонний оператор может перепродавать пакеты услуг другим операторам дешевле, чем они

¹⁴ URL: <http://www.stepconsulting.ru/publ/180608.shtml>.

¹⁵ Рисунок 11 иллюстрирует вариант присоединения с целью оказания услуг междугородной связи.

смогли бы их приобрести напрямую у крупного оператора. Иными словами, $1,1 \cdot (P'_{\text{ко}} + \text{дополнительные затраты}) < P_{\text{ко}}$, где $P'_{\text{ко}}$ — цена, по которой услуги у крупного оператора покупает привилегированный сторонний оператор.

Резюмируя сказанное, делаем вывод о том, что продуктовыми границами рынка предоставления специализированных помещений и обслуживания соединительных линий крупным оператором выступает сама услуга, предоставляемая именно этим крупным оператором. Эффект уникальности продуктовых границ есть следствие монополизации основного рынка — рынка услуг связи. С ростом монополизации этого рынка повышается и эффект уникальности продуктовых границ производного рынка.

Удорожание услуг связи вследствие неоптимальной топологии сети ложится на конечного потребителя, для которого выгоднее, чтобы операторы, разместившие свои точки присоединения на технологической площадке крупного оператора в одном специализированном помещении, были соединены между собой напрямую, без дополнительных платежей в адрес данного оператора.

Иерархическая структура доминирования

Поскольку точка присоединения — это совокупность трех составляющих: оборудования, кабеля и специализированного помещения, услуга по предоставлению специализированных помещений неотделима от услуги присоединения, а является частью комплексной услуги (технологического решения). Арендовать специализированное помещение, оборудовать его и подвести свой кабель оператор связи может у любого юридического или физического лица. Но с точки зрения экономической целесообразности необходимо арендовать помещение, в котором находится оборудование крупного оператора.

Следовательно, ключевым фактором, сужающим продуктовые границы рынка специализированных помещений, выступает необходимость подведения к специализированному помещению соединительных линий всех операторов, к которым малый оператор хотел бы присоединиться. При этом к специализированному помещению крупного оператора соединительные линии сторонних операторов уже подведены, поскольку все сторонние операторы сами заинтересованы в присоединении к крупному оператору.

В п. 28 Правил говорится: «Оператор, занимающий существенное положение в сети связи общего пользования, в целях обеспечения недискриминационного доступа на рынок услуг связи в сходных обстоятельствах обязан устанавливать равные условия присоединения сетей электросвязи и пропуска трафика для операторов связи, оказывающих аналогичные услуги, а также предоставлять информацию и оказывать этим операторам связи услуги присоединения и услуги по пропуску трафика на тех же условиях и того же качества, что и для своих структурных подразделений и (или) аффилированных лиц».

Таким образом, взаимосвязь доминирующего положения на основном и производных рынках косвенно отражена уже на уровне Правил присоединения, которые исходят из технических аспектов формирования сети связи. Поэтому на данном этапе необходимо зафиксировать тот факт, что проекция доминирования на производные рынки есть следствие технических аспектов формирования сети связи.

Результат эффекта масштаба, возникающий вследствие контроля над инфраструктурой связи, — доминирование на рынке присоединений. Оно, в свою очередь, приводит к доминированию на рынке предоставления специализированных помещений и возможности устанавливать произвольные тарифы за обслуживание прямого соединения между присоединенными опера-

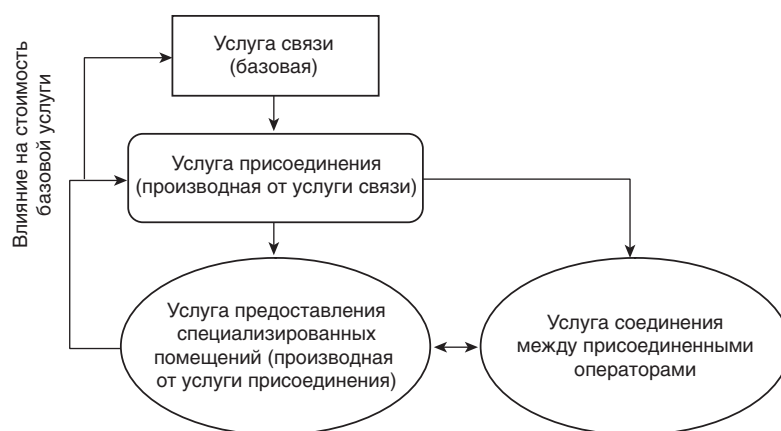


Рис. 12. Иерархия услуг

торами (рис. 12). Следствием этого становится желание большинства операторов осуществить присоединение к крупному оператору и друг к другу в точке присоединения, расположенной в специализированном помещении, которое принадлежит крупному оператору.

На сегодняшний день отсутствует принципиально иная технология, позволяющая осуществлять передачу, прием и обработку трафика от других операторов без использования точки присоединения¹⁶.

Это означает, что продуктами границами рынка предоставления специализированных помещений крупным оператором выступает сама услуга предоставления специализированных помещений указанным операторам. Продуктовыми границами услуги прямого соединения между операторами, присоединенными к крупному оператору, также выступает сама услуга прямого соединения именно к этому оператору. Услуги-заменители у данных услуг отсутствуют, поскольку они представляют собой составные элементы сложившейся сети связи¹⁷. Следовательно, доминирование на рынке услуг

связи приводит к доминированию на рынке услуг присоединения и предоставления специализированных помещений.

Фактически малый оператор может либо оплатить крупному оператору прямое соединение посредством соединительной линии, либо заплатить оператору-посреднику за пропуск трафика. На основании проведенного анализа делаем вывод о том, что взаимосвязанность рынков ведет к тому, что покупка всех услуг единым пакетом у крупного оператора все равно оказывается выгоднее, чем создание независимой точки присоединения.

Относительно услуги прямого соединения между присоединенными операторами можно усомниться в существовании как рынка этой услуги, так и самой услуги (при условии, что оборудование и кабели находятся в собственности указанных операторов), ведь фактически у каждого оператора связи, имеющего точку присоединения, имеется определенный перечень присоединенных операторов. Эти списки, скорее всего, не совпадают. Следовательно, не существует единой услуги прямого соединения как таковой. Кроме того, если оборудование и кабели принадлежат сторонним операторам, то дополнительной услуги, кроме аренды помещения, не возникает.

Приведем пример. Пусть к оператору А присоединены операторы В и С (в помеще-

¹⁶ По крайней мере, такая технология неизвестна авторам статьи.

¹⁷ Никакой локальный оператор не может заменить крупного оператора, доминирующего на рынке услуг связи данного региона.

нии, принадлежащем А). Оператор С обладает лицензией на оказание услуг международной связи. Операторы А и В ею не обладают. Оператор В хочет получить доступ к международной сети. К оператору D (в его помещении) присоединены операторы Е и F, которые такой лицензией не обладают. Оператор D также не обладает ею. Тогда для оператора В прямое соединение с С в специализированном помещении, принадлежащем А, неэквивалентно прямому соединению с Е и F в специализированном помещении, принадлежащем D. Неэквивалентность обусловлена отсутствием необходимой лицензии у D, Е и F.

На основе проведенного анализа определим понятие «рынок специализированных помещений». Для малого оператора это совокупность специализированных помещений, в которых размещены точки присоединения крупных операторов с одинаковым перечнем присоединенных к ним сторонних операторов (исключая самих крупных операторов¹⁸).

Сделаем следующий важный вывод: структура рынка аренды специализированных помещений для размещения точки присоединения зависит от каждого конкретного малого оператора и его потребности в части присоединения.

Приведем пример. Пусть некоему оператору связи необходимо выйти на междугородний и международный уровень, и предлагают данную услугу N операторов (с одинаковыми техническими параметрами подключения). Из них M предлагают цены на услугу присоединения (включая обслуживание трафика и т. п.), не превышающие более чем на 10% среднюю рыночную цену. При этом все M операторов имеют точки присоединения, которые располагаются в 5 оборудованных специализированных помещениях, принадлежащих 3 собственникам. Тогда перечень хозяйствующих субъектов

на рынке будет состоять из 3 наименований, а рыночное предложение специализированных помещений — из 5 адресов.

Таким образом, рынок услуг связи является единым и многоступенчатым. Для поддержания его инфраструктуры формируются производные рынки (присоединения, аренды специализированных помещений и прямого соединения между присоединенными операторами). При этом на производном рынке возникает эффект концентрации точек присоединения малых операторов в специализированных помещениях, в которых расположены точки присоединения крупных операторов. Вследствие данного эффекта наличие доминирующего положения на основном рынке приводит к доминированию на производных рынках.

Географические границы производных рынков

В соответствии с разделом IV Порядка географические границы рынка — это территория, на которой «приобретатель (приобретатели) приобретает или имеет экономическую, техническую или иную возможность приобрести товар и не имеет такой возможности за ее пределами». Для определения географических границ рынка п. 4.3 Порядка предусматривается следующее:

- требования к условиям транспортировки товара (обеспечивающие сохранение потребительских свойств товара и прочие требования);
- организационно-транспортные схемы приобретения товара покупателями;
- возможность перемещения товара к покупателю или покупателя к товару;
- наличие, доступность и взаимозаменяемость транспортных средств для перемещения рассматриваемого товара (покупателя рассматриваемого товара);
- расходы, связанные с поиском и приобретением товара, а также транспортные расходы.

¹⁸ В каких-то специализированных помещениях крупные операторы соединены между собой.

Учитывая сложную структуру рынка связи, определение географических границ рынка специализированных помещений целесообразно проводить с использованием третьего метода, перечисленного в п. 4.5 Порядка, т. е. «иным методом, который позволит выявить продавцов товара (исходя из предварительно определенных продавцов), однозначно установить географическое расположение районов продаж, в которых продавцы конкурируют друг с другом при осуществлении продаж товара предварительно определенным приобретателям».

Согласно п. 27 ст. 2 Федерального закона «О связи» сооружения связи — технические и программные средства, используемые для формирования, приема, обработки, хранения, передачи, доставки сообщений электросвязи¹⁹ или почтовых отправлений, а также иные технические и программные средства, используемые при оказании услуг связи или обеспечении функционирования сетей связи. То есть согласно п. 27 оборудованные специализированные помещения для размещения точки присоединения должны обладать специальным набором технических и программных средств.

Помещения подобного рода планируются в момент утверждения градостроительных планов. Так, согласно п. 1 ст. 6 Федерального закона «О связи» при градостроительном планировании развития территорий и поселений, их застройке должны определяться состав и структура объектов связи — сооружений связи, в том числе линейно-кабельных сооружений, специализированных помещений для размещения средств связи, а также необходимые мощности в инженерных инфраструктурах для обеспечения функционирования средств связи. То есть специализированные помещения являются

частью инфраструктуры населенных пунктов. Это обстоятельство создает определенную жесткость рынка, поскольку в числе прочего существенно ограничивает возможные маршруты прокладки оптоволоконных кабелей.

Дополнительное ограничение данного рынка создает статья 10 Федерального закона «О связи» и земельное законодательство РФ, поскольку в статье 10 фактически вводится особый статус земель, на которых располагаются сооружения связи — земли связи. Следовательно, специализированные помещения могут располагаться только на землях, предоставленных в пользование по особому порядку.

Согласно п. 4 Приказа Мининформсвязи России от 8 августа 2005 г. №97 «Об утверждении требований к построению телефонной сети связи общего пользования», для присоединения двух сетей связи используется точка присоединения, размещенная в том субъекте Российской Федерации, в пределах территории которого функционируют данные сети связи. То есть как крупный, так и малый операторы должны размещать точку присоединения на территории регистрации. Следовательно, географическими границами рынка специализированных помещений выступают административные границы территории регистрации оператора.

Вместе с тем необходимо отметить, что географические границы рынка для каждого конкретного оператора уже административных границ территории регистрации. Широким покрытием в пределах всей территории регистрации (например, области или республики) обладают только крупные операторы (таким оператором является, например, ОАО «Центр Телеком»). У большинства операторов связи зона покрытия собственным кабелем значительно меньше административных границ территории регистрации. Кабель может быть проложен в пределах нескольких городов, одного города, района, квартала и т. п. Расстояние, на которое оператор готов его проложить,

¹⁹ Электросвязь — любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам (п. 35 ст. 2 Федерального закона «О связи»).

чтобы достичь точки присоединения, и есть географические границы рынка специализированных помещений для данного оператора. Они зависят:

- от экономических возможностей оператора;
- стратегических целей оператора;
- соотношения предполагаемых выигрышей, которые оператор получит в результате присоединения и издержек, связанных с прокладкой кабеля и тарифами за услугу присоединения (фактически прокладка кабеля на длинное расстояние в целях присоединения является инвестиционным проектом);
- структуры других инженерных коммуникаций (в населенных пунктах и особенно крупных городах), определяющей саму физическую возможность прокладки кабеля.

Необходимо сделать еще один важный вывод: географические границы рынка специализированных помещений зависят от каждого конкретного оператора и не являются универсальными для всех операторов, зарегистрированных на какой-либо территории, т. е. имеет место тот же эффект уникальности, что и для продуктовых границ.

Хозяйствующие субъекты на рынке специализированных помещений

Согласно п. 5.1 Порядка в состав хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, включаются «хозяйствующие субъекты, реализующие в его границах рассматриваемый товар». В состав хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом рынке, могут быть включены «физические и юридические лица, которые в течение краткосрочного периода (не более года) могут при обычных условиях оборота и без дополнительных издержек (издержки окупаются в течение года при уровне цен, отличающемся не более чем на 10 процентов от сложившейся средневзвешенной рыночной цены) войти на данный товарный рынок (далее — потенциальные продавцы)».

В общем случае хозяйствующими субъектами на рынке специализированных помещений являются юридические или физические лица (индивидуальные предприниматели), которые предлагают в аренду операторам связи оборудованные помещения с проложенным кабелем для присоединения сетей одних операторов к сетям других операторов.

Выше было показано, что, во-первых, как для операторов связи, так и для потребителей услуг связи экономически целесообразно использовать те специализированные помещения, в которых установлено оборудование и протянут кабель крупных операторов. Во-вторых, операторам выгодно осуществлять прямое соединение между собой на технологической площадке крупного оператора.

Также уже говорилось, что рынок специализированных помещений не представляет собой чего-то единого или универсального даже для территории, определенной административными границами. Он уникален для каждого конкретного оператора. Следовательно, перечень хозяйствующих субъектов также уникален для каждого оператора.

К сожалению, на практике определить перечень хозяйствующих субъектов довольно сложно. Большинство операторов не публикует адреса специализированных помещений, где располагаются их точки присоединения. Эти адреса в регионах публикуют на своих интернет-сайтах только такие крупные операторы, как ОАО «Центр Телеком» или ЗАО «Компания ТрансТелеКом». Государственные ведомства, призванные отслеживать ситуацию на рынке связи, также не публикуют данную информацию. Такой учет либо не ведется, либо ведомства не считают нужным выкладывать информацию в открытый доступ.

Однако, учитывая преимущества присоединения к крупным операторам, большинство региональных операторов, вероятнее всего, устанавливают свое оборудование и подводят кабели именно к их специализи-

рованным помещениям, т.е. происходит увеличение концентрации рынка. При этом, чем больше операторов подсоединено в специализированных помещениях крупных операторов, тем меньше экономической возможности у каждого из малых операторов по отдельности отказаться от заключения договоров на условиях, которые диктуют крупные операторы.

Методы определения доли хозяйствующих субъектов

В соответствии с п. 6.1 Порядка расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на нем осуществляется на основании одного из следующих показателей объема:

- продаж;
- поставок (отгрузок);
- выручки;
- перевозок;
- производства;
- производственных мощностей;
- запасов ресурсов;
- товара в соответствии с заключенными договорами.

В указанном пункте Порядка сказано, что «иные показатели используются в тех случаях, когда из-за отраслевых особенностей они позволяют более точно охарактеризовать положение хозяйствующих субъектов на рассматриваемом товарном рынке с точки зрения конкуренции».

Учитывая неполноту информации об адресах специализированных помещений, для рынка представляется целесообразным использовать метод экспертной оценки доли рынка с учетом той информации, которую можно собрать. Для сбора информации (базы данных адресов точек присоединения) целесообразно использовать все источники — интернет-сайты операторов, ФАС и его региональных управлений, печатные издания, иные источники, содержащие информацию об адресах точек присоединения.

Приведем модель экспертной оценки долей хозяйствующих субъектов на рынке специализированных помещений с предположением о наличии полной информации.

Пусть, например, на некоторой территории работают N операторов. У каждого из них имеется только одна точка присоединения, т.е. всего имеется N точек присоединения²⁰. В специализированном помещении оператора A (одного из N операторов — крупного оператора) разместили свои точки присоединения k операторов, включая A . Тогда неприсоединенными у оператора A остались $N - k$ операторов. Оставшиеся операторы распределились по m специализированным помещениям. Доля оператора A составит $k:N$. Доля остальных операторов составит $(N-k):N$. Чем ближе k к N , тем ближе доля рынка A к 100%.

Для оценки доли оператора A и иных операторов с учетом их активности на основном рынке количество операторов k необходимо заменить на $\sum_{j=1}^k y_j$, где y_j — доходы от услуг связи каждого оператора, а N в знаменателе на $\sum_{j=1}^N y_j$. Иными словами, оценка по простой сумме количества присоединенных операторов заменяется на отношение суммарных доходов от оказания услуг связи.

Несколько иной подход к оценке доли оператора на производном рынке требует учитывать тот факт, что возможна ситуация, при которой для какого-либо оператора необходимо присоединиться к другому оператору, чья точка присоединения расположена в некоем специализированном помещении. Тогда для желающего присоединиться оператора доля оператора — владельца конкретного специализированного помещения на этом рынке составляет 100%. Предположим, доказано, что для желающего присоединиться оператора действительно необходимо присоединиться в данном специализированном помещении. Тогда

²⁰ Количество комплектов оборудования.

за любым нерыночным давлением со стороны оператора-владельца должно следовать применение к нему санкций как к оператору, занимающему доминирующее положение на рынке специализированных помещений.

В завершение исследования приведем пример решения и предписания комиссии ФАС РФ, которые дают практическую иллюстрацию теоретических вопросов, которые были подняты в настоящей статье. Речь идет о деле № 1 10/127–09, возбужденном против ОАО «ЮТК» со стороны ФАС РФ из-за поступившего заявления со стороны ОАО «ВымпелКом» и ООО «Эквант»²¹.

Суть дела состояла в следующем: «Средства связи ОАО «ВымпелКом» размещены на технологической площадке ОАО «ЮТК» (г. Нальчик, пр. Кулиева, 14) в соответствии с договором от 01.09.2006 № б/н (далее — Договор размещения средств связи «ВымпелКом»), в соответствии с которым ОАО «ЮТК» предоставляет ОАО «ВымпелКом» в аренду нежилые помещения для размещения оборудования мобильной связи. Договор является действующим по настоящее время.

Письмом от 30.10.2008 № 14/2720 ОАО «ЮТК» сообщило ОАО «ВымпелКом», что на объектах ОАО «ЮТК» обнаружены средства связи (26 физических цепей), используемые для организации соединения оборудования ОАО «ВымпелКом» с оборудованием сторонних организаций. В связи с этим ОАО «ЮТК» предложило ОАО «ВымпелКом» заключить договор на оказание услуг связи по организации, сохранности и техническому обслуживанию физических цепей (соединительных линий) между оборудованием ОАО «ВымпелКом» и оборудованием других операторов на технологических площадках ОАО «ЮТК» (далее — Договор на обслуживание КБР). Оплата по договору составляет ежемесячно 10 000 рублей

(без НДС) за каждую дуплексную цепь, 30 000 рублей за каждую волоконно-оптическую соединительную линию, и одновременно 50 000 рублей за услуги по прокладке и подключению физических цепей»²².

Комиссия ФАС установила, что «ОАО «ЮТК» навязывает операторам связи, оборудование которых размещено на технологических площадках ОАО «ЮТК», услуги по организации и предоставлению в пользование, обслуживанию некоммутируемых транзитных соединений, при этом фактически оказывает иные услуги, а именно услуги по предоставлению в пользование помещений для размещения средств связи, которые предоставляются или могут быть предоставлены на основании соответствующих договоров, в том числе аренды»²³. Также комиссия установила, что «ОАО «ЮТК» занимает доминирующее положение на рынке предоставления сооружений связи для размещения средств связи «точка присоединения междугородной/международной сети связи» на территории Кабардино-Балкарской и Карачаево-Черкесской Республик»²⁴. И решила «признать ОАО «ЮТК» нарушившим пункт 3 части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» путем навязывания операторам связи услуг по организации и предоставлению в пользование некоммутируемых транзитных соединений»²⁵ и «выдать ОАО «ЮТК» предписание о прекращении злоупотребления доминирующим положением»²⁶.

Своим решением по данному делу ФАС создала важный прецедент. Во-первых, было признано, что доминирование на основном рынке влечет за собой доминирование на производных рынках. Во-вторых, круп-

²¹ URL: http://www.fas.gov.ru/solutions/solutions_28079.html.

²² Там же.

²³ Там же.

²⁴ Там же.

²⁵ Там же.

²⁶ Там же.

ные операторы, доминирующие на основном рынке, могут пытаться оказывать давление на малых операторов с целью заключения дополнительных договоров на производных рынках.

В связи с этим делом кредитный аналитик *Standard & Poor's* Александр Грязнов высказал следующее мнение: «Многие лидирующие на рынке фиксированной связи операторы проводят подобную политику на телекоммуникационном рынке, и для ФАС бывает достаточно сложно разграничить — это исторически сложившееся доминирующее положение компании или злоупотребление своим более выгодным положением»²⁷.

Относительно влияния дополнительных оплат в адрес крупных операторов за обслуживание прямых соединений на тарифы приведем мнение аналитика УК «Финам Менеджмент» Анны Зайцевой: «Если предписание ФАС будет выполнено, использующие площадки ЮТК «ВымпелКом» и *Orange Business Services* смогут существенно сократить свои издержки на НТС, что позитивно отразится на конкурентоспособности предлагаемых ими тарифов и их финансовых показателей в целом»²⁸.

Заключение

Подытожим результаты исследования. В начале был сформулирован перечень проблем. Первая проблема — определить, что такое производные рынки, как они возникают и что есть товар на этих рынках. Поскольку товаром выступает услуга аренды специализированных помещений, потребовалось определить границы данной услуги: содержит ли она услугу прямого соедине-

ния между присоединенными операторами. Вторая проблема — выявить продуктовые и географические границы рынка аренды специализированных помещений, определить перечень хозяйствующих субъектов. Третья проблема — понять, как монополизация рынка связи (основного рынка) влияет на уровень монополизации производного рынка.

Когда перечень проблем был сформулирован, автор предпринял попытки наметить пути их решения. В настоящей работе не были даны окончательные ответы на все поставленные вопросы, скорее намечены направления дальнейших исследований. Об окончательных ответах нельзя говорить хотя бы потому, что исследование базировалось только на одном примере производного рынка — рынке услуг аренды специализированных помещений для размещения точек присоединения операторов связи.

Тем не менее были сделаны следующие выводы.

1. Услуга по предоставлению специализированных помещений представляет собой часть структурно более сложной услуги — услуги присоединения.

2. Продуктовые и географические границы производного рынка аренды специализированных помещений уникальны для каждого оператора, предоставляющего эту услугу, и каждого оператора, предъявляющего на нее спрос.

3. Эффект уникальности продуктовых и географических границ производного рынка повышается с ростом монополизации основного рынка — рынка связи.

4. Вследствие эффекта концентрации точек присоединения оператор, занимающий доминирующее положение на основном рынке, с высокой вероятностью занимает доминирующее положение и на производных рынках.

Кроме сделанных выводов был предложен метод оценки долей хозяйствующих субъектов на производных рынках.

²⁷ Дадашева Д. ЮТК запретили оказывать несуществующую услугу. ФАС признала компанию нарушившей закон о защите конкуренции // Коммерсантъ Юг России. 2009. № 209 (4264) (10 ноября). URL: <http://www.comnews.ru/index.cfm?id=49334>.

²⁸ Там же.

Список литературы

1. *Дадашева Д.* ЮТК запретили оказывать несуществующую услугу. ФАС признала компанию нарушившей закон о защите конкуренции // Коммерсантъ Юг России. 2009. № 209 (4264) (10 ноября). URL: <http://www.comnews.ru/index.cfm?id=49334>.
2. Ежегодник «Россия в цифрах — 2011 г.» Федеральной службы государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_11/lssWWW.exe/Stg/d1/06-02.htm.
3. Ежегодник «Россия в цифрах — 2011 г.» Федеральной службы государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_11/lssWWW.exe/Stg/d2/19-01.htm.
4. Консолидированная финансовая отчетность за год, закончившийся 31 декабря 2010 года, подготовленная в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) ОАО «ЦентрТелеком». URL: http://www.centertelecom.ru/reports/financial_reports/msfo_reports/DocLib1/Forms/AllItems.aspx.
5. Решение и предписание по делу № 10/127 – 09 в отношении ОАО «ЮТК». URL: http://www.fas.gov.ru/solutions/solutions_28079.html.
6. Согласование строительства. Сайт компании М2. URL: <http://www.stonasto.ru/nozhil/page27/>.
7. Тарифы. Сайт компании Ростелеком-центр. URL: http://www.centertelecom.ru/branches/yaroslavl/services_and_tariffs/tariffs/Pages/arendayar.aspx.
8. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи». URL: http://www.consultant.ru/popular/communication/28_1.html#p49.
9. *Шкиперова И.* Эффективность торговых сетей. Консалтинг-центр «Шаг», июнь 2008. URL: <http://www.stepconsulting.ru/publ/180608.shtml>.

S. Agabekov, PhD, Chief economist Gaztechleasing, Ltd., Moscow, mazmaga@yandex.ru

D. Kokurin, PhD, Professor of Economic Theory and Management Department, Moscow State Pedagogical University, dk1953@yandex.ru

E. Levina, Senior Lecturer Department of Microeconomic Analysis, National research university 'Higher School of Economic', Moscow, levina_hse@mail.ru

IDENTIFICATION OF THE MONOPOLY ON DERIVATIVE MARKETS

The article is devoted to the questions of functioning markets related to base market. The problems of identification product and geographic market boundaries and monopolization of base market influence on such markets are analyzed. As an example in the research the telecom market is considered.

Key words: telecom market, operator, rent of specialized rooms, point of conjunction, product boundaries, market boundaries, monopolization.



Якунин С. В., канд. экон. наук, доцент кафедры
«Деньги и кредит» Саратовского государственного
социально-экономического университета, ysw@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ОЛИГОПОЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ БАНКОВСКОГО РЫНКА РОССИИ

В статье рассматривается банковский рынок, олигополюный по своей структуре. Выявлена специфика олигополюной структуры банковского рынка в России, которая явилась следствием поддержки банковского сектора со стороны государства. Отмечено, что происходящая интеграция банковского бизнеса с другими отраслями меняет структуру рынка данных отраслей на олигополюную. Это в свою очередь влияет на транзакционные издержки на рынке банковских услуг. Автор отмечает, что в условиях олигополюного рынка рентоориентированное поведение крупнейших банков можно изменить только через стимулирование конкуренции между ними.

Ключевые слова: банк, регулирование, олигополия, транзакционные издержки, рентоориентированное поведение.

Введение

Существенным признаком эффективной и полноценной экономики страны является обеспечение конкуренции банков, так как они оказывают непосредственное влияние на всю экономику страны и конкуренция среди них — необходимое условие для ее успешного развития. Особенность деятельности банков состоит в том, что они должны способствовать прежде всего эффективной аллокации ресурсов, поступающих в их распоряжение. В настоящее время необходимо осмыслить меры, принятые правительством по выходу из кризиса, пытаясь соотнести практику с теорией.

Структура банковского рынка России

Конкуренция банковской отрасли, как и любой другой, определяется сложившей-

ся конкурентной структурой. В современной мировой экономике преобладающей формой современного отраслевого рынка является олигополия. Девять лет назад к олигополюной структуре банковского рынка были разные отношения, так, например, по мнению Г. А. Тосуняна, одна из приоритетных проблем того времени — это олигополюная и непрозрачная структура банковской собственности¹. Другие исследователи, например Д. Михайлов, считали, что основной тенденцией развития финансово-банковской отрасли становится формирование глобальной олигополии². Наш подход состоит в том, что олигополию банковского рынка нельзя рассматривать с точки зрения, плоха или хороша данная структура рынка для банковского

¹ URL: <http://www.arb.ru/site/docs/docs.php?doc=5> (дата обращения: 07.06.2011).

² Михайлов Д. М. Мировой финансовый рынок — тенденции и инструменты. М.: Экзамен, 2000. С. 66.

Таблица 1

Формирование олигополии участниками рынка

Участники рынка	Цель участника рынка	Способы	Последствия
Банки (акционеры — владельцы банка)	Стремление к выживанию на рынке	Диверсификация деятельности, поиск новых рынков услуг, приобретение компаний. Присоединение к крупным банкам, холдингам, ФПГ	Уменьшение количества участников рынка и концентрация предоставляемых услуг
Регулирующие органы	Обеспечение стабильности банковской системы	Повышение количественных и качественных требований	Уход компаний, не отвечающих требованиям, с рынка или присоединение к более успешным
Потребители услуг	Минимизации рисков	Выбор банков, предоставляющих наиболее полный и качественный перечень услуг и отвечающих требованиям, предъявляемым надзорными органами	Уменьшение количества клиентов в небольших банках. Оптимизация деятельности банков (сворачивание/отказ от неперспективных направлений)

рынка и для экономики в целом — ее нужно рассматривать как данность. Это вызвано тем, что олигопольная структура рынка формируется всеми участниками рынка. Стремясь к разным целям, банки, регулирующие органы и потребители тем самым невольно способствуют формированию олигопольного рынка (табл. 1).

В настоящее время наибольшее влияние на структуру банковского рынка России оказывают регулирующие органы. Существует мнение, что роль ЦБ РФ как кредитора последней инстанции уменьшилась. Например, С. М. Богомолов говорит о том, что со снижением вынужденной кредитной активности Центрального банка вновь уходит на второй план и та его функция, частным проявлением которой является роль кредитора последней инстанции — функция банка банков³. Считаем, что она просто изменяется, т. е. кредит получает не банк, испытывающий трудности, а банк, осуществляющий процедуру оздоровления проблемного банка. Таким обра-

зом, процесс формирования государственной олигополии происходит непосредственно на средства ЦБ РФ.

Особенности банковской олигополии

В результате формируется специфическая структура банковского олигопольного рынка России. Ее особенность заключается в том, что банки, принадлежащие государству, ищут кооперативное решение (олигополия со сговором), а остальные банки ориентируются на действия конкурентов, прежде всего на банки с государственным участием (олигополия без сговора, следование за лидером). Поведение государственных банков оказывает влияние на других участников рынка.

Исследования, проведенные С. Авдашевой и А. Шастико⁴, выявили, что для экономики, находящейся в периоде кризиса, важно, что чем большая доля рынков находится

³ Богомолов С. М. Теоретические аспекты оценки современной роли Банка России // Роль Центрального банка в экономике России: сборник научных трудов. Саратов: СГСЭУ, 2010. С. 26.

⁴ Авдашева С., Шастико А. Конкурентная политика в условиях кризиса // Стратегии социально-экономического развития России: влияние кризиса. Часть 2. М.: Институт современного развития, 2008. С. 77, 82.

в состоянии молчаливого сговора, тем жестче цены в сторону понижения, тем более эластично совокупное предложение в условиях спада. Нетривиальное воздействие кризис оказывает и на распределение усилий компаний между повышением эффективности использования ресурсов и поиском ренты. Для участников рынка сравнительные выигрыши от рентоориентированного поведения растут, и поэтому в период кризиса эффективно возрастает вероятность принятия новых норм, ограничивающих конкуренцию (обычно мотивируемых целью защиты отечественных производителей). Особенно это касается компаний, которые по разным причинам относят к системообразующим, что является частным случаем принципа «слишком большой, чтобы лопнуть».

Результаты исследования правомерно применять в России по отношению к банкам. Это вызвано тем, что, во-первых, происходит снижение обязательных нормативов для банков, введение моратория на показатели для участия банков в системе страхования вкладов. Во-вторых, стратегией развития банковского сектора на период до 2015 г. предусмотрено, что с 1 января 2012 г. минимальный размер капитала банка увеличится до 180 млн руб. При этом предполагается, что минимальный размер капитала вновь создаваемых банков в 2012 г. должен быть увеличен до 300 млн руб., а для действующих кредитных организаций данный показатель достигнет такой суммы в начале 2015 г.

Трансакционные издержки банков

Результатом преобразований является то, что по мере выстраивания и «фиксации» новых структурообразующих банков происходит процесс постепенной адаптации к ним других, менее значимых, «локальных» банков. Это в свою очередь влияет на трансакционные издержки, которые требуют очевидных затрат не только средств, но и времени, так как ускоренная смена партнеров

или контрактов приводит к перерасходу средств на формирование и осуществление данных транзакций. Результат — то, что трансакционные издержки возрастают непропорционально выигрышу во времени. Возрастают риски потерь от ненадежных связей и иные риски. В результате изменяющаяся среда порождает высокие издержки, которые ложатся на потребителей банковских услуг. Исследование, проведенное «Эксперт РА»⁵, свидетельствует о том, что региональные банки способны демонстрировать более высокую эффективность и социальную ответственность, чем филиалы федеральных банков. Однако в существующих условиях они вынуждены поддерживать повышенный уровень ликвидности, увеличивать трансакционные издержки, что снижает их конкурентоспособность.

Одним из выводов исследования, посвященного изучению затрат и эффективности в банковском деле на примере США, Великобритании и Японии, отмечается, что экономия от масштаба путем слияний применима только для относительно маленьких банков⁶. Это подтверждает наше предположение о том, что в результате крупнейших слияний возникает ситуация, когда трансакционные издержки являются основной причиной обращения к финансовым посредникам. Так как постоянное изменение среды заставляет адаптироваться участников рынка к данным изменениям и решать новые задачи, потребность в финансовых посреднических услугах только увеличивается. В результате данных изменений трансакционные издержки вырастают, потому что происходит поиск и выбор эффективных стратегий и партнеров в результате изменений. По мере определения стратегий

⁵ URL: <http://www.raexpert.ru/strategy/conception/conclusions/bank/> (дата обращения: 07.06.2011).

⁶ Leigh Drake Costs and efficiency in banking: a survey of the evidence from the US, the UK and Japan // Handbook of International Banking. Edward Elgar Cheltenham, UK Northampton, MA, USA. 2003. P. 283–326.

и партнеров их потенциальный круг сужается до оптимального уровня, т. е. установление контрактных отношений с партнерами отлаживается до деталей и оптимизируется с точки зрения сокращения ненужных затрат, и трансакционные издержки на установление партнерских отношений сокращаются. В результате рынок достигает оптимальной точки эффективности, но в целом отношения на рынке становятся более жесткими, а рынок более олигопольным.

Существует особая категория фирм, основная деятельность которых связана с оказанием трансакционных услуг. Так называемые трансакционные отрасли включают и банковскую отрасль, основная функция которой заключается в посредничестве обмена и снижении связанных с этим издержек. С. Чен различал две категории трансакционных издержек — затраты, связанные с функционированием уже действующих институтов, и затраты, необходимые для преобразования институциональной структуры⁷. Используя данное разграничение, предполагаем, что, с одной стороны, растут трансакционные издержки уже действующих банков, с другой стороны, преобразование институциональной среды также вызывает рост трансакционных издержек.

Процесс выхода из экономического кризиса привел к тому, что минимизация экономических потерь банковского сектора происходила через принудительное укрепление банков, в результате в будущем существует вероятность, что затраты (прежде всего трансакционные) будут расти непропорционально быстро (что является следствием теоремы Коуза).

Исследование, проведенное С. Тульчанским⁸, свидетельствует о том, что наиболее крупные из российских банков смогли найти часть решения этой проблемы

путем частичной компенсации роста трансакционных затрат за счет увеличения масштабов. Им в этом помог статус госбанков, что, несомненно, позволило снизить уровень внешних трансакционных издержек, несколько упростив отношения с внешними контрагентами. Автор данного исследования не раскрывает, что понимается под внешними контрагентами. Однако в условиях дефицита ликвидности именно государство в лице ЦБ РФ обеспечивало ликвидность, т. е. снижение трансакционных издержек было связано именно с близостью к государству.

Государственная поддержка банковского сектора

На рынке банковских услуг существует двойная конкуренция, т. е. одновременная конкуренция как на рынке ресурсов (депозитов), так и на рынке, где эти ресурсы размещаются (кредитов). Следовательно, «приближенность» банка к государству выступает дополнительным фактором, который оказывает влияние на его деятельность. Так, доля банков с госучастием в общей прибыли банков за 2010 г. составила 71%⁹. Таким образом находится подтверждение мнению В. В. Радаева о том, что государство, активно участвуя в формировании рыночного порядка, способно легко нарушать сложившийся баланс интересов, изменяя позиции игроков¹⁰.

Выбор того, каким образом правительство осуществляет помощь банку в виде приобретения его акций или предоставления субординированных кредитов, показывает, каким образом правительство желает осуществлять контроль — пассивный или актив-

⁷ Барр Р. Политическая экономия. Т. 1. М., 1999. С. 437.

⁸ Тульчанский С. А в размере ли дело? // URL: <http://bankir.ru/technology/article/8188164>.

⁹ URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/39564/15> (дата обращения: 07.06.2011).

¹⁰ Радаев В. В. Конкуренция как социально укорененный процесс // Альманах (Конкуренция и конкурентная политика). Т. 6. М.: Экономическая школа, 2008. С. 83.

ный. Проведенное исследование способов поддержки отечественных банков показал, что преимущество получило субординированное кредитование. Роль субординированных кредитов (займов, депозитов, облигационных займов), безусловно, играет большую роль в насыщении банка, с одной стороны, ликвидностью, а с другой — в улучшении его нормативных показателей, поскольку данный полученный кредит, заем, облигационный заем входят в подсчет капитала. Субординированные займы занимают в капитале банков около 1,15 трлн руб., причем более половины всего объема приходится на четыре банка: «Сбербанк» (300 млрд руб.), ВТБ (200 млрд руб.), «Альфа-банк» (48 млрд руб.) и «Россельхозбанк» (45 млрд руб.). По оценкам экспертов ЦЭИ, банковскому сектору потребуется до пяти лет, чтобы улучшить структуру капитала и уменьшить долю субординированных инструментов¹¹.

Считаем, что банкам, которым оказывалась поддержка со стороны государства в период выхода из кризиса, в последующем в условиях ужесточения олигопольной структуры рынка будет достаточно трудно сохранять лидерство в своей отрасли, так как одного размера бизнеса им недостаточно. Это вызвано тем, что в условиях олигополии банки будут иметь возможность функционировать до тех пор, пока средняя цена равна средним издержкам, т. е. банки получают нормальную прибыль. Следовательно, при уменьшении прибыли банки должны пересмотреть свой подход к снижению трансакционных издержек.

По мнению А. Тульчанского, кроме инвестиций в рост еще необходимо уметь управлять своими операционными и трансакционными издержками или вовремя (и удачно) продать свой бизнес¹². В настоящее вре-

мя планы по осуществлению приватизации государственных банков свидетельствуют о том, что выдвинутое им предположение подтверждается практикой. Следовательно, когда ресурс действий банка по снижению трансакционных издержек исчерпан, это требует изменений в управлении деятельностью банка.

Таким образом, следуя общей цели государственного регулирования экономики — обеспечение социально-экономической стабильности в обществе, государство как субъект рыночной экономики имеет заинтересованность в нормальном функционировании банковских институтов и принимает для этого все возможные меры. Однако, стремясь обеспечить социально-экономическую стабильность общества через стабильность банковской системы страны, государство тем самым обеспечивает условия доминирования крупных банков и банковских групп. Данное поведение государства можно объяснить тем, что, по мнению А. В. Верникова, вероятно, через 10–15 лет останутся три–четыре глобальных игрока, которые получают существенную долю на рынке «новой Европы» путем поглощения конкурентов, плюс четыре–пять региональных банков, а также какое-то количество банков-«оппортунистов», купивших банковские активы в расчете на их выгодную перепродажу одному из стратегических инвесторов¹³. Средняя величина активов российского банка в 50 раз меньше британского, в 35 раз — южнокорейского, в 16 раз — бразильского, в 7–8 раз — польского и чешского. При этом мелкоштатность отечественных банков нельзя списать на недостаточный масштаб российской банковской системы в целом: так, например, по суммарному объему активов она в 3–4 раза превосходит польскую и чешскую.

¹¹ URL: <http://www.rosbalt.ru/business/2011/04/04/835651.html> (дата обращения: 07.06.2011).

¹² Тульчанский А. А в размере ли дело? // URL: <http://bankir.ru/technology/article/8188164>.

¹³ Верников А. В. Иностранный банковский капитал в странах с переходной экономикой. Автореф. дисс. ... докт. экон. наук. М., 2005. С. 16.

Значит, преследуя стратегическую цель, государство стремится к формированию конкурентоспособного национального банковского сектора и осознанно проводит политику на «принудительное» укрупнение банков. Цель такой политики — путем поглощений (слияний) сравнительно многочисленных банков создать банки, которые могли бы занять определенное место на мировом рынке глобальной олигополии. В результате проведения такой политики высока вероятность, что данный процесс формирования (концентрации) банковских активов среди банков-олигополистов займет длительный период. Это связано с тем, что затягивание процесса выгодно и банкам-олигополистам, так как государством будет проводиться политика, позволяющая им получать максимальные доходы от своего рентоориентированного поведения. Также затягивание слияний выгодно и собственникам небольших банков, желающих продлить контроль над ними и получать доходы, не делясь с новыми собственниками.

Стратегия мелких и средних банков при таком поведении государства заключается в том, чтобы: а) либо осуществить сверхзадачу — проникнуть в круг компаний-олигополистов путем вхождения в уже существующие банковские группы; б) либо найти наиболее оптимальный и выгодный путь для продолжения деятельности. Небольшие банки в условиях олигопольной структуры рынка стремятся влиться в региональные ФПГ (холдинги), поскольку такой шаг является для них способом выживания в условиях нарастающей конкуренции, позволяя им закрепиться в определенной рыночной нише по обслуживанию предприятий и организаций, входящих в соответствующее формирование; в) либо стараться как можно быстрее получить максимальный доход от владения банком, понимая, что будущего у него нет. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» отмечает, что малые банки, не нашедшие своей ниши, зачастую начинают обслуживать теневую экономику и теряют лицензию

за нарушение законодательства по борьбе с отмыванием денег¹⁴.

Современные тенденции развития финансового сектора

Исследование, проведенное автором, показало, что чем более концентрированным, ориентированным на преимущества крупных банков является банковский сектор, тем сложнее даже достаточно успешным региональным банкам перешагнуть за пределы своего региона. Причем это проявляется и в странах ЕС, т. е. если крупные европейские банки представлены буквально во всех европейских странах, то региональные только в рамках географических границ своей страны. Этому способствовала и директива ЕС «О рынках финансовых инструментов» (*Markets in Financial Instruments Directive — MiFID*), вводя новые правила регулирования, направленные, в частности, на увеличение прозрачности отчетности по операциям с акциями и производными инструментами. Это окажет значительную нагрузку на департаменты ИТ в банках и существенно повысит затраты по соблюдению указанных в директиве правил. Крупные банки имеют больше возможностей для снижения издержек при внедрении данной директивы. Тем не менее небольшие банки способны получить (извлечь) выгоду от введения новых правил, но они должны будут сосредоточиться на дифференциации своей работы и предложении клиентам услуг, которые отличны от услуг других банков.

Таким образом, говорить только об усилении экспансии крупных банков и процессах концентрации услуг банками в России, не правомерно. Эта тенденция характерна и для других стран, что требует повышенного внимания к обеспечению конкуренции в банковском секторе. Особенность заключается, с одной стороны, в необходимости

¹⁴ URL: <http://www.raexpert.ru/strategy/conception/conclusions/bank/> (дата обращения: 07.06.2011).

обеспечить конкуренцию, а с другой — в стабильности российского банковского сектора, так как провозглашенный принцип демонаполизации не создает автоматически конкурентного механизма. Функции надзора и контроля над законодательством возложены на Федеральную антимонопольную службу (ФАС) и Центральный банк Российской Федерации. Эти функции выполняют также Федеральная служба по финансовым рынкам, Федеральная служба по финансовому мониторингу Министерства финансов РФ.

Количество действующих кредитных организаций в Российской Федерации на 1 июня 2011 г. составило 1003 организации¹⁵. По сравнению с данными на 1 января 2010 г. произошло уменьшение на 121 организацию. Существует общая тенденция, когда головная кредитная организация находится в другом регионе, в 35 регионах присутствуют только иногородние банки, лишь в Республике Татарстан количество кредитных организаций, головная организация которых находится в данном регионе, превышает количество иногородних банков. Следовательно, региональные банки не составляют конкуренцию иногородним банкам, и конкуренция происходит между ними. Причем 49 кредитных организаций владеют 80% активов, а оставшиеся 20% принадлежат 954 банкам. Данные цифры позволяют говорить о жесткой олигополии в банковской отрасли.

Автор согласен с мнением ФАС о том, что требования к минимальному размеру собственных средств профучастников должны зависеть от факторов риска в операциях, которые они осуществляют. Антимонопольная служба заявила в письме, что действия ФСФР по установлению «необоснованно высоких» нормативов достаточности собственных средств, которые не учитывают фактор риска в операциях профучастников, нарушают закон о защите конкуренции.

На рынке страховых услуг наблюдается такая же ситуация. Отвечая на вопрос заместителя министра финансов Алексея Саватюгина, как отразится изменение закона на доступности страховых услуг в регионах, глава комитета по финансам Владимир Резник сказал, что, по оценке комитета, в каждом регионе через два года останется не меньше одной-двух работающих страховых компаний¹⁶.

Прогноз генерального директора РОСНО Ханнеса Чопры более жесткий. Он полагает, что по прошествии периода, когда вступают в силу новые требования по капитализации страховщиков, в 2013–2014 гг. на рынке останется не более 200 игроков из более 600 действующих в настоящее время компаний, скорее даже 150–200: «Из них максимум 50, а может и 30, будут компаниями общенационального уровня, а остальные — регионального и нишевого уровня, специализирующимися на одном или двух видах страхования. Разумеется, в этом случае доли компаний из топ-10 значительно увеличатся, и подобная консолидация абсолютно естественна». С. Цикалюк, считает, что по прошествии этого срока национальная группа станет редкостью на страховом рынке, настолько усилятся позиции западного капитала в российских страховых компаниях¹⁷.

В результате действия регулирующих органов заключаются в том, что «регулирование» конкуренции на финансовых рынках происходит путем ужесточения контроля за доступом на рынок путем установления «барьеров» в виде повышения требований к капиталу. Складывается парадоксальная ситуация: с одной стороны, на банковском рынке ЦБ РФ, повышая требования к банкам, создает более жесткую олигополию, с другой стороны, на рынке ценных бумаг и на рынке страховых услуг, также соот-

¹⁵ Бюллетень банковской статистики. № 6 (217). 2011. ЦБ РФ. С. 149–150.

¹⁶ URL: <http://www.eg-online.ru/article/94754/> (дата обращения: 07.06.2011).

¹⁷ URL: <http://www.allinsurance.ru/AllDocs/OMIN-8E3K6C140211947> (дата обращения: 07.06.2011).

ветствующие органы, повышая требования к капиталу организаций, обслуживающих данный рынок, толкают их на принудительное объединение. На наш взгляд, это будет способствовать рентоориентированному поведению банков, так как в дальнейшем расширение сферы влияния банка произойдет посредством проникновения на новые рынки путем приобретения компаний, имеющих значительную долю на рынке. Это вызвано тем, что в России банки обладают самым большим, по сравнению с другими финансовыми посредниками (негосударственными пенсионными фондами, паевыми инвестиционными фондами, страховыми компаниями), потенциалом удовлетворения инвестиционных потребностей субъектов экономики. По состоянию на 1 января 2010 г. зарегистрированные уставные капиталы российских банков в 1,5 раза превосходили величину собственного имущества НПФ, в 3 раза — стоимость чистых активов ПИФов и в 6 раз — уставные капиталы страховых организаций. Однако практика свидетельствует о том, что банки стремятся приобрести компании, деятельность которых не связана напрямую с банковской деятельностью, но будет способствовать привлечению клиентов банка и расширению линейки оказываемых услуг самим банком. К данным компаниям следует отнести те компании, которые могут быть экономической основой для совместной деятельности и сотрудничества (страховые, инвестиционные, лизинговые компании).

Выявлено, что в последние годы члены ЕС с развитым финансовым рынком консолидируют его регулирование в едином законодательстве и едином органе регулирования. В то же время банковский сектор многих европейских стран характеризуется наличием нескольких очень крупных и значительным числом более мелких, локальных и специализированных банков. Эта структура в определенной мере отражает структуру потребителей финансовых услуг. В результате определено существование двух диаметрально

противоположных подходов к регулированию банковского рынка. Первый подход — ужесточение требований к банкам-олигополистам (Швейцария). Финансовый сектор Швейцарии один из самых больших в мире: его доходы формируют 11% ВВП страны, при этом активы банков составляют свыше 800% ВВП. В России — 5% и 72% соответственно. Хотя в Швейцарии насчитывается 325 банков, 54% активов приходится только на два банка, которые регулятор классифицирует как «Big banks». Это *Credit Suisse* и *United Bank of Switzerland (UBS)*, обязательства обоих банков превышают ВВП Швейцарии более чем в четыре раза. Оба банка комиссия причислила к «слишком большим, чтобы допустить их банкротство» и предложила повысить к ним требования, чтобы ограничить системные риски в будущем.

Другой подход состоит в снижении требований (Россия). Он преследует прежде всего цель послабления крупнейшим структурообразующим банкам, однако такой шаг затрагивает всю банковскую систему. Данный подход стимулирует рентоориентированное поведение крупнейших банков, тем самым способствует уходу от «справедливой» конкуренции, росту доходов банка, но они не приводят к улучшению качества банковских услуг и рыночному росту.

Взаимосвязь конкуренции и стабильности банковской системы

В современной международной литературе существуют две полярные концепции относительно взаимосвязи конкуренции и стабильности банковской системы в целом. Согласно одной из них, традиционной концепции «конкуренция — уязвимость» (*competition — fragility*), принято считать, что рост конкуренции размывает рыночную власть банка. В результате снижается процентная маржа и, как следствие, прибыль банка. Эти обстоятельства заставляют его принимать на себя повышенные риски, ко-

торые, в свою очередь, негативно отражаются на стабильности банковской системы. Альтернативная концепция «конкуренция — стабильность» (*competition — stability*) отмечает, что повышение уровня конкуренции приводит к тому, что банки не могут сами устанавливать цены на свои продукты (процентные ставки по кредитам и депозитам). Их диктует рынок, а банки являются покупателями цены (*price-takers*).

По мнению М. Е. Мамонова, исследование данных российского банковского сектора в России подтверждает концепцию *competition — stability*: рост конкурентного уровня способствует повышению стабильности банков¹⁸.

Однако в этих теориях не принимается во внимание то, что структура банковского рынка является олигопольной, и, следовательно, воздействие банков на потребителей своих услуг обусловлено прежде всего их положением на рынке. Так, согласно нашему подходу экономическая ценность банковского продукта определяется ценой лучшего из доступных покупателю альтернативных продуктов плюс ценность для него тех свойств данного продукта, которые отличают его от лучшего альтернативного. Клиент банка будет стремиться найти тот банковский продукт, который бы максимально отвечал его требованиям, а так как процентная ставка выступает главным ориентиром при выборе потребителем банковского продукта, то и наиболее распространенная практика олигополистического поведения — лидерство в ценах. Его суть сводится к следующему. Одна крупнейшая фирма на рынке действует как ценовой лидер, который устанавливает цену, чтобы максимизировать свои собственные прибыли, в то время как другие фирмы следуют за лидером.

На основе точного определения структуры затрат на оказание того или иного вида

услуг банк рассчитывает такие цены, которые позволили бы ему довольно долго работать с достаточной прибылью, были бы приемлемы для широкого круга клиентов банка и вместе с тем подавляли бы стремление конкурентов бороться за лидирующее положение на рынке.

Соперничающие фирмы принимают цену, установленную лидером, и работают при уровне выпуска, который максимизирует их прибыли при этой цене. Фактически все остальные фирмы в отрасли принимают эту цену как данную. Следовательно, фирма — ценовой лидер выступает как частичная монополия (*price-maker*), а другие фирмы — как конкурентное окружение (*price-taker*).

Однако следует отметить, что предпочтения потребителей услуг банков с государственным участием как доминирующих менее эластичны, чем предпочтения потребителей других банков. Это связано с консервативностью лиц, которые обслуживаются в данных банках. Долгосрочная цель, которую ставит перед собой доминирующий банк, заключается в том, чтобы путем продуктовой дифференциации переманить потенциальных клиентов из других банков, оставив при этом за собой всех своих предыдущих клиентов. Эта цель достигается, если новый продукт/услуга, выпускаемая доминирующим банком, занимает в соответствии со своими характеристиками промежуточное место на продуктовой линии рынка.

В этом случае потребители, ранее приверженные доминирующему банку, остаются ему лояльны, поскольку полезность нового продукта для них ниже, чем старого; а потребители банков-«аутсайдеров» переходят к потреблению продукта доминирующего банка, так как полезность последнего для них выше¹⁹.

Существуют две основные цели, которые государство должно преследовать на бан-

¹⁸ Мамонов М. Е. Неструктурный подход к оценке уровня конкуренции в российском банковском секторе // Банковское дело. № 11. 2010. С. 17–24.

¹⁹ Якунин С. В. К вопросу о стратегии поведения на рынке банковских услуг в России // Деньги и кредит. № 10. 2008.

ковском рынке. Если первая цель известна — обеспечение стабильности банковской системы, то вторая цель — это обеспечение конкуренции в условиях олигопольного рынка. Следовательно, как отметил Д. Хереманс: «Динамика регулирования сводится к продолжительному противостоянию между желанием иметь стабильную финансовую систему или экономически эффективную систему»²⁰. Для создания эффективной системы необходимо изменить рентоориентированное поведение крупнейших банков путем создания конкуренции среди группы данных банков. Это возможно как путем приватизации государственных банков-олигополистов, так и путем принятия законов, стимулирующих конкуренцию среди них, так как создание для них тепличных условий ведет к стагнации всей банковской отрасли отрасли.

Заключение

Предпринимаемые меры по преодолению кризиса в России способствовали уже сточению олигопольной структуры рынка и формированию рентоориентированного экономического поведения банками. При-

знаявая важность экономической роли государства в снижении транзакционных издержек, следует иметь в виду, что как рынок, так и государство, не являясь по отдельности совершенным институтом, лишь путем взаимодействия могут обеспечивать снижение транзакционных издержек и повышать эффективность деятельности институтов, действующих на финансовом рынке. Задача экономической науки состоит в том, чтобы понять и найти оптимальное соотношение государства и рынка для любого периода, характеризующегося теми или иными особенностями внешней и внутренней среды.

Список литературы

1. Готвань О. Дж. Методология и опыт прогнозирования российской денежно-банковской системы. М.: Макс-Пресс, 2009.
2. Матовников М. Б. Об оценке эффективности российских банков как финансовых посредников // Деньги и кредит. 2000. №5. С. 27–34.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
4. Роберт В. Колб, Рикардо Дж. Родригес. Финансовые институты и рынки. М.: Дело и Сервис, 2003.
5. Рубин Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М., 2006.
6. Фабочки Ф. Управление инвестициями. М.: Инфра-М, 2000.

²⁰ Heremans D. Regulation of banking and financial markets. Encyclopedia of Law and Economics, 5850, Edward Elgar Publ., London, 1998. P. 958.

*S. Yakunin, associate professor of chair «The Money and the credit»,
Saratov State Socio-Economic University, ysw@yandex.ru*

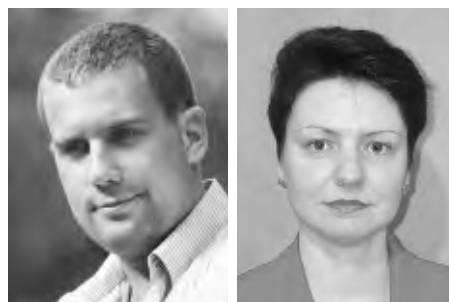
FEATURES OF FORMATION OF OLIGOPOLISTIC STRUCTURE OF THE BANKING MARKET RUSSIA

The article deals with the oligopolistic structure of the banking market. Identified specific of oligopolistic banking market in Russia, was the result of banking-sector support from the state. It was noted that integration of banking business change the market structure of these industries in oligopoly. This affects on transaction costs on the banking market. The author marks that, in the oligopolistic market the rent-seeking behavior of the largest banks can only be changed through the stimulation of competition between them.

Key words: bank, regulation, oligopoly, transaction cost, rent seeking.

Сапожников П. А., аспирант МИМ ЛИНК, директор московского представительства компании «Mozart House», г. Москва, sappavel@gmail.com

Дерен И. И., докт. экон. наук, профессор кафедры менеджмента МИМ ЛИНК, г. Москва, derenivanna@mail.ru



О НОВЫХ ПОДХОДАХ К КОНКУРЕНТНЫМ СТРАТЕГИЯМ НА ПРИМЕРЕ РЫНКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОСМЕТИКИ

В статье представлены новые способы разработки и применения конкурентных стратегий, позволяющих производителям товаров и услуг не только избежать прямой рыночной конкуренции, но и вывести удовлетворение потребностей потребителя на новый уровень.

Отталкиваясь от ставших классическими подходов к корпоративным и конкурентным стратегиям И. Ансоффа и М. Портера, авторы на примере отрасли производителей профессиональных массажных средств делают вывод о том, что использование инновационного инструментария для разработки и внедрения конкурентной стратегии, предложенного У. Чан Кимом и Рене Моборном и получившего известность как стратегия голубого океана, — один из немногих способов вывести продукт за пределы конкуренции, поскольку это может сделать его настолько отличным от существующих на рынке, что конкурировать с ним будет бессмысленно.

Ключевые слова: конкурентные стратегии, инновация ценности, стратегия голубого океана, стратегическая канва бизнеса.

Введение

Традиционный стратегический анализ¹, основанный на ставших классическими моделях Роберта Гранта, Майкла Портера и Игоря Ансоффа, не всегда помогает решить проблемы, встающие перед фирмами на современных рынках, которым, как правило, свойственен высочайший уровень конкурентной борьбы.

Большинство игроков наиболее прибыльных рынков (FMCG (товары повседневного

спроса), телекоммуникации, нефтедобыча и переработка) имеют в своих рядах квалифицированных специалистов, обладающих степенями MBA и получивших, в общем-то, схожее бизнес-образование. Выпускники различных бизнес-школ занимают руководящие должности в таких определяющих конкурентную борьбу сферах, как консалтинг, маркетинг, финансы и стратегическое планирование². В результате большинство компаний используют практически совершенные инструменты конкурентной борь-

¹ Грант Р. Современный стратегический анализ. СПб.: Питер, 2008. С. 25.

² Поворот карьеры с дипломом MBA // Элитный персонал. № 43 (480). 31 октября 2006 г. — 96 с.

бы, но, к сожалению, почти одинаковые. Они снижают эффективность стратегий фирм — участников рынка, заставляя их тратить миллионы и миллиарды долларов на маркетинг и рекламу, получая мизерную отдачу. Мизерную потому, что конкуренты делают практически то же самое.

Есть ли выход из этой, казалось бы, патовой ситуации? Ответ на вопрос способен дать новый стратегический подход, получивший название стратегии голубого океана. «Стратегия голубого океана» — название книги У. Чан Кима и Рене Моборна, профессоров INSEAD (Европейского института делового администрирования, Фонтенбло, Франция), исследовавших более 30 различных отраслей за последние несколько десятилетий.

Новый взгляд на конкурентные стратегии

Согласно Киму и Моборну, совокупность существующих и потенциальных рынков можно разделить на две части или два вида океанов³:

- алый — символизирующий существующие на данный момент отрасли (известная часть рынка);
- голубой — обозначающий отрасли, которые на сегодняшний день еще не существуют. Они могут находиться как за пределами уже существующих отраслей, так и внутри их границ.

В одной части океанов происходит жесткая конкурентная борьба, описываемая в рамках традиционного стратегического анализа: «В алых океанах границы отрасли определены и согласованы, а правила игры в конкуренцию всем известны. Здесь компании стараются превзойти своих соперников, чтобы перетянуть на себя большую часть существующего спроса. По мере того как на рынке становится все теснее, воз-

можностей роста и получения прибыли становится все меньше. Продукция превращается в ширпотреб, а безжалостные конкуренты режут друг другу глотки, заливая алый океан кровью»⁴.

В другой части океанов конкуренции не существует, ведь этих отраслей пока нет, их еще только предстоит создать: «Голубые же океаны, напротив, обозначают нетронутые участки рынка, требуют творческого подхода и дают возможность расти и получать высокие прибыли. Хотя некоторые голубые океаны создаются за пределами проложенных границ отрасли, большинство из них все же возникает внутри алых океанов, раздвигая уже существующие отраслевые границы... В голубых океанах конкуренция никому не грозит, поскольку правила игры еще только предстоит устанавливать»⁵.

В качестве примеров фирм — создателей новых, доселе не существовавших отраслей Ким и Моборн приводят следующие:

- автопроизводителя *Ford* с моделью Т, создавшего в начале XX в. новую отрасль типовых доступных автомобилей и сумевшего избежать жесточайшей конкуренции на рынке с несколькими сотнями производителей эксклюзивных штучных автомашин⁶. «В 1908 году, пока пятьсот производителей Америки создавали новинки-автомобили на заказ, Генри Форд выбросил на рынок свою Модель Т. Он назвал ее машиной “для широких масс, собранной из лучших материалов”. Хотя она выпускалась лишь в одном цвете (черном) и одной модификации, модель Т была надежна, долговечна, ее легко было ремонтировать. Стоила она столько, сколько большинство американцев могли позволить себе заплатить за эту покупку... Принадлежавшая компании Ford доля рынка выросла с 9 процентов в 1908 году до 61 процента

³ У. Чан Ким, Моборн Р. Стратегия голубого океана. М.: Гиппо. 2010. С. 4.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

⁶ Там же. С. 203–204.

в 1921, а к 1923 году в большинстве американских семей имелся свой автомобиль. Модель Т фирмы Ford резко увеличила размеры автомобильной отрасли, создав огромный голубой океан»⁷;

- *Cirque du Soleil*, создавшую инновационный продукт на стыке театра и цирка и ушедшую таким образом от конкуренции с традиционными театрами и цирками: «Cirque du Soleil не стала конкурировать с Ringling Bros. и Barnum & Bailey. Вместо этого компания создала новый, незанятый участок рынка, свободный от конкурентов. Он был нацелен на совершенно новую группу потребителей: взрослых и корпоративных клиентов, которые готовы были заплатить в несколько раз больше, чем стоил билет в обычный цирк, ради того, чтобы увидеть новое, не имевшее аналогов представление. Название одного из первых проектов Cirque du Soleil говорило само за себя: “Мы изобретаем цирк заново”»⁸;

- а также ряд других известных брендов (*Dell*, *IBM*, *Compaq*, *Honda* и т. д.).

Инструментарий для создания новых конкурентных стратегий

Основой стратегии голубого океана, по Киму и Моборну, является инновация ценности, которая создается в той области, где действия компании благотворно влияют на структуру издержек и на предложения ценности покупателям⁹. Здесь их идеи коррелируют с идеями И. Ансоффа, описывающего инновацию ценности как неотъемлемую часть стратегии развития товара.

Снижение издержек возможно благодаря упразднению и снижению излишних факторов конкуренции в отрасли. Ценность продукта для потребителя возрастает благодаря созданию и развитию таких

факторов, которые данная отрасль никогда ранее не предлагала. Размер издержек с течением времени еще более уменьшается благодаря эффекту масштаба. С точки зрения современного стратегического анализа, Ким и Моборн говорят о применении интегрированной стратегии (сочетание дифференциации и низких издержек). Об этой стратегии пишет и Майкл Портер в своих поздних работах¹⁰.

В таблице 1 показаны основные различия между стратегиями голубого и алого (или традиционной стратегией) океанов.

Таблица 1

Основные различия между стратегиями голубого и алого океанов

Стратегия алого океана	Стратегия голубого океана
Борьба в существующем рыночном пространстве	Создание свободного от конкуренции рыночного пространства
Победа над конкурентами	Возможность не бояться конкуренции
Эксплуатирование существующего спроса	Создание нового спроса и овладение им
Компромисс ценность-издержки	Разрушение компромисса ценность-издержки
Построение системы деятельности компании в зависимости от стратегического выбора, ориентированного либо на дифференциацию, либо на низкие издержки	Построение системы деятельности компании в соответствии с задачей одновременного достижения дифференциации и снижения издержек

Воспользуемся инструментарием Кима и Моборна для рассмотрения применимости стратегии голубого океана, как нового подхода к конкурентным стратегиям и на примере рынка потребителей профессиональных массажных средств.

⁷ У. Чан Ким, Моборн Р. Стратегия голубого океана.

⁸ Там же. С. 4.

⁹ Там же. С. 17.

¹⁰ Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. С. 136.

На сегодняшний день наиболее популярными профессиональными массажными средствами являются масла (как жидкие, так и твердые), а также специальные мази.

Основа инновации ценности и создания стратегии голубого океана — аналитическая модель стратегической канвы, которая выполняет две задачи — отражает текущее состояние дела на известном пространстве рынка (позволяет понять основные характеристики существующих продуктов) и позволяет определить возможность для инновации ценности.

Главная составляющая стратегической канвы — кривая ценности, которая является графическим отображением сравнительной эффективности работы предприятия с учетом ряда факторов конкуренции в отрасли. Это наиболее важные с точки зрения потребителя параметры продукта (как товара, так и услуги) — «факторы, по которым идет конкуренция и куда направляются инвестиции в данной отрасли»¹¹.

Авторы приводят соответствующий пример выявления основных факторов конкуренции в отрасли: «В случае с винодельческой промышленностью США налицо семь основных факторов [конкуренции]:

- стоимость бутылки вина;
- благородного вида упаковка, этикетка с перечислением медалей и наград, в тексте которой присутствует эзотерическая энологическая терминология, чтобы подчеркнуть, что создание вина представляет собой науку и искусство;
- косвенный маркетинг, нацеленный на повышение осведомленности потребителя в условиях переполненного рынка и на убеждение дистрибьюторов и розничных торговцев отдавать предпочтение конкретному винодельческому предприятию;
- качество выдержки вина;

- престиж винодельни и ее история (с упоминанием поместий и замков и указанием возраста предприятия);

- богатство и утонченность вкуса вина, в том числе таниновый и дубовый привкус;

- ассортимент вин, охватывающий все сорта винограда и все предпочтения покупателей, от «Шардоне» до «Мерло», и т. д.

Эти факторы считаются ключевыми для позиционирования вина как уникального напитка для знатоков, достойного подачи на стол в особых случаях»¹².

Примером реализации стратегии голубого океана является рыночная стратегия авиакомпании *Southwest Airlines*¹³, сумевшей избежать конкуренции на традиционном рынке авиаперевозок с помощью создания нового. Компания выделила основные, наиболее важные для потребителя, параметры услуг авиакомпаний, затем снизила значение одних факторов (наименее важных — к примеру, возможность выбора класса мест и стыковки в крупных пересадочных узлах), повысила значение других (цену и скорость перемещения), создала новые, взятые из альтернативной отрасли (автотранспорта) — к примеру, прямое перемещение от точки до точки, и предложила своим клиентам не просто авиарейсы, а новый вид транспорта, сочетающий скорость самолетов и экономичность и гибкость автомобиля.

Стратегическая канва *Southwest Airlines* показана на рис. 1.

К сожалению, Ким и Моборн не определяют четкие критерии, по которым происходит оценка показателей для их сравнения, что несколько ограничивает полезность предложенного инструментария. Тем не менее, показатели могут сравниваться между собой на основании экспертной оценки путем присвоения им определенных баллов по шкале от 0 до 10 или по какой-либо другой, исходя из целесообразности, зависящей от особенностей каждой конкретной отрасли.

¹¹ У. Чан Ким, Моборн Р. Стратегия голубого океана. С. 25.

¹² Там же. С. 25–27.

¹³ Там же. С. 39.

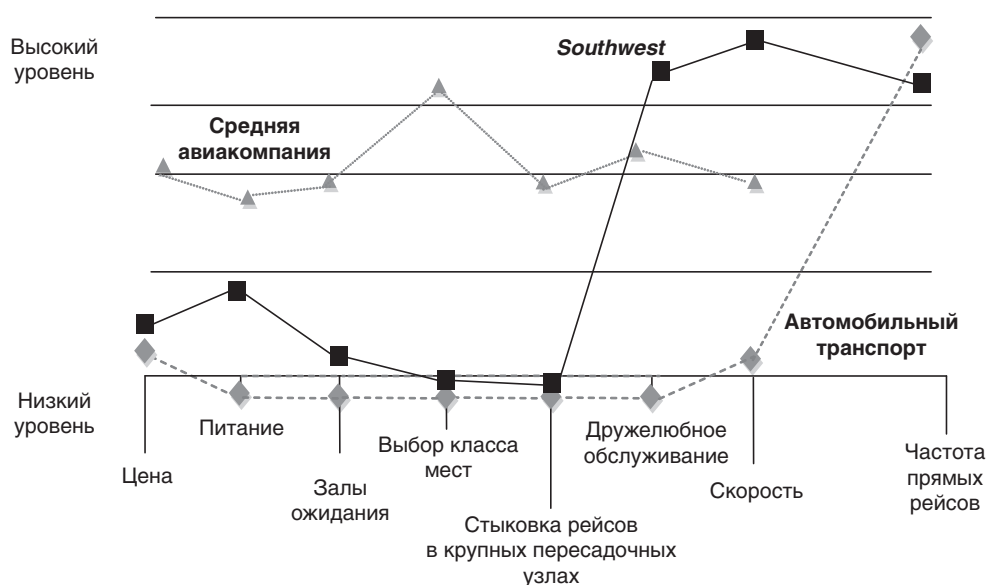


Рис. 1. Стратегическая канва *Southwest Airlines*

Разработка конкурентной стратегии на примере рынка профессиональной косметики

Основными факторами конкуренции в отрасли производителей профессиональных массажных средств являются следующие:

- цена — стоимость за единицу продукта (бутылку, банку или тубик);
- дизайн (внешний вид упаковки и продукта);
- косвенный маркетинг (нацелен на повышение осведомленности потребителя в условиях большого объема предложения на рынке и на убеждение дистрибьюторов и магазинов отдавать предпочтение конкретному бренду);
- ассортимент — количество представленных продуктов;
- эффективность — результативность воздействия;
- натуральность (отсутствие консервантов и прочих добавок химического характера среди составляющих компонентов).

Если исходить из данных параметров, стратегическая канва отрасли производителей профессиональных массажных ма-

сел будет выглядеть, как это показано на рис. 2.

Из построенной авторами стратегической канвы следует, что несмотря на тот факт, что в рассматриваемой отрасли насчитывается достаточно большое количество игроков, все они, по сути, относятся к двум стратегическим группам — производителей массажных средств премиум-класса и производителей недорогих массажных средств. Стратегический профиль первой группы соответствует классической стратегии дифференциации, второй — стратегии низких издержек.

Массажное средство воспринимается конечным потребителем как специфический продукт, употребление которого предпочтительно в условиях салона красоты (массажного кабинета) с помощью соответствующего специалиста. Кроме того, производители стремятся максимально дифференцировать продукт не только с точки зрения видов средств по аромату и компонентам, но и по типам воздействия (антицеллюлитные, антикуперозные и т. д.).

Следующим этапом выработки стратегии голубого океана является рассмотрение модели четырех действий. По Киму

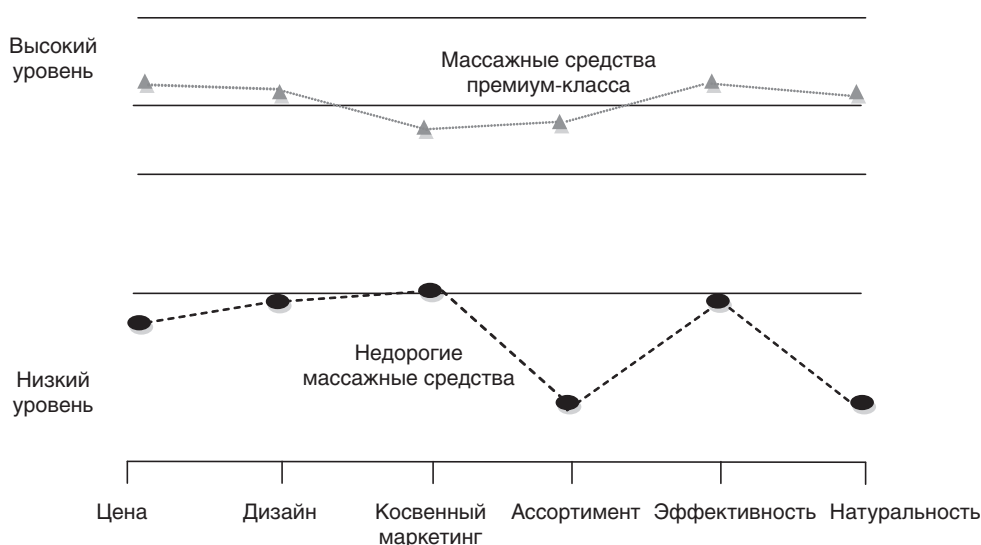


Рис. 2. Стратегическая канва отрасли производителей профессиональных массажных масел

и Моборну, для того чтобы создать новую кривую ценности, отличную от кривых, типичных для отрасли, нужно ответить на четыре основных вопроса, касающихся присутствия данной отрасли стратегической логики и бизнес-модели¹⁴:

1. Какие факторы, которые отрасль принимает как само собой разумеющиеся, следует упразднить?

Вопрос заставляет компанию задуматься об отказе от факторов, которые долгое время служат предметом конкуренции в отрасли. Тем не менее, в глазах потребителя они могут вовсе не иметь никакой ценности. В случае с массажными средствами таким фактором может быть ассортимент. В настоящее время у потребителя уже, что называется, рябит в глазах от того количества разнообразных масел, которые он видит в продаже. Это несколько не облегчает, а наоборот, затрудняет его выбор.

2. Какие факторы следует значительно снизить по сравнению с отраслевыми стандартами?

Ответ на вопрос позволяет выяснить, какие продукты или услуги чрезмерно услож-

няются в попытке выиграть конкурентную борьбу. Компании начинают предоставлять клиентам избыточные, ненужные им услуги или наращивать количество свойств товаров, увеличивая издержки, но не получая достаточной отдачи.

В случае с массажными средствами таким фактором будет дизайн. Каждый из производителей стремится выделить свой продукт с помощью дизайна, но потребитель уже перестал обращать на этот фактор столь сильное внимание, как раньше¹⁵.

3. Какие факторы следует значительно усилить?

С помощью ответа на данный вопрос компании предлагается оценить, какие факторы реально ценятся потребителями, но отраслевые стандарты не отражают их потребности в достаточной степени.

В отрасли производителей массажных средств таким фактором является косвенный маркетинг, поскольку компании-участники отрасли активно инвестируют в прямой маркетинг (директ-рассылки, использование рекламных модулей в офлайн и баннеров в онлайн СМИ), практически

¹⁴ У. Чан Ким, Моборн Р. Стратегия голубого океана. С. 29.

¹⁵ Теория цвета для дизайнеров // URL: <http://actualweb.ru/>.

игнорируя стимулирование дистрибьюторов и имиджевую рекламу.

4. Какие факторы из никогда ранее не предлагавшихся отраслью следует создать?

Ответ на этот вопрос позволяет обнаружить абсолютно новые, не рассматривавшиеся ранее источники ценности для потребителя, создать новый спрос и изменить принятую в отрасли систему стратегического ценообразования.

С учетом ситуации, сложившейся в отрасли культуры потребления, искомыми новыми факторами будут следующие:

- простота применения — отмена необходимости в массажисте;
- простота выбора — всего несколько видов, различающихся не нюансами, понятными лишь специалисту, а кардинально;
- и эмоции. Эмоциональный посыл — это именно то, чего не хватает потребителю массажных средств.

К примеру, для следования стратегии голубого океана производитель профессиональных массажных средств может вывести на рынок продуктовую линейку, состоящую из ограниченного 5–6 наименованиями набора продуктов, дифференцированных по типам употребления, внешнему виду (составу продукта и дизайну этикетки; объем упаковки должен быть не более 100 мл. — для удобства ношения, с возможностью брать в самолет).

Таким образом, по сути, производитель создает абсолютно новый рынок — профессиональных массажных средств, предназначенных для употребления в любой ситуации.

Описание гипотетической линейки продуктов представлено в табл. 2.

Простота применения обусловлена тем, что отпадает потребность в массажисте: продукт нацелен на удовлетворение эмоциональных потребностей, а не физических.

Простота выбора связана с тем, что потребитель будет выбирать не из сотен разнообразных продуктов, разницы между ко-

торыми он не ощущает, а из ограниченного числа продуктов, сильно дифференцированных по внешнему виду и области применения.

Эмоции выбраны исходя из гипотетического соответствия места употребления массажных масел типу эмоций, основанных на потребностях. Скорее всего, для применения в офисе это будет потребность в стимуляции умственной деятельности, для путешествия (подразумеваются любые длительные перемещения от точки до точки) — комфорт, для занятий спортом — энергия.

В результате новая кривая ценности будет выглядеть, как показано на рис. 3.

Заключение

Выработка новых подходов к стратегии для избегания прямой рыночной конкуренции занимает умы не только менеджеров и предпринимателей, но и многих современных теоретиков стратегического анализа, включая М. Портера и И. Ансоффа. Всех их объединяет поиск способа выведения продукта за пределы конкуренции — сделать его настолько отличным от существующих на рынке, что конкурировать с ним будет бессмысленно.

Современным рынкам свойственны крайне насыщенные с точки зрения конкурентной борьбы среды, поэтому необходимость использования новых стратегических инструментов является актуальной в крайне высокой степени. В этой связи неинтересен подход У. Чан Кима и Рене Моборна, предложивших не только новую стратегию, но и инструменты ее разработки и внедрения.

Суть предложенной ими стратегии голубого океана заключается в том, что при современном уровне конкурентной борьбы, конкуренция «лоб в лоб» неактуальна и — в долгосрочной перспективе — губительна для компании. Иносказательно выражаясь, авторы называют традиционные конкурентные рынки алыми океанами, полными кро-

Таблица 2

Описание линейки продукции, основанной на стратегии голубого океана

Название продукта	Эмоциональный посыл	Цвет	Объяснение выбора цвета ¹⁵	Составляющие ингредиенты
<i>Office</i>	<i>Creativeness</i> (креативность)	Желтый (фиолетовый)	Желтый считается самым ярким и придающим энергию; фиолетовый ассоциируется с творчеством и воображением	Лимон
<i>Travel</i>	<i>Comfort</i> (комфорт, удобство)	Зеленый	Символизирует новые начинания и рост; обладает большинством успокаивающих атрибутов, которые имеет синий и включает некоторую энергию желтого	Яблоко
<i>Sport</i>	<i>Energy</i> (энергия)	Оранжевый	Ассоциируется со здоровьем и жизнеспособностью	Апельсин
<i>Love</i>	<i>Emotions</i> (эмоции)	Красный	Ассоциируется с любовью и страстью	Перец
<i>Home</i>	<i>Relax</i> (релаксация, расслабление)	Голубой	Релаксирует и успокаивает	Голубика
<i>Holiday</i>	<i>SPA</i>	Белый	Ассоциируется с индустрией здравоохранения	Молоко

ви конкурентов-акул. В алом океане границы рынка и принципы работы отрасли четко очерчены и едины для всех участников. Продукты конкурирующих компаний обладают

схожими характеристиками, а различия между ними со временем стираются.

Голубой океан — незанятая ниша на рынке, которую компания создает, исходя

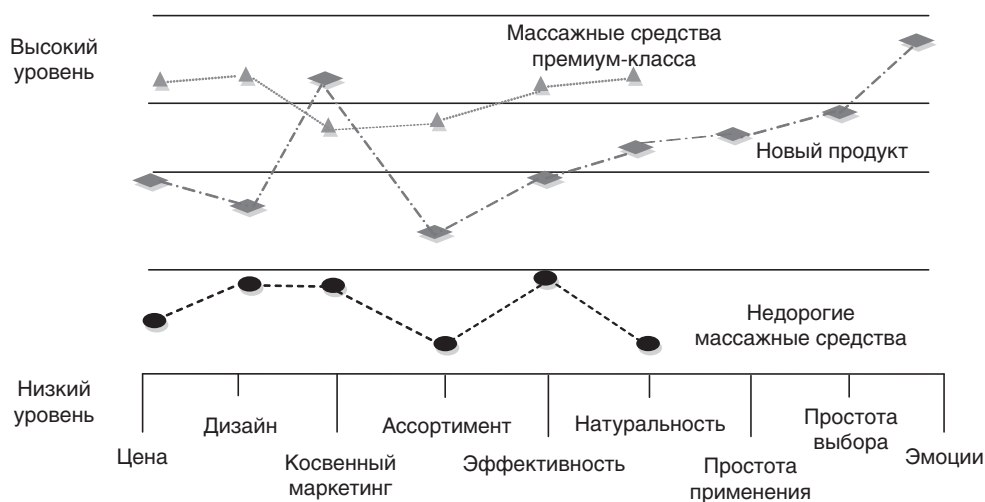


Рис. 3. Положение нового продукта на стратегической канве отрасли производителей профессиональных массажных масел

из неудовлетворенной потребности разных групп потребителей, объединенных ею; концентрации на ключевых для потребителя критериях выбора и оценки продукта; ориентации на привлечение «не клиентов» компании к потреблению продукта. При следовании стратегии голубого океана компания не обязана выбирать между стратегией низких издержек или высокой ценности для потребителя, как это предлагается в классическом стратегическом анализе, — она может предложить и одно, и другое.

Основной инструмент стратегии голубого океана — стратегическая канва, которая служит для диагностики и построения такой стратегии. Для построения стратегической канвы компании необходимо определить ключевые характеристики продуктов — своих и конкурентов, — являющихся предметом конкуренции в рамках данной отрасли. Также компания должна проанализировать уровень предложения, получаемого потребителем по каждому из факторов. Высокий показатель означает крупные инвестиции в развитие области конкретного фактора.

Анализ стратегической канвы позволяет компании определить, насколько ее рыночная стратегия сходна со стратегиями конкурентов, и постараться построить новую,

которая позволит избежать традиционной конкурентной борьбы, ответив на четыре вопроса, подробно рассмотренных выше.

Показанный авторами пример из отрасли производителей профессиональных массажных средств показывает жизнеспособность предложенной У. Кимом и Р. Моборном модели как нового подхода к конкурентным стратегиям, позволяющего игрокам рынка избежать прямой рыночной конкуренции путем создания уникальной ценности для потребителя.

Список литературы

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. СПб.: Питер, 2009. — 344 с.
2. Грант Р. Современный стратегический анализ. СПб.: Питер, 2008. — 560 с.
3. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. — 720 с.
4. Поворот карьеры с дипломом MBA // Элитный персонал. № 43 (480). 31 октября 2006 г. — 96 с.
5. У. Чан Ким, Моборн Р. Стратегия голубого океана. М.: Гиппо, 2010. — 272 с.
6. Теория цвета для дизайнеров // URL: <http://actualweb.ru/>.

P. Sapognikov, postgraduate student, MIM LINK, Director of Moscow Office of «Mozart House», MOSCOW, sappavel@gmail.com

I. Deren, PhD, Professor in Department of Management MIM LINK, derenivanna@mail.ru

NEW APPROACHES TO COMPETITIVE STRATEGIES ON THE EXAMPLE OF THE PROFESSIONAL COSMETICS MARKET

The article describes new methods of design and implementation of competitive strategies, allowing for manufacturers of goods and services not only to avoid the direct market competition, but also to bring the satisfaction of consumer needs to a new level.

Starting from the classical I. Ansoff and M. Porter approaches to corporate and competitive strategies, author on example of professional massage oils industry concludes that using of innovative tools, known as «blue ocean strategy», proposed by W. Chan Kim and R. Moborn, — one of the few ways to output product from competition, because it might make product so different from the existing market, that competition with it will be meaningless.

Key words: competitive strategy, innovation of values, blue ocean strategy, the strategic outline of business.



Воробьева Н. П., Главный специалист ОАО «Росгосстрах»,
г. Москва, nvorobieva@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

В данной статье приводится систематизированное исследование комплекса взаимодействующих методов повышения эффективности бизнес-процессов. Методы проанализированы и сгруппированы по направлениям своего влияния на бизнес-процессы, сформирована карта их влияния. Сформулирован принцип выбора методов повышения эффективности в зависимости от целей оптимизации или целей страховщика.

Ключевые слова: страхование, бизнес-процессы, методы повышения эффективности.

Введение

В настоящее время на рынке страхования, как и в экономике в целом, ощущается сильное влияние кризисных тенденций. Так, рост рынка по итогам 2010 г., по оценке аналитиков, составил 8,6%¹, т.е. он замедлился (без учета страхования жизни и ОМС), инфляция по итогам 2010 г., по данным Росстата, составила 8,8%². В этих условиях для страховщиков повышается роль качества организации внутренних бизнес-процессов как способа обеспечения конкурентного преимущества: «...Лидерами стали те компании, которые научились эффективно управлять знаниями и интегрировать их в новые продукты и услуги быстрее и оперативнее, чем кон-

куренты»³. Вопросам создания конкурентных преимуществ посвящено множество публикуемых материалов⁴, в настоящей же статье рассмотрим совершенствование бизнес-процессов страховщика как способ использования внутреннего резерва, всегда имеющегося в распоряжении фирмы. И страховщики готовы к реорганизации своих процессов при условии, что предлагаемые изменения бизнес-процессов приведут к повышению их эффективности. При этом каждая из страховых фирм выстраивает

³ Турова Э. Ю. Значение интеллектуального капитала в достижении устойчивых конкурентных преимуществ современной компании // Конкурентоспособность бизнеса. 2010. №6. С. 65.

⁴ Этой проблематике посвящено множество исследований преподавателей МФПУ «Синергия», например: Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. №3 (21). 2010. С. 38–67; Логвинова И. Л. Субъекты конкуренции на страховом рынке // Современная конкуренция. №2 (20). 2010. С. 49–62; Туленты Д. С. Основные направления анализа сил конкуренции на страховом рынке // Современная конкуренция. №1 (7). 2008; и др.

¹ Источник: РИА Новости по URL: http://www.vsk.ru/vsk_site/press/?id_art=203006.

² URL: <http://www.bfm.ru/news/2011/01/11/infljacija-v-rossii-v-2010-godu-sostavila-8-8.html>.

деятельность от собственной стратегии, и поэтому критерии эффективности бизнес-процессов отличаются как у различных фирм, так и внутри фирм по группам бизнес-процессов.

Для удовлетворения указанной потребности ощущается острая нехватка целостного описания подходов, методов и приемов оптимизации и совершенствования бизнес-процессов, которое, с одной стороны, было бы универсальным с точки зрения его применения к бизнес-процессам страховщика, с другой стороны, позволяло бы учитывать особенности стратегии, в том числе целей, сложившиеся структуры и иные особенности конкретного страховщика. В статье предлагается адаптируемый универсальный подход к оптимизации и совершенствованию бизнес-процессов в страховании. Ограничением при применении данного подхода являются условия использования процессного подхода к управлению внутренней деятельностью страховщика и наличие фиксированных целей фирмы-страховщика, которые должны быть достигнуты в результате проводимой реорганизации бизнес-процессов. Поставленные цели определяют выбор методов оптимизации и баланс их применения.

Изложим содержание методов оптимизации и совершенствования бизнес-процессов в страховой фирме.

Метод определения владельца бизнес-процесса

В основе процессного управления лежит право собственности и управления, право владения бизнес-процессом, так как это основа и необходимое условие успешной реализации бизнес-процесса. Владелец бизнес-процесса отвечает за ход и результат всего процесса в целом. Процессы, пронизывающие всю деятельность фирмы, предполагают ответственность их владельца за работу различных функциональных подразделений. Владелец процесса должен

также обеспечивать эффективность, производительность и адаптируемость как процесса в целом, так и его составных частей, для этого он должен использовать показатели эффективности процесса.

Руководство процессом не подменяет собой существующую организационную структуру, поэтому для исключения конфликтных ситуаций необходимо четкое разграничение между руководителями подразделений, которые, как правило, являются владельцами подпроцессов и совокупным владельцем бизнес-процесса в целом. Введение роли владельца процесса, как правило, не означает привлечения дополнительных кадров. Обычно такие обязанности возлагают на специально отобранных людей. Существует ряд основных критериев выбора владельца процесса:

- глубокое понимание процесса. Владелец процесса может быть назначен сотрудник фирмы, который в настоящий момент отвечает за ключевой участок или этап процесса;
- уважение руководителей различных этапов данного процесса и наличие полномочий для осуществления изменений. Если владелец процесса неавторитетен как профессионал и не имеет полномочий по изменению процесса в целях разрешения конфликтов, возрастает вероятность конфликтов между функциональными подразделениями;
- обладание коммуникативными навыками, чтобы добиваться поставленной цели от контрагентов вне зависимости от их подчиненности. Так, по различным вопросам в ходе выполнения процесса его владелец работает с сотрудниками и группами, которые не всегда подчиняются ему напрямую;
- готовность тратить время и силы на то, чтобы глубже понять процесс и собственным энтузиазмом увлечь людей работой по его совершенствованию.

Роль владельца процессов, охватывающих всю фирму, почти всегда выполняет член совета директоров, который в силу

своей должности должен уметь видеть всю картину процессов.

Метод описания границ и интерфейсов

Определение границ бизнес-процесса необходимо для того, чтобы четко отделить функции и исполнителей одного процесса от других. Хотя существует традиционное понимание, например бизнес-процесса «Предоставление услуг», однако определение его границ с необходимой степенью детализации представляет собой непростую задачу. В страховой фирме всегда идут сложные пересекающиеся процессы, поэтому необходимо однозначно определить, что включается в процесс, а что остается за его границами.

Границы определяют начало и конец процесса. Для каждого процесса существуют границы входа и выхода. Граница входа предшествует первой выполняемой функции процесса. Например, для процесса «Предоставление услуг» первая функция — «Консультирование клиента об условиях предоставления услуг», поэтому граница процесса располагается перед указанной функцией, ее можно зафиксировать событием «Обращение клиента». Граница выхода располагается за последней выполняемой функцией процесса. Например, для процесса «Предоставление услуг» последней функцией является «Подготовка комплекта документации для хранения», поэтому граница выхода располагается после данной функции и может быть выделена событием «Комплект договорной документации передан на архивное хранение».

Метод оптимизации количества входов и выходов бизнес-процесса

Для каждого входа необходимо проанализировать его востребованность в процессе. Например, информация из одного

документа дублируется в других документах. Но важно помнить, что для изменения входов в процесс необходимо согласовать его с «поставщиком» входа. Для анализа выходов продельвается аналогичный анализ, но работа ведется с «потребителями» выходов. Часть входных/выходных потоков может быть сгруппирована (объединена в пакеты).

Например, в ходе процесса у клиента последовательно запрашивается ряд документов (по мере надобности при выполнении процесса), тогда можно сразу запросить у клиента весь пакет документов и начинать процесс только после того, как предоставлен пакет полностью (см. рис. 1). Это дополнительно позволяет избежать внутренних разрывов выполнения (простоев в процессе).



Рис. 1. Пример объединения документов в пакет

Метод определения требований к бизнес-процессу

Для каждого бизнес-процесса необходимо определить направления его оптимизации и составить перечень показателей его эффективности. Для этого необходимо определить, какие из стратегических целей фирмы поддерживает данный бизнес-процесс.

Таким образом, можно получить перечень стратегических показателей бизнес-процесса, которые могут быть дополнены операционными, такими как:

- длительность процесса и/или отдельных его этапов (подпроцессов);
- равномерность использования ресурсов;
- количество ошибок, возникающих на различных этапах процесса;
- стоимость и др.

Перечень стратегических и операционных показателей составляет набор показателей бизнес-процесса.

При формировании набора показателей бизнес-процесса рекомендуем использовать модель «клиент — исполнитель». Компонентами модели являются клиент и исполнитель. Клиент может быть внешним, получающим конечный продукт в виде товара и услуги, и внутренним, получающим рабочий продукт (промежуточный результат) из другого процесса. В модели «клиент — исполнитель» производитель выходного продукта должен ознакомиться с требованиями и ожиданиями клиента и удовлетворить их. Определение требований может проводиться в форме переговоров с целью достижения компромисса между желаниями клиента и возможностями исполнителя. Потребности клиента могут выясняться в результате исследований, работы специализированных групп, переговоров с участием обеих сторон и на основе письменной документации.

Часто отсутствует четкое понимание того, что нужно клиентам. Важно не только то, что новый (усовершенствованный) процесс должен отвечать требованиям клиента, важно, что модель «клиент — исполнитель» дает глубокое понимание, ради достижения каких целей работает команда и помогает более точно направить ее действия.

Метод анализа добавленной стоимости

В соответствии с методом анализа добавленной стоимости к результату в бизнес-процесс, создающий этот результат, включают те этапы, которые создают ее и оказы-

вают влияние на результат процесса. Учитывается стоимость процесса как для клиента, так и для фирмы, что позволит в будущем более эффективно реализовывать бизнес-процессы для клиентов.

Этапы процесса могут добавлять реальную или организационную стоимость. Реальную стоимость добавляют этапы, которые сказываются на окончательном результате процесса и которые напрямую связаны с созданием результата и удовлетворением потребностей клиента. Этапы, добавляющие организационную стоимость, нужны фирме, но не добавляют никакой реальной стоимости результату, востребованному клиентом (например хранение информации).

Метод добавленной стоимости позволяет увидеть, какие этапы процесса не являются необходимыми, поскольку не добавляют стоимости (например переделка, исправление ошибок, утверждение заявок). И в силу этого метод добавленной стоимости также представляет собой часть методов оптимизации деятельности. Анализ добавленной стоимости позволяет оптимизировать процессы путем уменьшения времени и затрат.

Метод унификации и стандартизации процессов

Под унификацией бизнес-процессов понимаются одинаковые процессы, протекающие в различных подразделениях, которые должны быть организованы по единым правилам. Это позволяет снизить трудозатраты на управление процессами, а также повышает в целом прозрачность и наблюдаемость бизнес-процессов фирмы. Следующий шаг — выстраивание бизнес-процессов в соответствии с требованиями стандартов. Предлагаем учитывать, что во многих странах наличие сертификата ISO является залогом конкурентоспособности компании не только на национальном, но и на международном уровне. Наличие добровольного сертификата ISO — знак качества про-

дукции, в том числе услуг для потребителя, дополнительная гарантия надежности, профессиональной компетентности.

В серии международных стандартов ISO 9000 российским страховым компаниям можно использовать:

- ISO 9000:2000 Системы менеджмента качества, в России действует как стандарт ГОСТ Р ИСО 9000–2001, который включает основные положения и словарь, — введение в систему менеджмента качества и словарь терминов;

- ISO 9001:2000 Системы менеджмента качества, в России действует как стандарт ГОСТ Р ИСО 9001–2001, включающий минимально необходимый набор требований к системам качества и применяется для достижения целей сертификации и проверок;

- ISO 9004:2000 Системы менеджмента качества, в России действует как стандарт ГОСТ Р ИСО 9004–2001, включающий рекомендации по улучшению деятельности. Содержит методические указания по разработке и внедрению систем менеджмента качества, которые ориентированы на высокую эффективность деятельности компаний.

Например, система менеджмента качества ОАО «АльфаСтрахование» в области страхования водного транспорта сертифицирована на соответствие международному стандарту ИСО 9001:2000.

Метод устранения дублирования функций и «точек безответственности»

Ответственность за реализацию всех составляющих процесса должна быть четко обозначена. Для каждой функции, входящей в состав процесса, должен быть определен исполнитель, т. е. лицо, выполняющее данную функцию (или группа лиц, выполняющих функцию совместно). Дублирование возникает, когда функцию выполняют различные исполнители по одним и тем же правилам независимо друг от друга. Под точкой безответственности понимается

функция, ответственность за которую не несет ни один из исполнителей. При анализе функционального состава надо помнить о риске дублирования функций, сходных по названиям. Например, при согласовании договора его проверяют юрист, экономист и специалист, отвечающий за смысловое содержание договора, но каждый из исполнителей контролирует различные параметры договора, и поэтому дублирования не происходит.

Примером дублирования и одновременно точек безответственности может служить многократная проверка одного и того же документа, например счета, когда никто из проверяющих не отвечает за соответствие счета параметрам договора и реально выполненным работам (оказанным услугам, поставленным товарам).

Метод оптимизации количества исполнителей процесса

С одной стороны, чем меньше исполнителей участвует в процессе, тем легче координировать их работу. С другой стороны, встает вопрос о квалификации исполнителей и их способности выполнить весь процесс от начала до конца и эффективности такого исполнения. Следовательно, возникает разделение труда, т. е. специализация участников процесса.

Современный подход к организации бизнес-процессов говорит о важности участия в процессах специалистов широкого профиля, способных выполнить большой круг задач, но при этом не должно снижаться качество выполнения каждой задачи. Поэтому оценка возможности совмещения функций нескольких исполнителей одним базируется на анализе требований к исполнителям для реализации их функциональных обязанностей в процессе и на прогнозируемой пользе такого совмещения.

Совмещение функций может означать, что потребуется дополнительная подготовка или переориентация специалистов.

Метод централизации/децентрализации принятия решений

Метод децентрализации предполагает уменьшение централизации управления за счет делегирования полномочий менеджерам нижнего звена. При этом разрабатывается система лимитов ответственности и полномочий по принятию решений. Система децентрализованного управления должна сопровождаться централизацией контроля и обеспечения единого информационного пространства внутри фирмы. Метод централизации состоит в передаче всех функций управления одному лицу (или ограниченной группе лиц, действующих совместно). Система централизованного принятия решений должна сочетаться с эффективной системой поддержки принятия решений и системой доведения решений до сведения исполнителей. Степень централизации/децентрализации принятия решений зависит от важности и частоты принятия решений, а также от существования и/или возможности разработки правил и алгоритмов принятия решений. Важно найти компромисс между централизацией и децентрализацией принятия решений, между сосредоточением и рассредоточением регулирующих центров. Подходы к расчету финансовой эффективности централизованной операционной модели изложены в статье С. В. Иевенко⁵.

Метод параллельного выполнения работ

В современном мире длительность бизнес-процессов играет решающую стратегическую роль для фирмы, определяет ее конкурентоспособность и выживаемость на динамичном конкурентном рынке. Метод

параллельного выполнения работ позволяет сократить общее время выполнения бизнес-процесса.

Преимуществом последовательной цепочки выполнения работ является простота управления. Все работы могут выполняться одним исполнителем, который будет в курсе всех результатов и особенностей реализации функций. Параллельное выполнение работ позволяет сократить длительность, но требует одновременного вовлечения большего количества исполнителей.

Для оценки обоснованности последовательного выполнения работ необходимо проанализировать востребованность результатов выполнения предыдущей функции для реализации последующей.

Приведем пример. Для организации конкурса на выполнение работ необходимо разработать пакет документов, включающий следующее:

- задание на выполнение работ (техническое задание);
- порядок проведения конкурса;
- требования к предложениям на конкурс;
- критерии оценки предложений на конкурс.

Эти документы можно разрабатывать последовательно, такой вариант представлен на рис. 2.

Однако при анализе востребованности результатов выполнения функций можно увидеть, что работы могут быть разделены на два параллельных потока:

- так как результат функции 2 не требуется для реализации функций 3 и 4;
- для реализации функции 3 необходим только результат функции 1;
- результаты выполнения функций 2, 3 и 4 востребованы функцией 5.

В то же время функции 3 и 4 не могут выполняться параллельно, так как для выполнения функции 4 необходим результат выполнения функции 3.

На рисунке 3 показан простой случай выделения параллельных потоков, однако при

⁵ Иевенко С. В. Основные принципы планирования централизованной операционной модели в страховой компании // Финансы. 2011. № 7. С. 28–33.



Рис. 2. Пример последовательной разработки конкурсной документации

более сложных процессах необходимо предусмотреть дополнительный информационный обмен между исполнителями, которые выполняют параллельные работы.

Метод устранения временных разрывов

Общее время выполнения бизнес-процесса складывается из времени, затрачиваемого собственно на выполнение функций, и времени на простои между функциями. В некоторых случаях соотношение времени выполнения функций и простоев может достигать 20% к 80%. Простои или временные разрывы выполнения процессов

должны быть идентифицированы, и для каждого из них должен быть разработан метод его преодоления.

На принятие решения о преодолении временного разрыва и выбор метода его преодоления могут влиять различные причины: от времени, затрачиваемого конкурентами на аналогичный процесс, до стоимости продления каждого из временных разрывов и ожидаемого экономического эффекта.

Метод устранения бюрократии

Устранение бюрократии сводится к анализу добавленной стоимости, поскольку бюрократические процедуры не добавляют стои-

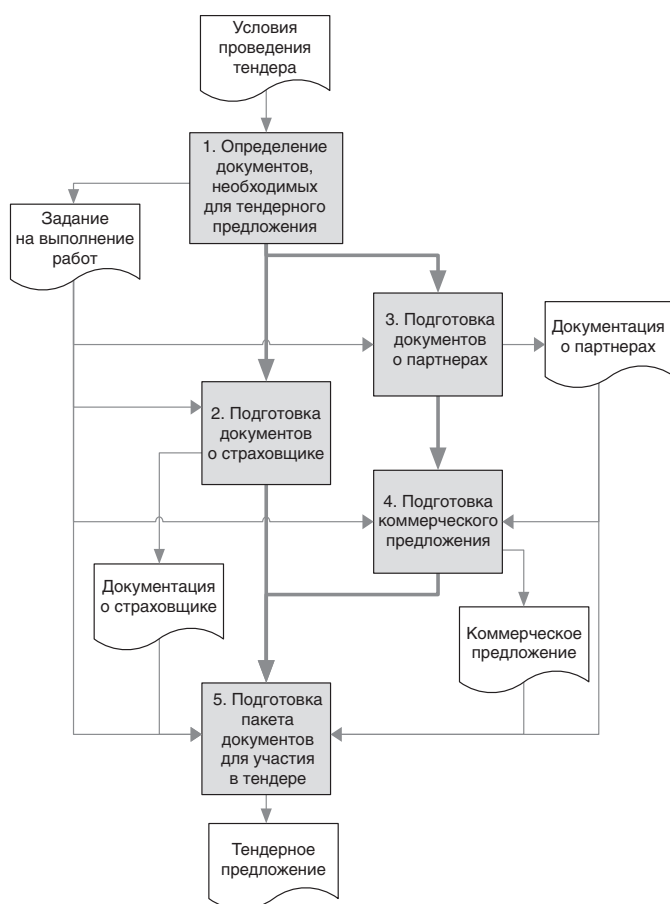


Рис. 3. Пример последовательно-параллельной разработки конкурсной документации

мость ни для страховой фирмы, ни для клиента. Обычно бюрократические этапы процесса — это проверки, разрешения, хранение, ведение реестров, копирование, утверждения. Они существуют во многом из-за психологических факторов, таких как недоверие к людям, страх перед ошибками, потребность оправдать важность собственной роли в фирме, низкая самооценка, удовольствие находить ошибки других. Единственный действенный механизм устранения бюрократии — сомнение в необходимости и ценности таких этапов и доказательство, что процесс может быть эффективным и без них.

Устранение излишней бюрократии должно сочетаться с разработкой эффективных схем делегирования полномочий и принятия

решений в рамках выделенных лимитов ответственности.

Метод минимизации устной информации

Особенностью устной информации является ее искажение при передаче от одного участника бизнес-процесса к другому. Здесь вполне уместно вспомнить игру «испорченный телефон», и то, как последнему игроку бывает трудно определить в цепочке исходную информацию. Это свойство особенно остро проявляется при передаче сложной информации управленческого характера. Например, передать параметры работы установки можно вполне точно. Однако при передаче обоснования для принятия решения о выпуске но-

вого продукта искажение начнется с первого же шага, и тому виной не только память, но и особенности интерпретации информации отдельными людьми. Статистика утверждает, что при передаче устной информации в два этапа ее искажение достигает 50%.

Необходимо, чтобы в рамках бизнес-процессов информация документировалась. С одной стороны, это приводит к увеличению бюрократии и замедлению темпа выполнения бизнес-процессов. С другой стороны, документирование информации позволяет избавиться от «испорченного телефона», что повышает степень согласованности восприятия информации, а также повышает ответственность всех участников бизнес-процесса, так как их деятельность фиксируется и в случае возникновения нежелательных результатов и последствий существует информационная база для анализа и выявления причин и ответственных. Чем большее число участников задействованы в процессе, тем актуальнее необходимость документирования информации.

Метод стандартизации форм сбора и передачи информации

Название данного метода говорит само за себя: для оптимизации организации бизнес-процессов необходимо стандартизировать формы сбора и передачи информации. Выделим преимущества использования стандартных форм:

1) сокращение сроков согласования документов. Например, использование стандартного шаблона текста договора (предварительно согласованного и утвержденного юристами) позволяет не включать их в список согласующих лиц при заключении конкретного договора;

2) сокращение сроков выполнения функций, снижение издержек и количества ошибок. Например, если продавцы при заключении договоров используют различные форматы с отличающимися параметрами, усложняется работа по их учету и обработке;

3) сокращение сроков при принятии управленческих решений и повышение их качества. Представление информации в удобном для анализа виде влияет на скорость оценки ситуации и, следовательно, повышает качество (так как в форме собраны все необходимые параметры для принятия решения) и оперативность принятия решений.

При разработке форм представления информации необходимо учитывать интересы всех заинтересованных групп лиц.

Также необходимо учитывать затраты на создание схожих форм отчетности, хотя внедрение информационных систем сокращает затраты на создание различных отчетных форм.

Метод проектирования с учетом возможностей информационных систем

Крупные информационные системы, существующие длительное время, часто содержат преднастроенные процессы и решения (*best practice*). При разработке процессов «как должно быть» (*to-be*) можно использовать возможности системы в той мере, в какой это сочетается с целями совершенствования бизнес-процессов и деятельностью фирмы в целом.

Метод разработки сценариев бизнес-процесса

Сценарии разрабатываются в тех случаях, когда последовательность функций и требования к ним зависят от типа обрабатываемого объекта, например:

- от статуса заказа (срочный/обычный);
- типа обратившегося (потенциальный клиент/клиент/ВИП-клиент);
- типа аварийной ситуации и/или вышедшего из строя оборудования;
- и т. п.

Сценарии представляют собой варианты для каждого типа объекта. Для любого сценария разрабатывается свой алгоритм работы

и взаимодействия участников. При проработке сценариев часто используется первый общий этап классификации объекта (присвоение статуса клиенту, обращению и т. п.).

Метод организации точек контроля

При создании новой схемы процесса «как должно быть» (*to-be*) необходимо предусмотреть точки контроля, которые позволяют вносить изменения в результат процесса внутри создания самого процесса.

В точке контроля проверяется соответствие результатов определенной функции (группы функций или подпроцесса) в бизнес-процессе сформулированным требованиям к ее результату. В случае обнаружения несоответствия организуется обратная связь, в рамках которой должен быть скорректирован результат. Если процесс не имеет обратной связи, он неуправляем.

В общем случае необходимо выделить стадии процесса, где, с одной стороны, достаточно информации о качестве его реализации, с другой, пройден некоторый этап процесса, результат которого влияет на успех процесса в целом. После того как выделена стадия процесса, качество которой требуется проверить, необходимо организовать точки контроля.

Они могут быть двух типов:

- **управляющие** точки контроля, где процесс может быть заблокирован для дальнейшего исполнения, а также возвращен на одну из предыдущих стадий. В управляющих точках контролируется качество работ в данном экземпляре реализации⁶ процесса, т. е. такая точка активируется на каждой «неправильной» итерации процесса;

⁶ Для иллюстрации понятия экземпляра бизнес-процесса приведем пример: в страховой фирме существует процесс урегулирования убытков. Каждое заявление страхователя порождает отдельный экземпляр процесса урегулирования убытков, и вместе с тем, каждый из экземпляров процесса проходит по общим правилам.

- **наблюдательные** точки контроля, где собираются данные, на основании которых проводится оценка качества организации процесса в целом, а также анализ соответствия бизнес-процесса стратегии и ее целям.

Если процесс приводит к производству какого-то продукта, то управляющие точки контролируют качество каждого конкретного производимого продукта, а по информации, собираемой в наблюдающих точках, можно оценить качество производства продукта в целом.

В ряде случаев полезно организовать точки контроля с использованием информационных систем. Например, при организации согласования документов через систему электронного документооборота легко замерить время на согласование документов, средние и максимальные сроки согласования. Как правило, точки измерения, связанные с показателями реализации стратегии, есть наблюдательные точки контроля.

Они служат основой для постоянного совершенствования, которая может возникнуть в результате проведения постоянного контроля и анализа результатов деятельности по процессам. Если ухудшение показателей носит системный характер, процесс становится кандидатом на оптимизацию.

Вернемся к примеру процесса, представленному на рис. 3, — в нем отсутствует контроль качества созданной документации. В таком случае независимо от содержания документов конкурс будет объявлен, при этом в конкурсной документации может содержаться или отсутствовать все что угодно, начиная с грамматических ошибок в тексте и заканчивая отсутствием сроков предоставления документации. Чтобы этого избежать, необходимо ввести точку контроля, а также обозначить правила проверки (рис. 4).

Пример управляющей точки контроля с обратной связью представлен на рис. 4. После проверки правильности подготовки договорной документации может пойти возврат на доработку или произойдет передача документов на подписание.

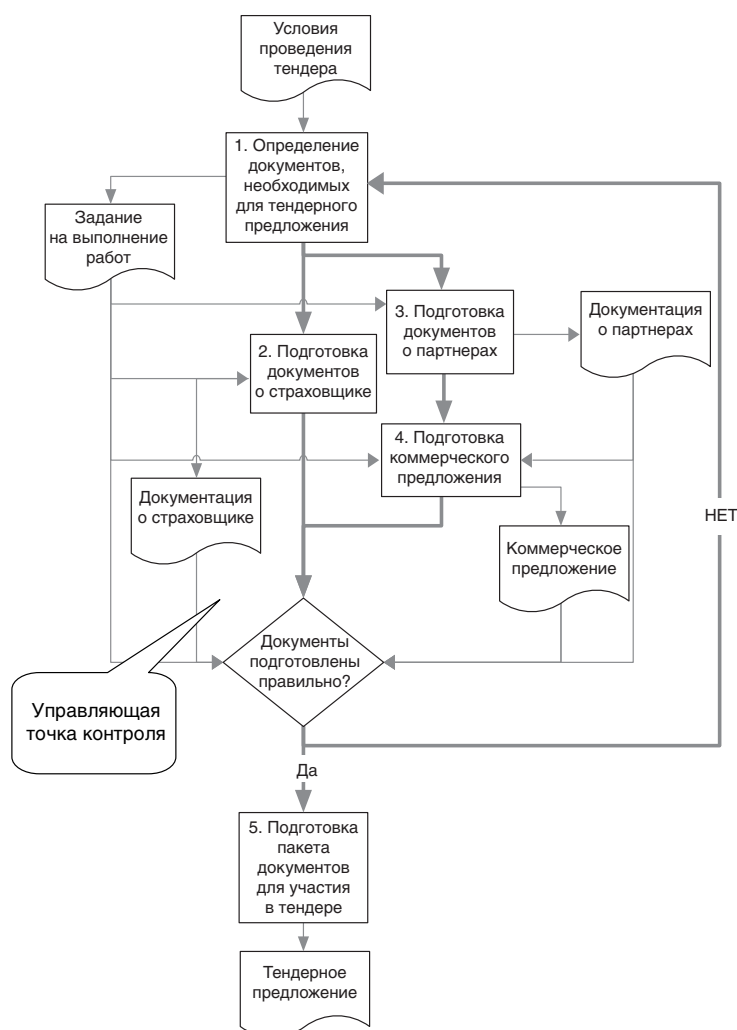


Рис. 4. Пример процесса с обратной связью

Заключение

При совершенствовании бизнес-процессов страховой фирмы возникает эффект противоположного воздействия на его различные показатели, т. е. при улучшении одного параметра бизнес-процесса ухудшаются другие. При совершенствовании бизнес-процессов следует учитывать различные показатели результативности, стоимости, качества и времени. Как правило, положительная динамика одних показателей отрицательно сказывается на других. Например, улучшение качества бизнес-процесса при-

водит к увеличению его стоимости и длительности. Поэтому при совершенствовании бизнес-процесса необходимо определять соотношение показателей.

Выбор методов совершенствования и соотношение их применения к конкретному бизнес-процессу зависит от целей страховой фирмы в целом, набора показателей бизнес-процесса, текущего состояния его организации и проблем, возникающих при его выполнении. Определение владельца бизнес-процесса, четкое описание границ, интерфейсов и определение требований биз-

Таблица 1

Карта влияния методов оптимизации

Оптимизация функционального состава Анализ добавленной стоимости. Устранение дублирования функций и точек безответственности. Включение в процесс недостающих функций. Организация точек контроля (управляющих)	Оптимизация информационного взаимодействия Оптимизация количества входов/выходов. Минимизация устной информации. Устранение бюрократии. Стандартизация форм обмена информацией
Повышение качества организации Разработка сценариев бизнес-процессов. Унификация и стандартизация бизнес-процессов. Организация точек контроля (наблюдательных)	Оптимизация затрат ресурсов Оптимизация количества исполнителей. Централизация/децентрализация принятия решений. Параллельное выполнение работ. Устранение временных разрывов. Проектирование с учетом возможностей информационных систем

нес-процессов создает базу для выстраивания всей системы постоянного мониторинга и совершенствования бизнес-процессов. Выбор конкретных методов для улучшения показателей бизнес-процесса определяется направлением влияния метода (табл. 1):

- оптимизации функционального состава бизнес-процесса;
- оптимизации информационного взаимодействия;
- оптимизации затрат ресурсов;
- повышения качества бизнес-процессов.

Исследованные методы оптимизации объединены в методику оптимизации и совершенствования бизнес-процессов, которая позволяет выстраивать бизнес-процессы деятельности страховой фирмы на научной основе и повышать ее конкурентоспособность. Данная методика апробирована автором на практике.

Список литературы

1. Иевенко С. В. Основные принципы планирования централизованной операционной модели в страховой компании // Финансы. 2011. № 7. С. 28–33.
2. Логвинова И. Л. Субъекты конкуренции на страховом рынке // Современная конкуренция. 2010. № 2 (20). С. 49–62.
3. Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Конкурентоспособность бизнеса. 2010. № 3 (21). С. 38–67.
4. Туленты Д. С. Основные направления анализа сил конкуренции на страховом рынке // Современная конкуренция. 2008. № 1 (7).
5. Турова Э. Ю. Значение интеллектуального капитала в достижении устойчивых конкурентных преимуществ современной компании // Конкурентоспособность бизнеса. 2010. № 6 (24). С. 65–73.
6. URL: <http://www.bfm.ru/news/2011/01/11/inflijacija-v-rossii-v-2010-godu-sostavila-8-8.html>.

N. Vorobieva, Expert, Rosgosstrakh, Moscow, nvorobieva@mail.ru

IMPROVING BUSINESS PROCESSES AS A WAY TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF FIRM

This article provides a systematic study of the complex of complementary methods to improve the efficiency of business processes. Methods are analyzed and grouped according to areas of its influence on business processes, the influence of map shaped methods. There was formulated the principle of selection methods for increasing efficiency according to the purpose or purposes of the insurer optimization.

Key words: insurance, business processes, methods to improve efficiency.



Каганов В. Ш., канд. экон. наук, первый заместитель
руководителя Департамента образования г. Москвы, iac@educom.ru

КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

В статье раскрывается важность управления человеческими ресурсами предпринимательских структур в целях повышения их производительности, эффективности и конкурентоспособности. Дана характеристика ситуации на рынке труда в российской экономике, описаны стратегии предпринимательских структур по ликвидации дефицита кадров, а также специфика корпоративного обучения для крупного и мелкого (среднего) бизнеса.

Ключевые слова: конкурентоспособность предпринимательских структур, человеческие ресурсы, дефицит кадров, корпоративное обучение.

Введение

Известно, что парадигма конкурентоспособности впервые была представлена не в экономической теории, а в бизнес-литературе, т. е. изначально не имела научно-экономического содержания. По сути, концепция конкурентоспособности представляет собой методологический прием, заключающийся в распространении на разные множества объектов (страны, отрасли, регионы, ресурсы, институты, компании, продукты, работники) конкурентно-соревновательного подхода, когда все элементы одного множества уподобляются конкурирующим хозяйствующим субъектам на едином конкурентном поле. При этом сама конкурентоспособность представляется как аналогия успеха, лидерства, превосходства, преобладания, преимущества одних объектов над другими, независимо от того, к какому множеству объектов применяется концепция. Все множества объектов конку-

рентоспособности составляют три уровня (макро-, мезо-, и микроуровень) и пирамиду объектов конкурентоспособности. На макроуровне оценивается конкурентоспособность отдельных суверенных государств и национальных экономических систем. К объектам уровня мезоконкурентоспособности относятся отрасли и регионы (субъекты Федерации). К множествам микроконкурентоспособности относят предпринимательские структуры, товары и услуги, средства и факторы производства, технологии, персонал.

Квалификация кадров — фактор конкурентоспособности

Основные различия в практиках применения теории конкурентоспособности заключаются в выборе объектов и параметров сравнения. Для каждого множества сравниваемых объектов их конкурентоспособность будет определяться такими содержательными параметрами, которые не встречаются

у другого множества объектов. В этом контексте сложно позитивно говорить о единой теории конкурентоспособности.

Ученые спорят о правомочности применения данной концепции к странам, отраслям, ресурсам, институтам и регионам. При этом практически не оспаривается возможность и осмысленность анализа конкурентоспособности предпринимательских структур и результатов их деятельности (продуктов).

Для того чтобы концепция конкурентоспособности имела практическую применимость в аспекте управления, параметры сравнения объектов должны соответствовать определенным системным элементам, подверженным управляющему воздействию. Так, при определении сравнительной конкурентоспособности компаний часто для анализа и оценки выбираются результирующие показатели их деятельности, являющиеся интегральной совокупностью воздействия разных факторов и ресурсов. Не представляется возможным определить оперативный элемент воздействия, позволяющий управлять конкурентоспособностью компании в сторону повышения.

М. Портер¹ утверждает, что конкурентоспособность компании связана с местоположением и главным образом обусловлена характером промышленного производства и окружения. Наличие рабочей силы, капитала или сырья не определяет успех компании, поскольку указанные ресурсы стали широкодоступными. Конкурентоспособность обусловлена скорее эффективностью, с которой фирмы на местах используют мощности для производства товаров и услуг. В данном подходе выразилось понимание конкурентных преимуществ компании как особых свойств и обстоятельств хозяйственной деятельности предпринимательской структуры, не копируемых конкурентами в процессе диффузии инноваций.

Ю. Б. Рубин в работе «Теория и практика предпринимательской конкуренции» понимает конкурентоспособность фирмы как способность применять совокупный конкурентный потенциал для борьбы с соперниками и достижениями конкурентных преимуществ. Он подразделяет конкурентоспособность фирмы на стратегическую, формальную и реальную (реализованную). Ключевое значение имеет сравнительная (по отношению к конкурентам) оценка со стороны внешнего окружения фирмы уровня ее способностей для использования своего конкурентного потенциала².

Таким образом, происходит концептуальное разделение совокупности факторов и ресурсов, находящихся в распоряжении предпринимательской структуры, на ресурсный и конкурентный потенциал. Используемые человеческие ресурсы, объединяемые внутри фирмы, в том числе ее интеллектуальный (образовательный) потенциал, составляют важный элемент ее конкурентного потенциала. При этом организационный, предпринимательский и человеческий потенциалы обладают двойственной природой: с одной стороны, они выступают как равноправные части ресурсного потенциала субъекта предпринимательского бизнеса, а с другой стороны, играют роль инструментов формирования конкурентных преимуществ других элементов потенциала фирмы в процессе конкурентного взаимодействия³.

Каждый хозяйствующий субъект отличается кадровым составом, организационным строением, а также уровнем предпринимательских возможностей. Эти ресурсы уникальны и не поддаются копированию конкурентами. Во многом зависящие от человеческого капитала, они содержат предпосылку динамичного функционирования

¹ Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отрасли и конкурентов / пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

² Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. 7-е изд., перераб. и доп. М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2008.

³ Там же. С. 83.

Таблица 1

Численность экономически активного населения (тыс. чел)¹

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Экономически активное население — всего:	75 159	75 757	75 658	75 448
занятые в экономике	70 571	70 965	69 285	69 803
безработные	4589	4792	6373	5645

и развития предпринимательской фирмы в процессе конкуренции. Именно с этими элементами потенциала напрямую связана вероятность использования других его элементов как факторов конкурентного успеха фирмы.

Ситуация в России

Согласно данным официальной статистики, начиная с 2008 г. количество экономически активного населения России снижается (табл. 1). Численность такого населения включает сведения о занятых в экономике и безработных, в возрасте 15–72 лет⁴.

Снижение численности экономически активного населения, в отличие от данных занятости и безработицы, объясняется не кризисными и посткризисными явлениями в экономике России, а общей тенденцией изменения демографической ситуации.

Тезис о том, что на рынке труда установилась ситуация дефицита квалифицированной рабочей силы, не вызывает сомнений у экспертного сообщества, даже несмотря на то, что этот тезис не подтверждается ни поведением предпринимательских структур, ни статистическими показателями масштабов подготовки работников с высшим и средним специальным образованием, уровня оплаты труда, продолжительности рабочего времени.

В таблице 2 показано распределение численности занятых в экономике по уров-

ню образования в процентном соотношении⁵ на 2010 г.

Таблица 2

Численность занятых в экономике по уровню образования

Уровень образования	%
Высшее и послевузовское профессиональное	28,9
Среднее профессиональное	27,1
Начальное профессиональное	19,7
Среднее (полное) общее	20,0
Основное общее	4,0
Не имеют основного общего образования	0,3

В таблице 3 отображено распределение численности безработных по уровню образования в процентном соотношении⁶.

Ясно, что однозначного статистического измерителя дефицита или избытка рабочей силы не существует. В этом вопросе сложно полагаться и на опросы руководителей предприятий, ведь их оценки носят субъективный характер и не находят действительного отражения в поведении предприятий. Так, менеджеры тяготеют к более тревожным оценкам общего уровня удовлетворенности отрасли в квалифицированных работах по сравнению с ситуацией на своем предприятии.

⁴ Россия в цифрах. 2011: Краткий статистический сборник. М.: Росстат, 2011. С. 93.

⁵ Россия в цифрах. 2011: Краткий статистический сборник. М.: Росстат, 2011. С. 99.

⁶ Там же. С. 104.

Таблица 3

Численность безработных по уровню образования

Уровень образования	%
Высшее и послевузовское профессиональное	14,8
Среднее профессиональное	20,7
Начальное профессиональное	20,8
Среднее (полное) общее	32,6
Основное общее	10,0
Не имеют основного общего образования	1,1

Ситуация осложняется тем обстоятельством, что даже при полной укомплектованности фирмы квалифицированными кадрами и отсутствии у фирмы вакансий, предпринимательская структура не теряет интерес к более дешевым и квалифицированным кадрам. Более того, кадровый состав хозяйствующего субъекта в большинстве случаев не однороден и структурно подразделяется на управленческий персонал, квалифицированных профильных специалистов и неквалифицированный персонал — и фирмы часто проводят различную кадровую политику в отношении разных групп работников.

Стратегии ликвидации дефицита кадров

Проблему дефицита кадров предпринимательская структура может решать, применяя три разные не исключаящие друг друга стратегии. Широко применяется стратегия участия предпринимательской структуры в качестве покупателя рабочей силы на рынке труда. Активизация найма — наиболее распространенный, а для мелкого предпринимательства, компаний на стадии стартапа, трудоемких фирм — единственно возможный способ устранения дефицита кадров.

Второй стратегией, призванной возместить экономические потери предпринимательской структуры от дефицита кадров,

является увеличение продолжительности рабочего времени или сокращение общих потерь рабочего времени (временная нетрудоспособность работников, дополнительные отпуска, прогулы). В данном случае проблема нехватки рабочей силы решается за счет более рационального использования имеющихся трудовых ресурсов.

Третья стратегия ликвидации дефицита кадров — инвестиции в специфический человеческий капитал, внутрифирменная подготовка кадров. Такая стратегия подходит крупным предприятиям, которые нуждаются не в массовых специальностях, имеющихся в наличии на рынке труда, а в обладателях специфических навыков и компетенций, приобретаемых на конкретном рабочем месте.

Объемы внутрифирменного обучения персонала предпринимательской структуры прямо зависят от величины предприятия и его экономического положения. Крупные предприятия могут себе позволить существование обучающих центров внутри компании — корпоративных университетов, благодаря эффекту экономии от масштаба. На крупном предприятии удельные издержки на обучение работников значительно ниже, чем на мелком.

Дополнительное профессиональное образование

Рынок дополнительного профессионального образования состоит из большого количества образовательных программ и курсов, которые рассчитаны на учащихся, уже имеющих высшее профессиональное образование, т. е. определенную квалификацию. Программы дополнительного профессионального образования заканчиваются повышением квалификации учащегося (курсы повышения квалификации) или приобретением новой квалификации (курсы переподготовки). Подобного рода курсы помимо вузов реализуются в специальных подразделениях коммерческих организа-

ций (юридических лиц) — центрах повышения квалификации или корпоративных университетах. Как правило, потребность в повышении квалификации и переподготовке возникает у работника и диктуется производственной профессиональной необходимостью, поэтому чаще всего работник при выборе образовательной организации, оказывающей такие дополнительные профессиональные услуги, подчиняется воле работодателя.

Образовательное законодательство Российской Федерации не относит дополнительное профессиональное образование к отдельному образовательному уровню (цензу).

Каждая образовательная услуга представляет собой процесс реализации определенной образовательной программы. Именно реализация образовательной программы в соответствии с нормативами, определенными стандартами, является предметом образовательных отношений между образовательной организацией, оказывающей образовательную услугу, и учащимся, ее потребляющим. Профессиональные образовательные программы делятся на основные и дополнительные.

Природа корпоративного университета

Особенность любого корпоративного образовательного центра — нацеленность на решение в первую очередь корпоративных задач. По существу, корпоративный университет — специализированный профессиональный сервис, оказывающий образовательные услуги всем структурным подразделениями и отдельным предприятиям, связанным с компанией.

Глубина и широта охвата образовательных программ, объем и разноплановость учебных курсов корпоративного университета, прежде всего, зависят от перечня профессий и специальностей, используемых на производстве и в обеспечивающем

комплексе компании-заказчика. Усилия университета могут быть направлены как на повышение квалификации управленческого звена и специалистов, подготовку резерва управленческих кадров различных уровней, так и на подготовку и переподготовку рабочих кадров.

Сегодня корпоративные университеты не могут эффективно заниматься реализацией программ высшего образования, это не входит в их планы и не рассматривается как стратегическая цель развития. Как правило, корпоративные университеты реализуют программы повышения квалификации сотрудников, которые могут быть долгосрочными, объемом до 500 ч.

При этом формально корпоративный университет может не обладать правосубъектностью, оставаясь подразделением компании или будучи зарегистрированным как юридическое лицо в форме негосударственного образовательного учреждения. Во втором случае корпоративный университет, действуя в соответствии с Законом РФ от 10 июля 1992 г. № 3266-1 «Об образовании», обладая обширным набором лицензий на обучение кадров по необходимому компании спектру специальностей, обладает большей независимостью как хозяйствующий субъект и рассматривается как участник рынка корпоративного обучения.

Кроме того, в функции корпоративного университета может входить научно-аналитическая и консалтинговая деятельность. В частности, университету возможно поручить разработку стандартов профессиональной компетенции.

Корпоративное обучение для малого бизнеса

Современный предприниматель помимо специальных знаний должен обладать навыками управления бизнесом, лидерскими качествами, умением выстраивать отношения в коллективе. Несмотря на то что многим вышеперечисленные способности да-

ны от природы, их нужно развивать и совершенствовать.

Потребность в обучении предпринимательству огромна. К сожалению, многие фирмы пытаются сэкономить время и деньги на обучении сотрудников, до тех пор пока не столкнутся с издержками непрофессионального отношения к работе, некомпетентности и неэффективного менеджмента. Наблюдается тенденция роста числа предпринимателей, стремящихся делать все правильно, которая обусловлена вливанием в ряды малого бизнеса молодежи.

Руководители малых предприятий поняли, что без регулярных и — желательно — краткосрочных курсов, удовлетворяющих потребности в конкретных практических знаниях, развитие персонала и, как следствие, развитие предприятия будет либо очень медленным, либо попросту неосуществимым. А в условиях конкуренции нехватка квалифицированных специалистов может оказаться губительной для развития бизнеса.

Начиная с 2000 г., непрерывный процесс обучения, существующий в крупных корпорациях и в системе государственной и муниципальной службы, начал активно применяться в малом бизнесе, поэтому число малых предприятий, прибегающих к различным краткосрочным (или среднесрочным) образовательным программам, стремительно возрастает. Стоит отметить, что образовательные программы предназначены не только для руководящего состава, но и для сотрудников, отвечающих за определенные секторы в компании (отдел кадров, управление проектами и проч.).

В настоящее время сложно найти малое предприятие, сотрудники которого в процессе работы хотя бы раз не проходили дополнительное обучение или не участвовали в корпоративных тренинговых программах.

Для того чтобы современное предпринимательство стало конкурентоспособным, оно должно быть инновационным, а это говорит о необходимости постоянного внедрения новых качеств в свои товары или услуги.

С точки зрения кадрового обеспечения, профессионализма кадров, малый бизнес всегда был в сложной ситуации. Сейчас проблема обострилась. Дело в том, что в вузах дают чисто теоретические экономические знания, но ведь требуется умение применять полученные знания на практике.

Уровень подготовки кадров — ключевой момент, непосредственно оказывающий влияние на успех в бизнесе, вне зависимости от его масштабов.

В малом бизнесе наличие квалифицированного персонала играет особую роль. В небольшой фирме цена кадровых ошибок несоизмеримо возрастает по сравнению с крупной компанией.

Неэффективность работы каждого сотрудника сразу видна как под увеличительным стеклом, ведь именно интенсивный труд, высокое качество работы, мобильность кадров в целом являются конкурентными преимуществами малого бизнеса по сравнению со средним, а тем более крупным.

Специфическая характеристика управления в малом бизнесе — невысокий уровень специализации сотрудников, особенно когда дело касается управленческих функций. Возникает ситуация, когда «все занимают все».

Тем не менее, ощущаются перемены. Уровень подготовки кадров неуклонно растет почти повсеместно, в том числе в малом бизнесе. Но здесь есть своя специфика, оказывающая влияние на уровень квалификации кадров. Так, в малом бизнесе основной способ отбора и найма персонала — беседа в неформальной форме, ключевой источник комплектования персонала — обращение к родственникам, друзьям, бывшим коллегам. Преодоление этого барьера и переход к более современным способам отбора и найма персонала позволят существенно повысить уровень подготовленности кадров на предприятиях малого бизнеса.

Малому бизнесу свойственна постоянная текучка кадров, в особенности специа-

листов и рабочих. С одной стороны, рост экономики и промышленности стимулирует спрос на услуги малых предприятий, с другой — вымывает наиболее квалифицированные кадры в сектор крупного бизнеса государственных структур, где зарплата становится все привлекательнее, уровень личной ответственности — меньше, а социальные гарантии — выше.

Заключение

Уровень подготовки по вопросам управления, планирования, организационного взаимодействия в команде обычно не соответствует современным требованиям. Он определяется постоянными изменениями в обществе. Меняются технологии, появляются современные методы и технологии управления, использование которых требует постоянного регулярного обучения персонала.

В ближайшие годы малым бизнесом будут востребованы короткие курсы, отражающие актуальные проблемы в развивающемся бизнесе.

Традиционный интерес вызывают практические учебные программы с применением методик «открытого» обучения — деловых игр, кейс-ситуаций, практикумов, видео-конференций. Акцент сделан на трансферте теоретических фундаментальных знаний в практически применяемые в ведении биз-

неса навыки и умения. Лекции и «начитка» материала отходят на второй план, слушатели и преподаватели ведут активное обсуждение, делятся опытом, внедряются в современные реалии ведения бизнеса, а не записывают под диктовку лекции, вырванные из контекста реальности.

Особый интерес вызовет комплекс онлайн-услуг благодаря их оперативности и относительно малой стоимости. Дистанционное обучение, компьютерные тренажеры, обучение действием, коучинг — все это позволяет воспитывать характер и приобретать навыки с наименьшим риском совершения непоправимых ошибок.

Список литературы

1. Лазарева О., Денисова И., Цухло С. Наем или переобучение: опыт российских предприятий. Москва: ИЭПП, 2006. — 56 с.
2. Россия в цифрах. 2011: Краткий статистический сборник. М.: Росстат, 2011. — 581 с.
3. Коваленко А. И. Рыночная власть и конкурентная среда на рынках профессионального образования // Ученые записки МПФА. Системы бизнеса. Вып. 4. М.: Московская финансово-промышленная академия; Маркет ДС, 2008.
4. Фатхутдинов Р. А. Развитие конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособной экономике // Современная конкуренция. № 1 (19). 2010.

B. Kaganov, Ph. D., First Deputy Head of Moscow Department of Education, iac@educum.ru

CORPORATE TRAINING AS A FACTOR IN THE COMPETITIVENESS OF BUSINESS ORGANIZATIONS

The author reveals the importance of human resource management business structures in order to increase their productivity, efficiency and competitiveness. The author gives the characteristic of the labor market situation in the Russian economy, describes firms strategy to eliminate shortages of personnel; and specific of corporate training for large and small (medium) business.

Key words: competitiveness of business organizations, human resources, shortages of personnel, corporate training.

Чернов В. М., аспирант кафедры Производственного менеджмента и маркетинга ИНЖЭКИН МАИ, г. Москва,
Chernov.v.m@gmail.com



АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАУКОЕМКИХ ВУЗОВ И ПРЕДПРИЯТИЙ

(НА ПРИМЕРЕ АВИАСТРОЕНИЯ)

С каждым годом все острее становится проблема подготовки кадров для российской промышленности. От уровня образования напрямую зависит полноценное укрепление и развитие наукоемких предприятий страны и повышения их конкурентоспособности на мировом рынке. Комплексное решение данного вопроса невозможно без четкого эффективного механизма взаимодействия промышленных предприятий с системой профессионального высшего образования.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, квалификация кадров, система высшего профессионального образования, целевая подготовка, корпоративный университет, наукоемкое предприятие.

Введение

Главная цель системы высшего образования — подготовка конкурентоспособных компетентных кадров высшей категории для профессиональной деятельности. Профессиональный компетентный работник является воплощением человеческих и интеллектуальных ресурсов любого хозяйствующего субъекта. Согласно теории конкуренции используемые человеческие ресурсы, объединяемые внутри фирмы, в том числе интеллектуальный (образовательный) потенциал данной фирмы¹, составляют важный элемент конкурентного

потенциала фирмы. В XX веке образование рассматривалось как средство, обеспечивающее трудовые ресурсы суммой систематизированных знаний, умений и навыков, необходимых для подготовки человека к профессиональному труду в условиях достигнутого уровня научно-технического прогресса. В настоящее время наблюдается серьезное повышение социальной и промышленной значимости образовательных услуг: от их уровня и эффективности во многом зависят пути развития не только отдельно взятого государства, но и человечества в целом. Полноценное широкомасштабное развитие промышленности страны невозможно без взаимодействия наукоемких предприятий с образовательно-научной системой, сочетающей воспитательные и научные функции и навыки.

¹ Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. 7-е изд., перераб. и доп. М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2008. С. 82.

Среда взаимодействия

На рисунке 1 проиллюстрирована типовая схема среды взаимодействия наукоемких предприятий и вузов в процессе подготовки кадров. Стоит отметить две основополагающие области — среду формирования и переподготовки кадров и сферу использования кадров как главного потенциала наукоемкого предприятия. Данные сферы благодаря тесному контакту между собой образуют среду взаимодействия «вуз — предприятие».

Профессиональная подготовка кадров, формирующая профессиональные знания и умения, — основа профессиональной мобильности персонала, т. е. способ-

ности не только решать поставленные задачи на наукоемком предприятии, но и вести непрерывное развитие, повышая при этом уровень конкурентоспособности как учреждения, так и страны в целом.

Неразрывность данных областей обуславливается взаимной зависимостью основных центров типовой схемы — наукоемких предприятий и учреждений высшего профессионального образования. Основополагающей является проблема правильного формирования подходов организационно-экономического взаимодействия вышеописанных центров.

Для зарубежных стран характерен комплексный подход к решению данной пробле-

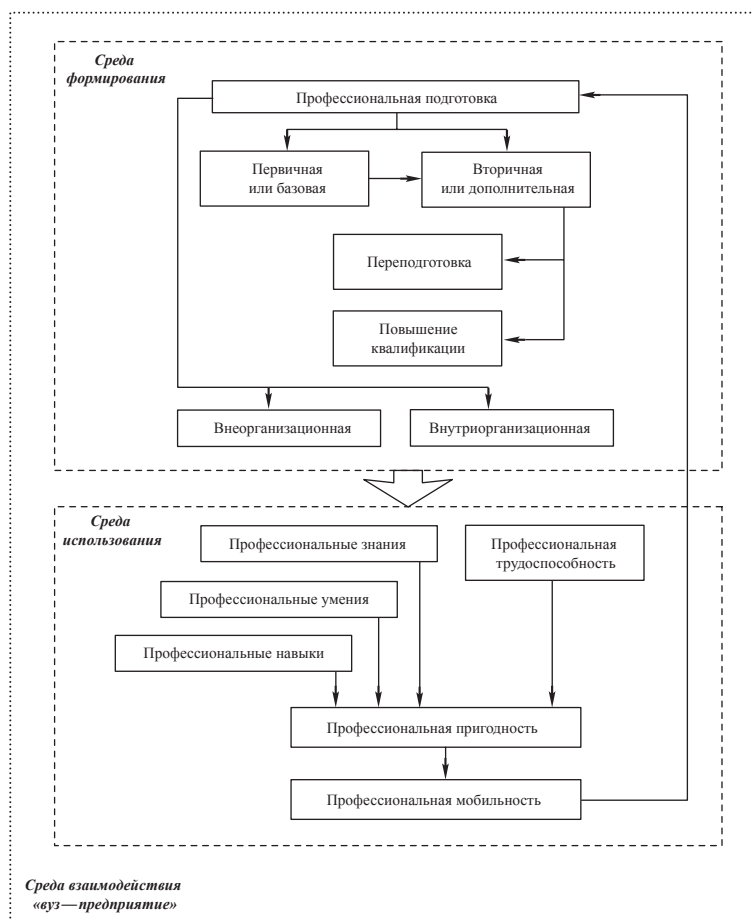


Рис. 1. Типовая схема среды взаимодействия наукоемких предприятий и вузов

мы. В его фундаменте лежит прогнозирование потребностей в специалистах различного уровня, благодаря учету демографических тенденций, развития НТП, региональной специфики; подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров, развитие и совершенствование системы образования, государственное стимулирование сотрудничества вузов и предприятий.

Отечественный опыт

Анализируя информацию об отечественном опыте взаимодействия высшей школы и предприятий промышленности, можно выделить два основных направления: система распределения молодых специалистов и система подготовки специалистов на целевой контрактной основе.

Суть системы распределения заключается в предоставлении работы молодым специалистам в плановом порядке как одна из гарантий обеспечения права на труд. Работа молодого специалиста в соответствии с назначением признавалась гражданским долгом и обязанностью.

Разработка плана осуществлялась Госпланом СССР по группам специальностей на основе предложений министерств, сведений о выпуске и дополнительной потребности в специалистах, составленных в соответствии с научно обоснованными нормативами насыщенности отраслей народного хозяйства и типовыми номенклатурами должностей, подлежащих замещению специалистами. Планы составлялись на 1–3 года и 5 лет. Специалист был обязан проработать по месту распределения не менее трех лет.

Выделим положительные и отрицательные стороны системы распределения. Плюс — гарантия трудоустройства. Минусы заключаются в следующем: мнение и воля студента не учитываются; отсутствует прямая взаимосвязь вузов и предприятий, т. е. нет адекватного учета и удовлетворения потребностей последних; предприятия и вузы

в данной ситуации связаны через центральный планирующий орган.

Система распределения была отменена в 1989 г. Следующим этапом государственного регулирования взаимоотношений вузов и предприятий стало введение системы целевой контрактной подготовки специалиста, которая была введена Постановлением Правительства от 19 сентября 1995 г. № 942 «О целевой контрактной подготовке специалистов с высшим и средним профессиональным образованием» в качестве механизма социальной защиты молодых специалистов в условиях отсутствия обязательного распределения и вытекающих из него проблем трудоустройства.

Действует следующая схема целевой контрактной подготовки:

1. Вузы на основе заявок министерств и предприятий формируют и представляют на утверждение в Министерство образования и науки предложения по целевой контрактной подготовке специалистов вместе с проектом контрольных цифр приема студентов.

2. Министерство разрабатывает и вносит на согласование в Госкомвуз России предложения по целевой контрактной подготовке специалистов.

3. Задания на целевую контрактную подготовку доводятся до образовательных учреждений.

4. Для реализации целевой контрактной подготовки используются формы контрактов, разрабатываемые вузом на основе типовых двусторонних форм (студент — учебное заведение; студент — работодатель). Возможно использование трехстороннего контракта (заказчик — учебное заведение — студент)².

В России механизм взаимодействия промышленности и вузов, эффективно отлаженный в советский период и ориентированный на централизованную командную систему,

² *Рохлов М. Н.* Совершенствование механизма взаимодействия предприятий промышленности с вузами на основе новых информационных технологий: дис. ... канд. эконом. наук. М., 2010. С. 55, 69.

в период акционирования предприятий промышленности был изменен. На смену системным механизмам пришли единичные контакты наукоемких предприятий промышленности и вузов либо развитие на базе крупных предприятий корпоративных университетов, образовательных центров и т. д.

Промышленные предприятия осуществляют «точечное» финансирование высших учебных заведений для получения высококвалифицированных кадров, однако в данном аспекте решения проблемы отсутствуют четко регламентированные обязательства с обеих сторон взаимодействующих объектов. В результате выпущенный вузом специалист по целевой программе подготовки не отвечает требованиям предприятия ввиду отсутствия у него определенного спектра специализированных знаний. Стоит также отметить, что более половины слушателей данных программ не остаются на рабочих местах, для которых проходила их подготовка ввиду различных причин.

Корпоративные университеты, активно развивающиеся в последнее время на наукоемких предприятиях различных отраслей промышленности, не обладают столь ожидаемой от них эффективностью ввиду большого количества инвестиций и высокой продолжительностью подготовки и переподготовки кадров. Корпоративный университет в современном понимании — это система внутрифирменного развития и подготовки персонала, которая всегда неразрывно связана со стратегиями развития организации. Основа любого корпоративного университета, как и всех классических университетов, — системность подхода к процессу обучения. Данный вид подготовки кадров необходим, но он максимально эффективен при повышении уже существующей высокой квалификации персонала.

Запросы среднего и малого бизнеса в использовании механизмов взаимодействия «вуз — производство» практически не учтены. Образовательные программы вузов строятся на требованиях Государственного

образовательного стандарта и узкоспециализированных подходах вуза к требованиям профессиональной подготовки специалиста, основанных на текущих запросах потребителей образовательной услуги, в связи с чем возникает ряд противоречий:

- несоответствие уровня подготовки выпускников вузов требованиям наукоемких промышленных предприятий к качеству их подготовки, что порождает проблемы завышения затрат на подготовку кадров для предприятий промышленности;

- необходимость нести дополнительные затраты на подготовку высококвалифицированных кадров к конкретному рабочему месту на предприятиях при снижении эффективности функционирования промышленности и как следствие — общей конкурентоспособности.

Проблемы развития профессиональной подготовки кадров

Сегодня на отечественном рынке наблюдается острый дефицит высококвалифицированных инженерных кадров для поддержания и развития конкурентоспособности наукоемких предприятий.

На рисунке 2 изображена схема комплекса основных проблем развития профессиональной подготовки кадров в России.

Совокупность данных проблем можно логически разделить на две основные категории по областям их формирования — проблемы, формируемые системой образования, и проблемы, возникающие на рынке труда.

Масштабы подготовки кадров, перечень специальностей и профессий, по которым осуществляется профессиональная подготовка, планируются на основе традиционного демографически-отраслевого подхода, не отражающего изменений на рынке труда и не учитывающего реальную емкость рынка трудовых ресурсов даже в целом, не говоря уже о его профессиональной специализации.

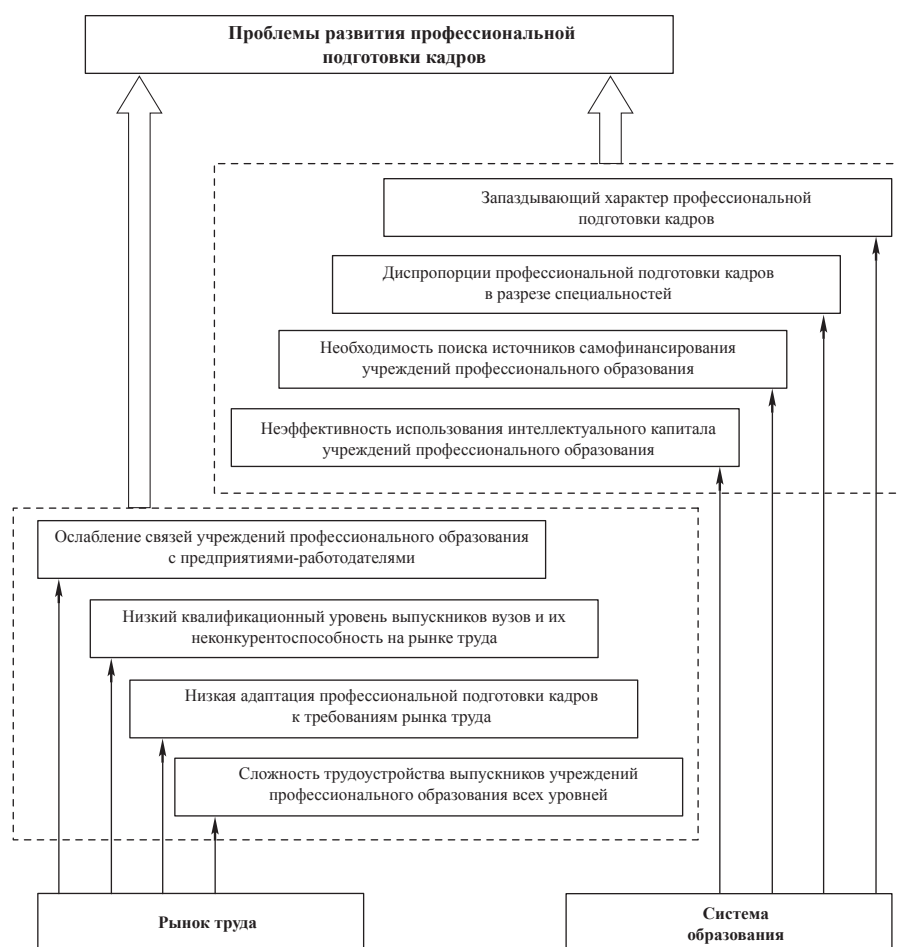


Рис. 2. Комплекс основных проблем развития профессиональной подготовки кадров

Профессиональная подготовка кадров для наукоемкого производства имеет запаздывающий характер, что связано с длительностью периода профессиональной подготовки. Даже в условиях наличия целевых заказов на подготовку кадров от организаций к моменту выпуска специалистов потребность в них может полностью исчезнуть. Аналогично велика вероятность того, что «исчезнет» и сам так называемый «работодатель» в силу прекращения своей деятельности. Следствием этого является факт поиска трудоустройства выпускником вуза, который в начале обучения был твердо уверен в наличии для него рабочего места.

Не менее важная проблема подготовки кадров для наукоемкого производства — отсутствие координации между всеми уровнями системы профессионального образования: начальным, средним и высшим. Это приводит к диспропорциям в динамике их развития: на фоне быстрого роста численности выпускников высших учебных заведений, приводящего к переизбытку специалистов, сокращение численности выпускников на начальном и среднем уровнях профессиональной подготовки ведет к катастрофическому дефициту молодых кадров, что провоцирует новую проблему — диспропорции профессионального образования в разрезе специальностей: на современном

рынке труда имеется большое количество выпускников по целому ряду направлений и, напротив, острый дефицит инженеров и технических работников.

Еще одной областью формирования проблем развития подготовки кадров является рынок труда, имеющий к системе образования двоякое отношение. С одной стороны, рынок труда «потребляет» подготовленные системой образования кадры, формирующие трудовые ресурсы, а с другой стороны, — выступает в роли заказчика на подготовленных специалистов, следовательно, отражает состояние спроса на трудовые ресурсы. Эффективность взаимодействия рынка труда с системой профессионального образования предполагает различные содействия: трудоустройству студентов и выпускников вузов, развитию устойчивых партнерских связей с предприятиями, организации прямых контактов с работодателями в режиме учебных, производственных и преддипломных практик и т. д.

Ослабление связей вузов с наукоемкими предприятиями явилось следствием так называемого управленческого разрыва в области подготовки кадров. В дореформенный период подготовка кадров предполагала шефство крупных предприятий над конкретными вузами соответствующего профиля, в настоящее время подобная практика полностью прекращена.

Наукоемкие предприятия в качестве будущих работодателей участвовали в подготовке кадров для своего учреждения, обеспечивали подшефные образовательные учреждения лабораториями, техникой, предоставляли возможность прохождения практики, организовывали систему наставничества непосредственно на рабочих местах, предоставляли выпускникам места трудоустройства, отвечающие их потребностям³.

³ Скрипченко П. В. Совершенствование профессиональной подготовки кадров в условиях формирования экономики знаний: дис. ... канд. эконом. наук. Белгород, 2010. С. 50.

Сложившаяся в Российской Федерации ситуация в области воспроизводства и изменения возрастной структуры научных и инженерно-промышленных кадров показывает, что реализуемый комплекс государственных мер по привлечению и закреплению кадров недостаточен и не оказывает решающего влияния на позитивное изменение ситуации.

Принципиальным является отсутствие единой программы, поддерживающей научные исследования молодых ученых в период выбора ими жизненного пути. Важнейший элемент — привлекательность для молодежи карьеры исследователя и инженера. Необходимо осуществлять поддержку ученых и научно-педагогических коллективов, которые выполняют двойную роль, — во-первых, демонстрируют успешность профессии ученого, инженера и преподавателя, во-вторых, осуществляют эффективную подготовку молодых кадров.

Пример организационно-экономического взаимодействия вузов и авиастроительного предприятия

Для успешного развития авиационная промышленность России должна решить одну из важнейших задач — обеспечить потребности предприятий авиастроения в квалифицированных кадрах. Став центром интеграции авиастроения, Объединенная авиастроительная компания (далее — ОАК) поставила цель превратить отрасль в привлекательного работодателя и вернуть авиастроению былой престиж. Среди первоочередных планов корпорации, осуществление которых уже началось, можно назвать формирование эффективной системы оплаты труда, основанной на достижении результатов, создание системы непрерывного корпоративного обучения, направленной на повышение квалификации сотрудников отрасли и совместную с государством активизацию работы в области совершенствования сис-



Рис. 3. Критерии отбора потенциальных стажеров Компании

темы высшего и среднего образования для авиастроения.

С нехваткой квалифицированных специалистов столкнулся крупнейший российский авиационный холдинг — ОАО «Компания «Сухой». В состав холдинга входят ведущие российские конструкторские бюро и серийные самолетостроительные заводы. Компания с числом работников более 27 тыс. человек обеспечивает выполнение полного цикла работ в авиастроении — от проектирования до эффективного послепродажного обслуживания. В настоящее время, занимая 3-е место в мире по объемам производства современных истребителей, компания реализует перспективные программы в области военного и гражданского авиастроения⁴.

Необходимой мерой борьбы с нехваткой молодых кадров в ОАО «Компания «Сухой» стало принятие в рамках кадровой политики комплекса мероприятий по привлечению, развитию и удержанию молодежи, получивших впоследствии название «Молодежная политика». Она охватывает весь цикл подготовки и работы сотрудника, начиная с его профессиональной ориентации в учебных заведениях, включая стимулирование его творческой и научной активности в ходе работы, повышение его квалификации и заканчивая его привле-

чением на конкурсной основе к решению конкретных научных, проектных или производственных задач. Молодежная политика как новое явление должна опираться на современные схемы мотивации и управления кадрами. Организацией всей работы с молодыми специалистами занимается созданный для этих целей в 2007 г. отдел по работе с вузами (ОВУЗ) в компании «Сухой».

Отдел в своей деятельности руководствуется действующим законодательством РФ, Уставом компании, внутренними и внешними нормативными документами, организационно-распорядительными и иными документами компании.

Основными задачами отдела являются осуществление сбора и анализа потребностей в выпускниках образовательных учреждений, осуществление сотрудничества с вузами по вопросам подготовки студентов под запросы компании.

Отдел принимает участие в планировании сбора и анализа потребностей в выпускниках образовательных учреждений для предприятий. План набора студентов в подразделения компании «Сухой» по вузам и специальностям представлен в табл. 1.

Отдел по работе с вузами проводит предварительный отбор потенциальных стажеров по направлениями, представленным на рис. 3.

Система индивидуальных контрактов является наиболее значимым компонентом

⁴ Официальный сайт ОАО «Компания «Сухой». URL: <http://sukhoi.org>.

Таблица 1

План набора студентов в подразделения компании «Сухой» по вузам и специальностям

Подразделение	Вуз	Факультет, специальность
НИО-1 ⁵	МАИ	Самолето- и вертолетостроение
НИО-2	МАИ	Самолето- и вертолетостроение
НИО-3	МАИ	Самолето- и вертолетостроение; радиоэлектроника ЛА; аэрокосмический; робототехнические и интеллектуальные системы
	МГТУ им. Н. Э. Баумана	Динамика полета и управление движением ЛА; автоматизация технологических процессов производства
НИО-4	МАИ	Самолето- и вертолетостроение; радиоэлектроника ЛА
	МИИГАиК	Оптическое приборостроение
	МГТУ им. Н. Э. Баумана	Опτικο-электронные приборы и системы; системы автоматизированного управления
НИО-5	МАИ	Радиоэлектроника ЛА; системы управления, информатика и электроэнергетика
	МГТУ им. Н. Э. Баумана	Автоматизация технологических процессов производства

Таблица 2

Сведения о студентах вузов, заключивших контракты с предприятием

Вуз	Число студентов, заключивших контракт			Число студентов, не пришедших на предприятие			Трудоустроены на предприятии		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
МАИ	47	46	28	5	1	7	37	24	33
МАТИ	2	3	1	0	0	1	0	0	4
МГТУ им. Баумана	1	1	4	0	0	0	0	0	2
МФТИ	2	0	0	0	0	1	0	0	0
Прочие вузы	18	29	7	0	2	4	0	18	11
ВСЕГО	70	79	68	8	10	7	62	69	61

кадровой политики в отношении молодежи. Контракты — чрезвычайно мощный фактор мотивации и прекрасное средство удержания наиболее квалифицированных молодых кадров на предприятии.

Сведения о студентах вузов, заключивших контракты с предприятием, представлены в табл. 2.

Заключение

В настоящее время невозможно в приемлемые сроки за счет использования рыночных механизмов комплексно⁵ и эффективно решить проблемы привлечения мо-

⁵ НИО — научно-исследовательский отдел.

лодежи в сферу науки, образования, высоких технологий и ее закрепления в этих сферах, эффективного воспроизводства научных и научно-педагогических кадров, обеспечивающих структурные преобразования государственного сектора науки и высшего образования на федеральном уровне. Анализ организационно-экономического взаимодействия наукоемких вузов и предприятий (на примере авиастроения) показывает, что обеспечение системного решения возникших проблем может быть осуществлено на основе программно-целевого метода.

Сбалансированная работоспособная система государственного заказа на специалистов для наукоемких предприятий на данный момент в России отсутствует, однако ее идеология витает в воздухе. Очевидна необходимость организационно-экономического механизма взаимодействия наукоемких предприятий и вузов по формированию компетенций у потенциальных рабочих

кадров, а также формирование адекватной регламентации процесса трудоустройства выпускников с учетом ответственности взаимодействующих сторон.

Список литературы

1. *Рохлов М. Н.* Совершенствование механизма взаимодействия предприятий промышленности с вузами на основе новых информационных технологий: дис. ... канд. экон. наук. М., 2010.
2. *Скрипченко П. В.* Совершенствование профессиональной подготовки кадров в условиях формирования экономики знаний: дис. ... канд. экон. наук. Белгород, 2010.
3. *Рубин Ю. Б.* Теория и практика предпринимательской конкуренции. 7-е изд., перераб. и доп. М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2008.
4. *Рубин Ю. Б., Коваленко А. И., Леднев В. А.* Конкуренция вузов на российском образовательном рынке // Вузовский вестник. № 7 (103). 1–15 апреля 2010 г.
5. Официальный сайт ОАО «Компания «Сухой». URL: <http://sukhoi.org/>.

*V. Chernov, Postgraduate in Department of production management and marketing
INZHEKIN MAI, Chernov.vm@gmail.com*

ANALYSIS OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC INTERACTION OF UNIVERSITIES AND HIGH TECHNOLOGY COMPANIES (ON AIRCRAFT INDUSTRY EXAMPLE)

Problems of training for the Russian industry becomes more acute every year. Full consolidation and development of high-tech enterprises in the country and their competitiveness in the global market are directly related to the level of education. Integrated solution to this problem is impossible without a clear mechanism of effective interaction between industrial system and system of higher education.

Key words: competitiveness of enterprises, skills training, the system of higher education, targeted training, corporate university, high-tech enterprise.

Дёмин Р. С., аспирант МФПУ «Синергия», diominr@mail.ru

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИНДУСТРИИ СПОРТА

Автор статьи раскрывает факторы конкурентоспособности спортивных объектов как элементов инфраструктуры предпринимательства в индустрии спорта.

Использование передовых технологий спортивного строительства и планирование социально-экономической эффективности спортивных сооружений рекомендуются как ключевые направления обеспечения конкурентоспособности спортивной инфраструктуры.

Ключевые слова: конкурентоспособность спортивных объектов, инфраструктура предпринимательства в индустрии спорта, социально-экономическая эффективность спортивных сооружений.

Введение

Сегодня спорт в нашей стране становится все более престижным и массовым: реализуется федеральная программа развития физкультуры и спорта, страна готовится к сочинским Олимпийским играм, универсиадам и спартакиадам. Субъекты реализации отношений в спортивной индустрии — органы власти, коммерческие и некоммерческие организации.

Ключевыми направлениями обеспечения и реализации физкультурно-оздоровительной и спортивной работы являются строительство и введение в эксплуатацию спортивных объектов, организация массовых физкультурно-спортивных мероприятий.

Инфраструктура индустрии спорта

Для успешного развития предпринимательства в индустрии спорта важны процессы формирования полноценной системы инфраструктурного обеспечения предприни-

мательской деятельности. Без серьезных долгосрочных вложений в детский и профессиональный спорт (строительство стадионов и других спортивных сооружений, тренировочных баз и восстановительных центров) невозможно рассчитывать на полноценное пополнение спортсменов высокого уровня, это сильно влияет на спортивные и экономические результаты деятельности профессиональных спортивных клубов.

В. А. Леднев, рассматривая систему инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в индустрии спорта, предлагает выделить два основных сектора такой инфраструктуры: спортивный и производственный. Спортивный сектор включает все, что требуется для достижения высоких стабильных спортивных результатов. Производственный сектор — все то, что нужно для эффективного ведения бизнеса в индустрии спорта.

Спортивный сектор как взаимосвязанный комплекс элементов, обеспечивающих общие условия, необходимые для развития и функционирования спортивных организа-

ций и проектов, включает следующие элементы:

- спортивные сооружения (стадион, дворец спорта, прыжковый трамплин, басейн, санная трасса и т. д.);
- спортивные и учебно-тренировочные базы;
- детско-юношеские спортивные школы, занимающиеся подготовкой резерва;
- восстановительные комплексы и медицинское оборудование;
- спортивный инвентарь;
- спортивная одежда;
- методическое обеспечение тренировочного процесса¹.

Представляется, что если полностью принять предложенную классификацию, то спортивный сектор инфраструктуры предпринимательской деятельности в индустрии спорта можно назвать инфраструктурой спортивной индустрии.

Спортивные объекты

Сегодня активно развивается строительный рынок. Меняется облик спортивных объектов: они становятся более сложными, высокотехнологичными и, следовательно, более дорогостоящими.

Заказчиками — инвесторами спортивных объектов являются федеральные, муниципальные органы, коммерческие организации, которые заинтересованы в сокращении денежных средств на реализацию проекта, тем более в нынешних кризисных условиях развития.

В конкурентной борьбе строительных компаний за заказчика спортивного объекта будут побеждать те компании, которые смогут активно применять новые методы инвестирования, нестандартные решения, проектные и строительные технологии, обеспечивать внедрение новейших материалов и оборудования.

Социально-экономическая эффективность спортивных сооружений

При возведении огромного дорогостоящего спортивного объекта необходимо заранее просчитать его востребованность населением. Оно должно быть спроектировано и оснащено современным оборудованием так, чтобы залы были загружены по максимуму, для чего предварительно рассчитывается его дневная и сезонная загрузки. В этой связи очень важен другой параметр — единовременная пропускная способность. Далее следует самый важный социоэкономический показатель качества проектирования и экономичности строительства объекта — стоимость объекта на одного занимающегося, а также среднегодовые эксплуатационные затраты на один человеко-час занятий.

Стоит признать, что руководители на местах привыкли решать вопросы «фундаментально» — если строить, так крупные спортивные учреждения, если формировать бюджет — то обязательно на сотни миллионов. В результате на огромных площадях бегают лишь 15–20 подростков.

Ключевые факторы оптимизации затрат

Одним из конкурентных преимуществ при реализации спортивного объекта является комплексность решений, которая достигается при условии, что проект, изготовление, доставка, монтаж, сдача под ключ выполняются одной подрядной организацией. Это позволяет максимально сократить скорость строительства объекта и затраты на него.

Как показывает практика, задача оптимизации затрат на проектные и строительные работы и сроки строительства успешно решается при реализации следующих ключевых факторов:

1. Выбор заказчиком подрядной организации, которая входит в состав строи-

¹ Леднев В. А. Рыночные отношения в индустрии спорта. М.: Экономика, 2005. С. 105.

тельного холдинга, объединяющего проектное подразделение, завод — изготовитель несущих и ограждающих конструкций и строительную компанию, что позволяет выполнять строительство спортивных сооружений по полностью замкнутому циклу:

- предпроектная подготовка строительства, сбор исходно-разрешительной документации;
- генеральное проектирование;
- изготовление и поставка на объект несущих и ограждающих конструкций;
- генеральный подряд на строительномонтажные работы с поставкой на объект строительных конструкций и технологического оборудования, выполнение функций заказчика — застройщика (оформление разрешительной документации на проектирование, строительство здания, получение и оформление исходных данных на проектирование, техническое сопровождение проектной стадии, прохождение Госэкспертизы проекта, представительство интересов заказчика в Земельном комитете, Управлении архитектуры и градостроительства, Кадастровой палате и других органах и учреждениях).

Комплексный подход, включающий весь цикл проектирования и строительства объекта в рамках одного холдинга, обеспечивает экономию на 15–20% средств заказчика за счет отсутствия посредников и торговых наценок и снижение сроков строительства на 2–3 месяца вследствие многолетней совместной работы проектировщиков, изготовителей строительных конструкций и строителей внутри холдинга.

2. Использование современных строительных материалов, прежде всего главных элементов быстровозводимых зданий спортивного назначения — металлических конструкций каркаса и экономичных ограждающих конструкций здания — панелей типа «сэндвич».

Применение металлоконструкций позволяет создавать любые архитектурные фор-

мы и обеспечивать безопорное перекрытие больших пролетов.

Расчеты показывают, что стоимость изготовления металлического каркаса при верном конструктивном решении на 10–15% ниже стоимости каркаса из монолитного железобетона, а меньший вес такого здания позволяет снизить затраты на устройство фундаментов до 20%.

Выгодно и применение сэндвич-панелей — экономятся средства при внутренней и наружной отделке помещений, с высокой скоростью идет монтаж стен. Кроме того, сэндвич-панели обеспечивают зданию высокие эксплуатационные показатели по теплосбережению и пожарной безопасности.

Сборка здания из укрупненных элементов каркаса полной заводской готовности и сэндвич-панелей упрощает монтаж, сокращает использование ручного труда на строительной площадке, т. е. значительно снижает сроки монтажа здания — в среднем на 2 месяца.

Максимальный срок возведения физкультурно-оздоровительного комплекса, площадью до 3000 м², в результате может составить 4 мес.

3. Использование в процессе проектирования оригинальных конструкторских решений, новых технологий, конструктивных схем и соблюдение следующих принципов;

- индивидуальный подход к каждому заказчику, разработка индивидуальной конструктивной схемы здания любой архитектурной формы и объемно-планировочного решения;
- многофункциональность объекта;
- универсальность конструкции, разработка конструктивных схем, позволяют стыковать отдельные модули друг с другом, наращивая площади и увеличивая вместимость здания;
- экономичность эксплуатации.

Все перечисленное позволяет существенно снизить стоимость строительства, а следовательно, сэкономить денежные средства заказчика-инвестора.

Заключение

В ближайшие годы в области физической культуры и спорта с учетом спортивно-технологических изменений должны принципиально обновиться направления инвестиционной политики и технологии на конструктивные системы.

Внедрение в спортивное строительство новых технологий, отличающихся малобюджетностью, быстротой возводимости, альтернативностью внешних данных, модульностью, позволяет возводить и предельно экономичные простые объекты, и многофункциональные большие комплексы модульного типа для всего микрорайона. А вопрос их высокой функциональности и оптимальных планировок решается просто: стоит лишь привлечь к созданию проекта профессиональных спортивных технологов,

которые знают, как на небольшой территории комфортно разместить и грамотно воспитывать сразу большое число спортсменов или энтузиастов фитнеса.

Список литературы

1. Горский Д. Е. Спортивно-оздоровительная индустрия и ее развитие в России // Современная конкуренция. 2011. № 1.
2. Леднев В. А. Рыночные отношения в индустрии спорта. М.: Экономика, 2005.
3. Леднев В. А. Спорт как новый и особый объект маркетинга // Прикладной маркетинг. 2006. № 4.
4. Леднев В. А. Формирование и развитие индустрии спорта как новой и особой сферы экономических отношений // Современная экономика. Приложение к журналу «Экономические науки». 2005. № 1.

R. Demin, Postgraduate student, MFPU «Synergy», diominr@mail.ru

COMPETITIVENESS OF THE ENTREPRENEURSHIP INFRASTRUCTURE IN SPORTS INDUSTRY

The author reveals the factors of competitiveness of sports facilities, as elements of the infrastructure of sport entrepreneurship.

The using of advanced development technology and planning socio-economic efficiency of sports facilities are recommended as key directions to ensure the competitiveness of sports infrastructure.

Key words: Competitive of sports facilities, entrepreneurship infrastructure in the sports industry, socio-economic efficiency of sports facilities.

Шаповалов Н. И., канд. юрид. наук, доцент, зав. кафедрой конституционного и международного права МФПУ «Синергия», shapovalov_n@list.ru



КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ ПРАВА ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ — КАТАЛИЗАТОР РАЗВИТИЯ ПРОЦЕССА ИНТЕГРАЦИИ ЕС

Проблема повышения конкурентоспособности экономики государств в послевоенной Европе заключалась в поиске путей интеграционного объединения различных аспектов их жизнедеятельности.

Эффективность этого процесса заключалась в преодолении национальных правовых коллизий государств — членов европейской интеграции, максимально полного использования конкурентных преимуществ их правовых систем.

Ключевые слова: Европейский союз, интеграция, интеграционный процесс, конкуренция, столкновение интересов права, Европейское сообщество, общая внешняя политика, политика безопасности и обороны.

Введение

В свое время Жан Монне, один из патриархов европейской интеграции, заявил: «Европу невозможно создать с наскока. Нам нужна конкретная работа и всеобщая солидарность»¹.

С этих слов Жана Монне фактически началась история интеграции в Европе. Французский деятель был убежден, что только единая Европа сможет подняться после Второй мировой войны и сохранить влияние в мире, где царствует режим жесточайшей конкуренции как в политике, так и в экономике, где тон задают лишь две державы — СССР и США.

Окончание Второй мировой войны позволило зародиться научной доктрине объединения, сформировавшейся к 1950 г. Она

оказалась бесценной для успеха интеграции. Доктрина содержала две принципиально отличающихся друг от друга концепции интеграции — федералистскую и конфедералистскую.

Сторонники федералистской концепции видели интеграцию в построении наднациональной Европейской федерации, или Союдиненных Штатов Европы. Такой подход предполагал проведение интеграции всего комплекса общественной жизни европейских государств, вплоть до введения единого гражданства.

Сторонники конфедералистской концепции рассматривали необходимость создания ограниченной интеграции, основанной на принципах межгосударственного соглашения, с сохранением суверенитета стран-участниц. Интеграция в Европе, по мнению сторонников данного подхода, должна сводиться, прежде всего, к тесному экономическому союзу и возможной ограниченной политической кооперации в будущем при со-

¹ Рожков Е. С чем пришла Европа к юбилею [Электронный ресурс] 2007. 24 марта. URL: <http://www.vesty.ru/doc.html>.

хранении своих основных суверенных черт, национальных правительств, органов государственной власти, вооруженных сил государств — членов будущего союза.

Весь ход европейской интеграции представляет собой постоянное столкновение интересов этих двух концепций.

Таким образом, отцы основатели европейской интеграции изначально заложили в ее основу теорию конкуренции. Европейская интеграция возникла в результате жесткой борьбы, которая продолжается и в настоящее время. Сегодня в европейском интеграционном объединении преобладают центристские тенденции, но значит ли это, что они будут преобладать всегда?..

Конкуренция — двигатель процесса интеграции

Столкновение интересов стало тем мотором, который успешно двигал весь огромный механизм интеграции. Конкуренция продолжает активно работать и в настоящее время, в период, когда Европейский союз находится в сложном процессе поиска единой концепции, новой методики принятия решений в рамках его расширения, отягощенного нарастанием геополитического, финансового и торгово-экономического противостояния в мире, несмотря на членство основных стран в ВТО, «Большой восьмерке», ОЭСР и т. д.

Дальнейшее развитие Европейского союза невозможно без политической интеграции, где особенно заметны последствия интеграции. В истории интеграционного объединения встречались несколько видов политических отношений. Универсальным представляется политическое сотрудничество государств-членов. Самая простая форма, закрепленная нормами международного права, следующая: соответствующие национальные институты разных государств в ходе переговоров готовят международно-правовые решения, которые подписываются упол-

номоченными лицами и после ратификации государствами, подписавшими их, вступают в законную силу. Такая форма сотрудничества достаточно сложна и медлительна.

Другая форма, которую выработали государства — члены ЕЭС в 70-х гг. прошлого века, получила название системы политической кооперации. «Действуя официально вне рамок Римского договора, эта система тесно координировала свои усилия с институтами ЕЭС и оказывала на них определенное воздействие»². Систематическая координация политических усилий стран — членов ЕЭС, осуществляемая специальными органами, еще не является всеобъемлющей. Вне ее остается ряд важнейших политических вопросов, которые относятся к компетенции национальных органов государств. Стало быть, это еще не интеграция в полном смысле слова, а ее начальный этап.

От политической кооперации к политической интеграции

Политическая интеграция — процесс, в полном объеме осуществляемый институтами Европейского союза в пределах их компетенции. Именно здесь наблюдается столкновение интересов ЕС и его государств-членов. Политическая интеграция требует серьезного ограничения суверенитета государств, однако никто не спешит с ним расставаться. Это особенно заметно по современной геополитической ситуации, в частности по отношению Евросоюза и его государств-членов к событиям в Ливии. Различия в подходах свидетельствуют о конфликте интересов.

Результатом столкновения интересов права стал Лиссабонский договор о реформах 2007 г., который определил важнейшее направление интеграции — возможность Европейского союза оказывать

² Шаповалов Н. И. О политической интеграции государств — членов ЕЭС // Советское государство и право. № 3. 1984. С. 130.

внешнее воздействие на геополитическую ситуацию в мире, а согласно договору о Европейском союзе он должен формировать общую внешнюю политику, политику безопасности и политику обороны ЕС, что вытекает из положений ч. 2 ст. 10 Консолидированного договора о Европейском союзе от 13 декабря 2007 г.³

Ч. 1 ст. 10 этого Договора закрепляет принципы действий Союза на международной арене, которые содействуют его развитию и расширению и позволяют продвигать во всем мире демократию, верховенство права, универсальность и неделимость прав человека и основных свобод, уважение человеческого достоинства, принципов равенства и солидарности, а также уважения принципов Устава Организации Объединенных Наций и международного права. Союз должен стремиться развивать отношения с третьими странами и международными региональными или универсальными организациями, которые разделяют принципы, упомянутые в ч. 1 указанной статьи. Это должно содействовать принятию многосторонних решений проблем, в особенности в структуре Организации Объединенных Наций.

Представляется важным положение ч. 2 ст. 10 указанного Договора, предписывающей Европейскому союзу не только определять внешнюю политику, политику безопасности и обороны, но и — что особенно сложно — следовать ей в своих действиях. Однако, понимая деликатность проблемы, которая традиционно решалась на национальном уровне государствами — членами Евросоюза, договор предписывает Союзу работать для достижения высокой степени сотрудничества государств-членов во всех областях международных отношений.

Пункт с части 2 статьи 10 предписывает Европейскому союзу сохранять мир, предотвращать конфликты и усиливать международную безопасность, включая безопас-

ность внешних границ Союза в соответствии с целями и принципами Устава Организации Объединенных Наций, с принципами Заключительного акта Сопровождающего документа к Договору о сотрудничестве в Европе (1975 г.)⁴. Внешняя политика Европейского союза согласно подпункту а части 2 статьи 10 консолидированной версии договора о Европейском союзе направлена на охрану своих ценностей, основных интересов, безопасности, независимости и целостности, а подпункт б части 2 той же статьи предписывает объединять и поддерживать демократию, верховенство права, права человека и принципы международного права, подпункт е — поощрять интеграцию всех стран в мировую экономику, в том числе через прогрессивную отмену ограничений на международную торговлю.

Ч. 3 ст. 10 Договора о Европейском союзе и ч. 5 Соглашения о функционировании Европейского союза предписывают Союзу гарантировать последовательность деятельности между различными областями внешнего воздействия Союза и международными аспектами его другой политики. Ответственность за реализацию данных задач договор возлагает на Совет и Комиссию Европейского союза, которым оказывает помощь высокий представитель Союза по иностранным делам и политики безопасности и обороны (министр иностранных дел Европейского союза).

Стратегические интересы и цели Союза согласно ч. 1 ст. 10b Лиссабонского договора о реформах определяет уже Европейский совет на основе принципов и целей, закрепленных в статье 10a названного договора. При этом статья 10b ограничивает решения Европейского совета о стратегических интересах и целях Союза лишь вопросами общей внешней политики и политики безопасности и других областей внешнего воздействия Союза. Такие решения могут касаться отно-

³ 2010 Official Journal of the European Union C 83/29.

⁴ Official Journal of the European Union C 306/23. 17.12.2007.

шений Союза с определенным государством или областью либо носить тематический контекстный характер. В решении должны быть определены продолжительность воздействия и средства, которые необходимы Союзу и государствам-членам. Европейский совет по рекомендации Совета Европейского союза должен принять решения единогласно в соответствии с процедурами, предусмотренными в учредительных договорах.

В случае конфликта интересов ч. 2 ст. 10b договора предоставляет высокому представителю Союза по иностранным делам и политике безопасности и обороны право представлять объединенные предложения Совету и Комиссии в области общей внешней политики, политики безопасности и обороны и в других областях внешнего воздействия⁵.

Сглаживая конфликт права Европейского союза и его государств-членов, Лиссабонский договор о реформах закрепляет в ст. 10с специальные условия осуществления общей внешней политики, политики безопасности и обороны, где, в частности, говорится, что действия Союза на международной арене должны осуществляться на основе принципов демократии, правового государства, универсальности и неделимости прав человека и основных свобод, уважения человеческого достоинства, равенства и солидарности, закрепленных в ч. 1 ст. 21 Консолидированного договора о Европейском союзе, и принципов, закрепленных в Уставе ООН, общих принципов международного права, а также в соответствии с общими условиями, установленными в этом Договоре.

Согласно ч. 1 ст. 11 компетенция Союза в области общей внешней политики и политики безопасности распространяется на все области внешней политики и все вопросы, касающиеся безопасности Союза, включая создание политики общей обороны. Общая внешняя политика и политика безопасности подчиняются определенным правилам

и процедур, которые определяются и осуществляются Европейским советом и Советом Европейского союза единогласно, если только договоры не предусматривают иное. Во избежание столкновения интересов права принятия нормативных правовых актов в данной области должно быть исключено. Другими словами, в Лиссабонском договоре о реформах речь идет об общей внешней политике не как о продукте интеграции, а как о результате согласования национальной внешней политики отдельных государств-членов, что следует рассматривать в качестве результата сотрудничества государств-членов, который зависит от национальных интересов отдельных государств. Эти понятия имеют различную правовую природу. В первом случае политика формируется системой институциональных органов Евросоюза, которые принимают решения исходя из собственной компетенции, определенной учредительными договорами ЕС, тогда как во втором случае решения принимаются конституционными органами государств-членов в соответствии со своим национальным суверенитетом. Соответственно, согласование осуществляется национальными органами государств-членов.

Общая внешняя политика и политика безопасности Европейского союза осуществляется высоким представителем Союза по иностранным делам и политике безопасности и государствами-членами в пределах, определенных Маастрихтским договором об учреждении Европейского союза, Лиссабонским договором о реформах, Консолидированным договором о Европейском союзе, Консолидированным договором о функционировании Европейского союза. Роль Европейского парламента и Комиссии Европейского союза в данной области также определена этими договорами. Однако деятельность в области общей внешней политики и политики безопасности и обороны в соответствии с договором о Европейском союзе не подпадает под юрисдикцию Суда Европейского союза, что свидетельствует о несо-

⁵ Official Journal of the European Union C 306/24. 17.12.2007.

вершенстве правовой системы ЕС, в отличие от правовой системы Европейского сообщества, где все правовые вопросы были отнесены к компетенции Суда. Но в этой области делаются попытки унифицировать право ЕС и устранить его конкурентность с национальным конституционным правом государств-членов, что вытекает из ст. 25b консолидированного соглашения о Европейском союзе и ч. 2 ст. 240a соглашения о функционировании Европейского союза, согласно которым надзор правомочности определенных решений остается в юрисдикции Суда ЕС.

В условиях определенной декларативности положений Лиссабонского договора в ч. 2 ст. 11 названного договора предпринимается попытка при столкновении интересов права найти место Союзу в сфере международно-правовой деятельности. В пределах структуры принципов и целей внешнего воздействия Союз должен провести, определить и осуществить общую внешнюю политику и политику безопасности, основанную на развитии взаимной политической солидарности среди государств-членов, идентификации вопросов, представлявших общий интерес, и достижение постоянно увеличивающейся степени конвергенции действий государств-членов. В подтверждение вышесказанного подпункт iii пункта с части 1 статьи 12 Договора, а также пункт b предписывает Союзу принять определенные решения и меры для выполнения этих решений, осуществить укрепление систематического сотрудничества между государствами-членами в проведении международной политики⁶.

Вместе с тем Договор в пункте а части 1 статьи 13a гласит: «Если международные события того потребуют, то председатель Европейского совета должен созвать чрезвычайную встречу Европейского совета, чтобы определить стратегические линии политики Союза перед лицом таких международных вызовов».

⁶ Official Journal of the European Union C 306/25. 17.12.2007.

Во избежание конфликта интересов и в целях оперативного реагирования на события ч. 2 ст. 13 Договора предписывает Совету Европейского союза сформулировать общую внешнюю политику и политику безопасности ЕС и принять решения, необходимые для определения и осуществления этого на основе общих принципов и стратегических линий, определенных Европейским советом. Согласно п. 2 ч. 2 ст. 13 Договора высокий представитель Союза по иностранным делам и политике безопасности и обороны должен гарантировать содействие в решении перечисленных задач⁷.

Стараясь уйти от конфликта интересов права, ч. 3 ст. 13a Лиссабонского договора о реформах предписывает высокому представителю Союза по иностранным делам и политике безопасности осуществлять общую внешнюю политику и политику безопасности совместно с государствами — членами ЕС с использованием как национальных, так и ресурсов Союза. С этой целью ч. 1 и 2 ст. 13a Договора закрепляют его статус, он становится институциональным. В нем, в частности, говорится, что высокий представитель Союза по иностранным делам и политике безопасности возглавляет Совет по иностранным делам, способствует подготовке общей внешней политики и политики безопасности и несет ответственность за выполнение решений, принятых Европейским советом и Советом Европейского союза.

В соответствии с ч. 3 ст. 13a Договора была создана и 1 декабря 2010 г. приступила к работе Европейская служба внешних воздействий⁸. «Эта структура была институ-

⁷ Official Journal of the European Union C 306/26. 17.12.2007.

⁸ Задолго до Лиссабонского соглашения о реформах в 1999 г. на основе Амстердамского договора была создана служба высокого представителя по общей внешней политике и политике безопасности. Первым высоким представителем стал Хавьер Солана. Он помогал Совету Союза в вопросах внешней политики, формулировал, готовил и выполнял стратегические ре-

ционализирована Лиссабонским договором как результат работы над ошибками по итогам событий в Югославии»⁹. Основная задача Европейской службы внешних воздействий, в соответствии с ч. 3 ст. 13а Договора о реформах, — совместно с дипломатическими службами Европейского союза и его государств-членов иными средствами благотворно воздействовать на международную ситуацию в пользу ЕС.

Для этого ч. 1 ст. 14 Договора о реформах предоставляет Совету Евросоюза право принимать решения о применении активных действий Союза, если их потребует международная ситуация. С учетом серьезности данного положения ч. 1 ст. 15 Договора о реформах фактически нейтрализовала его, уточнив процедуру его принятия. Решения по этой главе — говорится в договоре — должны быть приняты Европейским советом и Советом Европейского союза единодушно, если это невозможно, то решение не может иметь правовое обязательство. А если при голосовании воздержаж-

шения, действуя от имени Совета. По результатам ряда внешних акций Европейского союза для усиления его влияния на геополитическую обстановку в мире возникла необходимость создания аналитико-информационного центра, направленного на усиление положения Европейского союза на международном уровне.

Опираясь на ч. 3 ст. 27 Договора о Европейском союзе (Маастрихтский договор) Совет Союза принял решение об организации и функционировании Европейской службы внешних воздействий (EEAS). Ч. 3 ст. 27 Договора о Европейском союзе стала правовой основой для решения Совета об организации и функционировании EEAS. Задумываемая структура должна работать в сотрудничестве с дипломатическими службами.

30 октября 2009 г. Европейский совет закрепил руководящие принципы создания и деятельности EEAS (doc. 14930/09), которые были одобрены Европарламентом и Комиссией ЕС. А после институционализации этой структуры Лиссабонским договором она получила путевку в жизнь. 1 декабря 2010 г. разведывательное сообщество в составе 1600 штатных служащих, объединявших 137 посольств с бюджетом 9,5 млн евро, приступило к решению своих проблем.

⁹ Шаповалов Н. И. Интеграционный процесс в Европе и его правовой статус // Право и экономика. № 6. июнь. 2011. С. 72.

лась 1/3 государств-членов, составляющая 1/3 населения Союза, то решение вообще не принимается, что указывает на согласуемую внешнюю политику государств-членов, а отнюдь не на общую внешнюю политику Европейского союза. Именно об этом свидетельствует право высокого представителя по иностранным делам вести переговоры с государствами — членами ЕС с целью найти приемлемое решение либо просить, чтобы вопрос был передан на рассмотрение Европейским советом¹⁰.

Согласованная внешняя политика государств — членов ЕС — результат столкновения их интересов

В пользу определения согласованной внешней политики государств-членов свидетельствует ст. 16 Договора о реформах, в которой говорится о том, что государства-члены должны консультироваться друг с другом в рамках Европейского совета и Совета Европейского союза и тем самым гарантировать способность Союза отстаивать свои интересы на международной арене.

Стремясь повысить международно-правовой статус ЕС в п. 3 ч. 2 ст. 19 Лиссабонского договора о реформах записано: «Если у Европейского союза будет согласованная позиция по вопросу, находящемуся на рассмотрении в ООН, то государства-члены ЕС, являющиеся членами Совета безопасности, должны просить Совет безопасности пригласить высокого представителя по иностранным делам ЕС для представления позиции от имени Союза»¹¹.

Еще одна область воздействия Европейского союза на международное сообщество предусмотрена пунктом с части 2 статьи 17 Соглашения о функционировании Евро-

¹⁰ Official Journal of the European Union C 306/28. 17.12.2007.

¹¹ Official Journal of the European Union C 306/30. 17.12.2007.

пейского союза, согласно которому предусматривается обеспечение выполнения прав граждан Союза и их защита на территории третьих стран. Чтобы демократизировать этот процесс, в ч. 1 ст. 21 Соглашения о функционировании Европейского союза закрепляется обязанность высокого представителя Союза по иностранным делам, политики безопасности и обороны регулярно консультироваться с Европейским парламентом по главным аспектам выбора общей внешней политики, политики безопасности и обороны и информировать его о том, как данная политика развивается. При этом высокий представитель должен гарантировать, что все замечания Европарламента учтены должным образом¹².

Подобные меры свидетельствуют о стремлении продвигать интеграционный процесс через создание совокупности органов политической кооперации, которые через столкновение политических интересов государств-членов содействуют развитию интеграционных процессов в Европейском союзе.

Заключение

Анализ только некоторых положений Лиссабонского договора о реформах, которому ряд исследователей оправданно прида-

ет конституционный характер, показывает, что он возник в результате жесткой конкуренции в мире за политическое, экономическое, финансовое, военно-дипломатическое влияние Европейского союза на глобальную геополитическую ситуацию.

Список литературы

1. Рожков Е. С чем пришла Европа к юбилею [Электронный ресурс] 2007. 24 марта. URL: <http://www.vesty.ru/doc.html>.
2. Шаповалов Н. И. О политической интеграции государств-членов ЕЭС // Советское государство и право. № 3. 1984. С. 130.
3. Шаповалов Н. И. Интеграционный процесс в Европе и его правовой статус // Право и экономика. № 6. июнь. 2011. С. 72.
4. 2010 Official Journal of the European Union C 83/29.
5. Official Journal of the European Union C 306/23. 17.12.2007.
6. Official Journal of the European Union C 306/24. 17.12.2007.
7. Official Journal of the European Union C 306/25. 17.12.2007.
8. Official Journal of the European Union C 306/26. 17.12.2007.
9. Official Journal of the European Union C 306/28. 17.12.2007.
10. Official Journal of the European Union C 306/30. 17.12.2007.
11. Official Journal of the European Union C 306/31, 44. 17.12.2007.

¹² Official Journal of the European Union C 306/31, 44. 17.12.2007.

N. Shapovalov, Head Department of Constitutional and International Law, Moscow University of Finance and Industry, shapovalov_n@list.ru

EUROPEAN COUNTRIES LAWS COMPETITION — AN IMPORTANT ELEMENT IN THE FORMATION OF STATUS OF THE EUROPEAN UNION

The problem of improving the competitiveness of economies in post-war Europe was to find ways of combining the integration of various aspects of their life. The efficiency of this process was to overcome national legal conflicts of the Member States of European integration, maximizing the use of competitive advantages of their legal systems, which eventually led to the creation of a unique legal system committed the European Communities.

Key words: The European Union, integration, the EU integration process, the competition, the conflict of interest law, the general foreign policy, security policy and defenses. European Union, integration, the premise of integration association.

Камалетдинов А. Ш., канд. физ.-мат. наук, доцент, профессор кафедры прикладной информатики Института экономики и предпринимательства, г. Москва, akamale@mail.ru

Ксенофонов А. А., канд. физ.-мат. наук, доцент, заведующий кафедрой прикладной информатики Института экономики и предпринимательства, г. Москва, a.ksenofontov@mail.ru



ИНДЕКС ИНТЕНСИВНОСТИ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ — ПОКАЗАТЕЛЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

На основании налоговых доходов и численности занятого населения в субъектах Российской Федерации вводится понятие индекса интенсивности налоговых поступлений. Этот интегральный показатель отражает налоговые доходы по всем видам налогов и в какой-то степени позволяет оценивать конкурентоспособность региональных экономических систем, экономическую активность населения в данных субъектах. Анализ значений индекса за период с 2006 по 2009 гг. показал, что распределение предлагаемого показателя стремится к нормальному закону.

Ключевые слова: налог, численность занятого населения, индекс интенсивности налоговых поступлений, нормальный закон распределения.

Введение

Теория конкурентоспособности предполагает вариативность показателей и индикаторов, определяющих способность экономических субъектов выдерживать конкуренцию. Одним из видов экономических субъектов, к которым применима парадигма конкурентоспособности, является субъект Российской Федерации. В настоящее время система федеральных округов Российской Федерации включает восемь округов, в состав которых входит 83 субъекта.

Один из важных показателей региональной конкурентоспособности — ин-

тенсивность налоговых поступлений. В работе предлагается индексный метод определения интенсивности налоговых поступлений в субъектах РФ. В расчетах использовались статистические данные за 2006–2009 гг., представленные Федеральной налоговой службой РФ (ФНС России) и статистические данные по основным социально-экономическим показателям¹.

¹ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2010: Статистический сборник. М.: Росстат, 2010; Российский статистический ежегодник. 2010: Статистический сборник. М.: Росстат, 2010. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. URL: www.nalog.ru.

Методика расчета индекса

На начало 2009 г. налоговая система Российской Федерации включала следующие виды налогов:

- I. Федеральные налоги и сборы.
 1. Налог на добавленную стоимость.
 2. Акцизы.
 3. Налог на доходы физических лиц.
 4. Единый социальный налог.
 5. Налог на прибыль организаций.
 6. Сбор за пользование объектами животного мира и объектами водных биологических ресурсов.
 7. Водный налог.
 8. Государственная пошлина.
 9. Налог на добычу полезных ископаемых.
- II. Региональные налоги.
 10. Транспортный налог.
 11. Налог на игорный бизнес.
 12. Налог на имущество организаций.
- III. Местные налоги.
 13. Земельный налог.
 14. Налог на имущество физических лиц.
- IV. Специальные налоговые режимы.
 15. Единый сельскохозяйственный налог.
 16. Упрощенная система налогообложения.
 17. Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности.

Отметим, что все данные по налоговым доходам субъектов РФ были получены на основании форм отчетности 1-НМ о начислении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации за период с 2006 по 2009 гг.

Данные, содержащиеся в форме, наиболее полно описывают собираемость налогового дохода по всем видам налогов субъектов Российской Федерации.

Форма налоговой отчетности № 1-НМ составлена в соответствии с классификацией доходов бюджетов Российской Федера-

ции, утвержденной Федеральным законом от 15 августа 1996 г. № 115-ФЗ «О бюджетной классификации Российской Федерации» (утратил силу с 1 января 2008 г.) и изданным на его основе приказом Минфина России от 6 января 1998 г. № 1н «О Бюджетной классификации Российской Федерации» с учетом изменений и дополнений, внесенных в приказы Минфина России от 3 июня 1998 г. № 22н «О бюджетной классификации Российской Федерации» (утратил силу) и от 4 ноября 1998 г. № 51н «О внесении изменений и дополнений в бюджетную классификацию Российской Федерации, введенную в действие приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 января 1998 г. № 1н» (утратил силу), с целью установления единства и обеспечения сопоставимости показателей отчетности налоговых органов и органов федерального казначейства Минфина России об исполнении федерального бюджета.

Отчет по форме № 1-НМ формируется управлениями ФНС по администрируемым ими субъектам Российской Федерации, включая данные по крупнейшим налогоплательщикам, уплачивающим налоги, сборы и иные обязательные платежи на территории рассматриваемого субъекта, но состоящим на налоговом учете в межрегиональных инспекциях ФНС России по крупнейшим налогоплательщикам. Отчет по форме № 1-НМ в части показателей о начисленных суммах налогов, сборов и иных обязательных платежей формируется УФНС России на основании данных информационного ресурса «Расчеты с бюджетом» ФНС России нарастающим итогом с начала года по состоянию на первое число каждого месяца. В настоящее время актуальна форма № 1-НМ с изменениями, внесенными приказом ФНС России от 31 декабря 2009 г. № ММ-7-1/732@ «О внесении изменений в приказ ФНС России от 05.12.2008 № ММ-3-1/643».

Введем следующий относительный показатель интенсивности — величину собранного налога, отнесенную к среднегодовой

численности занятого населения субъекта федерального округа. Назовем этот показатель относительным показателем интенсивности налоговых поступлений (ОПИН) по виду налога. Тогда для каждого субъекта будем иметь 17 таких показателей (по числу видов налогов, $m = 17$) — ОПИН $_{ij}$, где индекс i принимает значения от 1 до 83 (по числу субъектов в РФ, $n = 83$), а индекс j соответствует виду налога, значит, изменяется в пределах от 1 до 17. Данный показатель характеризует налоговый доход в среднем по субъекту, который приносит в бюджет страны один работник, занятый в экономике. В дальнейшем для простоты использования будем обозначать его как X_{ij} .

Далее вычислим для каждого вида налога среднюю величину относительного показателя интенсивности налоговых поступлений по всем субъектам. В результате получим 17 средних величин, которые определялись по формуле простой средней

$$\bar{X}_j = \frac{\sum_{i=1}^n X_{ij}}{n}.$$

Затем для каждого налога определим дисперсию D_j и среднее квадратическое отклонение σ_j относительного показателя интенсивности налоговых поступлений по всем субъектам. Эти показатели вариации вычислялись следующим образом

$$D_j = \frac{\sum_{i=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_j)^2}{n-1} \text{ и } \sigma_j = \sqrt{D_j}.$$

С помощью вычисленных средних величин проведем центрирование всех относительных показателей X_{ij} по формуле

$${}^0X_{ij} = X_{ij} - \bar{X}_j.$$

Если к полученным центрированным относительным показателям ${}^0X_{ij}$ применить операцию нормирования с помощью средних квадратических отклонений σ_j , получим стандартизованные относительные показатели

интенсивности налоговых поступлений для каждого вида налога по всем субъектам

$U_{ij} = \frac{{}^0X_{ij}}{\sigma_j}$, при этом величины U_{ij} не имеют размерности. Отметим, что все средние величины стандартизованных относительных показателей интенсивности налоговых поступлений для каждого вида налога равны нулю, т.е. $\bar{U}_j = 0$ для всех j , а все дисперсии данных показателей:

$$D_j = \frac{\sum_{i=1}^n (U_{ij} - \bar{U}_j)^2}{n-1} \text{ равны единице.}$$

Поскольку на величину доходов по различным видам налогов действует множество факторов разной природы, то можно предполагать, что стандартизованные величины U_{ij} (индекс j изменяется от 1 до 17) подчиняются различным законам распределения.

Таким образом, каждый субъект РФ характеризуется системой безразмерных показателей с одинаковыми средними величинами (равными нулю) и дисперсиями (равными единице).

Если теперь для каждого субъекта просуммировать полученные показатели по всем налогам, то получим значения некоторого интегрального показателя, отражающего интенсивность налоговых поступлений в субъекте по всем видам налогов:

$$I_i = \sum_{j=1}^m U_{ij}.$$

Назовем показатель I индексом интенсивности налоговых поступлений одновременно по всем налогам, значение которого в i -м субъекте равняется I_i .

Из сказанного следует, что величина I удовлетворяет всем условиям, необходимым для справедливости выводов центральной предельной теоремы в классическом виде. Другими словами, можно говорить о том, что закон распределения величины I должен стремиться к нормальному закону распределения.

Проверка гипотезы

Проведем проверку гипотезы о законе распределения индекса интенсивности налоговых поступлений. Пусть $F_{\text{мод}}(x; \theta_1, \dots, \theta_k)$ — гипотетическая функция распределения анализируемой случайной величины. Известно, что нормальный закон распределения определяется двумя параметрами θ_1 и θ_2 , соответственно, математическим ожиданием случайной величины и ее дисперсией. Тогда гипотетическая функция распределения нормальной случайной величины будет иметь вид:

$$F_{\text{мод}}(x; \theta_1, \theta_2) = \frac{1}{\sqrt{2\pi \cdot \theta_2}} \int_{-\infty}^x e^{-\frac{(u-\theta_1)^2}{2\pi \cdot \theta_2}} du.$$

Пусть $\{F_{\text{мод}}(x; \theta_1, \theta_2)\}$ — параметрическое семейство нормальных законов распределения. Тогда гипотезу о том, что индекс I подчиняется нормальному закону распределения с математическим ожиданием $M(I)$ и дисперсией $D(I)$ можно записать в виде:

$$H_0: F_I(x) \in \{F_{\text{мод}}(x; M(I), D(I))\}. \quad (1)$$

Проверку основной гипотезы (1) проведем двумя способами: с помощью критерия согласия χ^2 Пирсона и критерия Колмогорова — Смирнова. В качестве оценок неизвестных параметров в нормальном законе

распределения анализируемой величины I используем простую среднюю арифметиче-

скую $\bar{I} = \frac{\sum_{i=1}^n I_i}{n}$ для математического ожидания $M(I)$ и исправленную эмпирическую дис-

персию $D(I) = \frac{\sum_{i=1}^n (I_i - \bar{I})^2}{n-1}$ для теоретической дисперсии $D(I)$.

Значение критерия χ^2 Пирсона вычислялось по формуле

$$\chi^2 = \sum_{j=1}^s \frac{(f_j - f_j')^2}{f_j'}, \quad (2)$$

где s — число интервалов группирования значений индекса I ;

f_j — абсолютная частота эмпирического распределения;

f_j' — абсолютная частота теоретического распределения.

В таблице 1 представлены результаты расчета критерия (2), а на рисунке 1 показана гистограмма абсолютных эмпирических частот и теоретическая кривая нормального распределения.

Поскольку вычисленное значение критерия χ^2 не попадает в критическую область,

Таблица 1

Проверка гипотезы о соответствии распределения индекса налоговых поступлений субъектов РФ в 2009 г. нормальному закону

Число наблюдений (субъектов РФ)	83
Среднее значение индекса по РФ	0,0
Среднее квадратическое отклонение индекса	8,3
Максимальное значение индекса	22,9
Минимальное значение индекса	-15,5
Число интервалов группирования значений индекса	8
Вычисленное значение критерия χ^2	9,5
Критическая область значений критерия χ^2 при уровне значимости 0,05	$(0; 0,83) \cup (12,83; \infty)$

гипотеза о соответствии распределения индекса интенсивности налоговых поступлений нормальному закону при уровне значимости 0,05 не отклоняется.

Визуальное подтверждение этого вывода демонстрирует и график, представленный на рис. 1.

Статистика критерия Колмогорова — Смирнова ks определяется как абсолютная величина разности эмпирической $F^*(x)$ и теоретической $F(x)$ функций распределения:

$$ks = \sqrt{n} \cdot \sup_x |F^*(x) - F(x)|.$$

В таблице 2 приведены результаты проверки гипотезы (1) с помощью критерия Колмогорова — Смирнова (расчеты проводились в пакете обработки статистических данных SPSS).

Полученное значение двусторонней значимости позволяет сделать вывод о том, что гипотеза о нормальном законе распределения индекса интенсивности налоговых поступлений не отвергается.

Аналогичные расчеты были проведены и для других годов (с 2006 по 2008). В таблице 3 представлены значения параметров нормального закона распределения и критерия Колмогорова — Смирнова для каждого года.

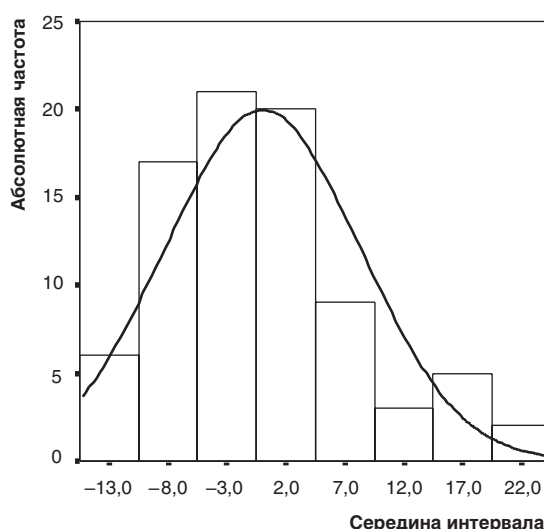


Рис. 1. Гистограмма абсолютных частот и плотность распределения индекса

Из таблицы 3 видно, что в каждом из этих годов гипотеза о нормальном законе распределения индекса интенсивности налоговых поступлений не отклоняется. Тот же вывод следует и в случае использования критерия χ^2 Пирсона. Таким образом, расчеты, проведенные на основании статистических данных о налоговых поступлениях за четыре года, позволяют сделать вывод о том, что предположение о нормальном законе распределения индекса интенсивности налоговых поступлений можно считать правильным.

Таблица 2

Проверка гипотезы о нормальном распределении индекса

Число наблюдений		83
Параметры нормального распределения	Среднее	0,000
	Стандартное отклонение	8,278
Наибольшая разность между эмпирической и теоретической функциями распределения	По модулю	0,092
	Положительная	0,092
	Отрицательная	-0,083
Статистика Колмогорова–Смирнова ks		0,841
Двусторонняя p -значимость		0,479

Таблица 3

**Значения параметров нормального закона распределения
и критерия Колмогорова–Смирнова в 2006–2009 гг.**

Показатель	Год			
	2006	2007	2008	2009
Среднее значение индекса по РФ	0,000	0,000	0,000	0,000
Среднее квадратическое отклонение индекса	8,337	8,762	8,039	8,278
Статистика Колмогорова–Смирнова k_s	0,936	0,918	0,980	0,841
Двусторонняя p -значимость	0,345	0,368	0,292	0,479

Заключение

Предлагаемый в работе индексный метод позволяет оценивать интенсивность налоговых поступлений в субъектах Российской Федерации одновременно по всем видам налогов, сравнивать субъекты между собой по данному показателю, классифицировать субъекты по интенсивности налоговых доходов, анализировать изменение индекса в динамике. Показано, что распределение индекса в каждом из рассмотренных периодов стремится к нормальному закону. Это является важным фактом, поскольку большинство статистических методов анализа пространственных и временных выборок

строится на предположении о нормальности исследуемых показателей.

Список литературы

1. Сайт Федеральной налоговой службы. URL: www.nalog.ru.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2010. Статистический сборник. М.: Росстат, 2010. — 996 с.
3. Российский статистический ежегодник. 2010. Статистический сборник. М.: Росстат, 2010. — 813 с.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации.
5. Айвазян С. А., Мхитарян В. С. Теория вероятностей и прикладная статистика. М.: ЮНИТИ, 2001. — 656 с.

A. Kamaletdinov, PhD. Sci. professor of the Department of Applied Informatics, Institute of Economics and Entrepreneurship, akamale@mail.ru

A. Ksenofontov, PhD. Sci., Associate Professor, Head of the Department of Applied Informatics, Institute of Economics and Entrepreneurship, a.ksenofontov@mail.ru

INDEX OF TAX REVENUES INTENSITY IN SUBJECTS OF THE RUSSIAN FEDERATION

On the basis of tax incomes and number of the occupied population in subjects of the Russian Federation the concept of an index of tax revenues intensity is entered. This integrated indicator reflects tax incomes on all types of tax and allows estimating economic activity of the population in these subjects. The analysis of an index values from 2006 to 2009 have shown that distribution of an offered indicator aspires to the normal law of distribution.

Key words: tax, number of the occupied population, index of tax revenues intensity, the normal law of distribution.



Лебедева Н. В., доцент ГОУ ВПО «Ковровская государственная технологическая академия», NVlebedeva@mail.ru

ИННОВАЦИОННЫЙ ВУЗ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

В статье раскрываются взаимосвязи деятельности малого негосударственного вуза с конкурентоспособностью региона его нахождения.

Ключевые слова: конкуренция, факторы конкурентоспособности, качество образования.

Введение

В настоящее время правительства многих стран мира одной из основных задач, требующих постоянного внимания, считают повышение конкурентоспособности экономики за счет развития качества образовательных услуг. Это связано с тем, что уровень образования общества и развития научного потенциала — важное условие экономического роста. В условиях современных глобализационных процессов формируется международная система высшего образования как совокупность национальных взаимосвязанных систем. Разновидностью последних выступают региональные образовательные системы, которые представляют собой пространство, где региональные особенности и национальные (а также наднациональные) интересы могут взаимодействовать и усиливать друг друга для выгоды региона и страны в целом. В связи с этим возникает необходимость развития системы образования за счет совершенствования инновационной составляющей, удовлетворяющей потребностям современного общества.

Интеллектуальный потенциал региона

Исторически сложилось, что свой интеллектуальный потенциал Владимирская область формировала в основном за счет выпускников Владимирского политехнического института (ныне — Владимирский государственный университет), Владимирского педагогического института (ныне — Владимирский государственный гуманитарный университет) и ведущих вузов г. Владимира и г. Коврова. Немалая часть молодежи поступала в вузы Москвы, Горького (Нижнего Новгорода) и Иванова — их бренды хорошо знакомы владимирцам среднего и старшего поколений. Пережив сложный период 1990-х гг., Владимирская область вновь успешно наращивает экономический потенциал. Динамично развивается средний и малый бизнес. Факторы экономического развития в сочетании с интеллектуальными традициями владимирцев и общероссийской тенденцией к получению гражданами высшего образования, осознаваемого как шанс занять высокое положение в обществе, явились базовыми предпосылками роста спроса на образовательные услуги, как государственных,

так и негосударственных вузов. Кроме того, с каждым днем демографическая яма начала 1990-х гг. ощущается все отчетливее, а вместе с ней обостряется проблема набора в вузы. Однако важен даже не столько набор, сколько отбор абитуриентов. Только это позволит вузам готовить более грамотных и талантливых специалистов.

В таких условиях определенные преимущества получают малые и средние негосударственные вузы, гибкие, мобильные, способные к быстрой перестройке образовательных процессов. Один из них — Владимирский институт бизнеса (Автономная некоммерческая организация высшего профессионального образования «Владимирский институт бизнеса» (ВИБ)).

По существу, институт является единственным во Владимирской области специализированным экономическим образовательным учреждением по целевой подготовке кадров для предпринимательского сектора.

Институт — член Ассоциации работодателей и товаропроизводителей области, что открывает новые возможности для делового сотрудничества. ВИБ регулярно организует семинары для членов Ассоциации, принимает корпоративные заказы на обучение сотрудников.

За последние годы Владимирскому институту бизнеса удалось объединить науку, образование, воспитание и бизнес в единое целое.

Формирование системы непрерывного образования, завязанной на эффективном взаимодействии научно-исследовательского сектора, студенческого научного общества и образовательной среды вуза определило стратегию развития института как лидера профессионального экономического образования в регионе.

Факторы развития образовательного комплекса

Система строится на следующих двигателях-ресурсах, необходимых факторах развития образовательного комплекса:

1. Финансовые ресурсы. Включают как доходы с образовательной деятельности, так и прибыль с научно-исследовательских разработок. Данный аспект позволяет говорить о наличии одного из основных признаков инновационности у ВИБа.

2. Информационные ресурсы. Определяют горизонты развития организации в целом и позволяют планировать научно-образовательное развитие студентов, аспирантов и сотрудников института. С 2007 года в ВИБе издается Научный бюллетень, оповещающий всех заинтересованных лиц о научных мероприятиях (конференциях, грантах, конкурсах), проводимых как на территории России, так и за рубежом.

3. Система менеджмента качества. Постановка системы процессного управления в вузе позволяет говорить о твердой позиции руководства по отношению к повышению качества образования в ВИБе. Выработана стратегия вуза, определена политика в области качества, сформированы стратегические планы, осуществляется их выполнение, ведется контроль. Наравне с самооценкой института, отлажена система оценки вуза и образовательного продукта ВИБа потенциальными потребителями: студентами, работодателями, обществом.

4. Кадровый потенциал. Вуз располагает персоналом высокой квалификации и остротенности. С 2006 года внедрена система краткосрочного повышения квалификации профессорско-преподавательского состава и сотрудников, посредством которой поддерживается их высокий уровень.

5. Авторитет и связи. Проведение научных и образовательных программ всероссийского и международного масштаба способствует становлению имиджа, бренда АНО ВПО «Владимирский институт бизнеса» как авторитетного учебного заведения на территории региона и центрального федерального округа.

Студенты четвертого курса могут принять участие в межвузовской модульной

программе «Современный эффективный руководитель», которая является принципиально новым образовательным продуктом на рынке дополнительного профессионального образования Российской Федерации. Специфика построения программы, распределения предметной области обучения на модульные единицы и конструирование каждого отдельного модуля позволяет говорить об инновационном подходе. Отдельные элементы подобной системы применялись ранее в новаторских вузах и образовательных центрах страны, в целом же подход не имеет аналогов в российском образовательном пространстве. Реализация данной программы проводится АНО «ВИБ» совместно с Вологодским институтом бизнеса.

Аналогично реализуются иные программы, главная цель которых — адаптация студентов-старшекурсников к реальным условиям бизнеса, отработка предпринимательских навыков и компетенций управленцев. Так, программы «Менеджер-предприниматель» и «Технологическое предпринимательство» способствуют открытию студентами-старшекурсниками собственных малых предприятий инновационного типа. Данные начинания поддерживаются в Бизнес-инкубаторе института.

На протяжении всего периода обучения в институте и после выпуска студенты имеют возможность на льготных условиях пройти обучение по любой из 30 программ дополнительного профессионального образования.

С 2006 года в вузе функционирует аспирантура, в которой проходит обучение более 40 аспирантов очной и заочной форм обучения.

Итак, в процессе непрерывного образования и посредством целенаправленного развития кадрового потенциала Владимирский институт бизнеса идет по инновационному пути развития и способен создавать конкурентное преимущество на региональном рынке образовательных услуг.

Заключение

Качественное образование, основанное на использовании инновационных технологий, и подготовка профессионалов позволяют России и ее регионам эффективно развиваться в будущем. Основным направлением улучшения качества подготовки является переход вузовской системы на принципы Болонской конвенции, что потребует кардинально изменить баланс между всеми участниками рынка высшего образования в пользу тех высших учреждений, которые способны сконцентрировать финансовые и организационные ресурсы для подготовки конкурентоспособного специалиста.

Таким образом, инновационная деятельность в сложных экономических условиях позволяет вузу успешно позиционировать себя на рынке, а также завоевать на нем новые позиции и удерживать имеющиеся.

Список литературы

1. Предпринимательские университеты в инновационной экономике / под. ред. Ю. Б. Рубина. М.: Маркет ДС, 2005. — 402 с.
2. Лукашенко М. А. Образование в условиях рынка: концепция учебного заведения. Монография. М.: Высшая школа; КноРус, 2002. С. 13–32.
3. Коваленко А. И. Образовательное антрепренерство. М.: Маркет ДС, 2004.

N. Lebedeva, associate professor, Kovrov State Technological Academy, NVlebedeva@mail.ru

INNOVATIVE UNIVERSITY AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF REGION

The article describes the interconnection of a small private university with the competitiveness of the region.

Key words: competition, factors of competitiveness, quality of education.

Жуковская И. Ф., канд. экон. наук, доцент АНО ВПО «Владимирский институт бизнеса»,
IF@vib.vladimir.ru

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматриваются проблемы развития человеческого капитала в России, его взаимосвязь с инновационным развитием и модернизацией экономики.

Ключевые слова: человеческий капитал, конкурентоспособность российской экономики, модернизация и инновации, производительность труда.

Введение

Тема повышения конкурентоспособности российской экономики становится все актуальнее. Знак настоящего времени — идея модернизации и инновационного развития. Тем самым признается, во-первых, факт экономического отставания от развитых стран и, во-вторых, необходимость кардинальных перемен. Перелом в настроении, в оценках ситуации и перспектив начался лишь в последнее время и еще не завершен.

Главнейшая забота суверенного государства — человеческий капитал, пользующийся национальным языком и валютой, а главнейшей экономической задачей является увеличение человеческого капитала.

Основные направления и характер воздействия на человеческий капитал

Рассмотрим, как основные направления и характер воздействия модернизации и инноваций в государственном управлении оказали влияние на человеческий капитал.

Преобразования в экономической сфере России в период радикального рефор-

мирования экономики привели, с одной стороны, к многообразию форм собственности и изменению характера производственных отношений, а с другой — к поляризации доходов, интенсификации труда, неудовлетворенности уровнем его оплаты. Под влиянием предпринятых нововведений трансформировалась и структура мотивации труда: работа отошла на второй план и заняла место вслед за заработной платой, поднялся рейтинг такого мотива трудовой деятельности, как участие в распределении прибыли предприятий.

Нововведения в социальной сфере (как и в экономической) способствовали углублению социальной дифференциации, имущественному расслоению населения, снижению уровня жизни значительной массы людей, качества их питания, что привело к неадекватным оценкам степени их материального благополучия и места в социальной структуре общества. Но отдельные нововведения в социальной сфере дали положительный результат. Так, в результате проведения коммунальной реформы больше половины жителей страны стали владельцами недвижимости (квартир и домов), и вместе с тем почти столько же людей недовольны своими жилищными условиями,

постоянно увеличивающимися размерами оплаты жилья и коммунальных услуг. Реформирование системы социальных льгот у многих граждан породило ощущение социального дискомфорта и чувство социальной незащищенности.

Реформы в здравоохранении также оказали двойственное влияние на объективную и субъективную составляющие качества жизни. С одной стороны, инновации существенно снизили планку возможностей получения большинством населения квалифицированной медицинской помощи на безвозмездной основе и вызвали волну недовольства качеством бесплатно оказываемых медицинских услуг, а с другой — большинство считает состояние своего здоровья хорошим и не настаивает на проведении глубоких и всеохватывающих реформ системы здравоохранения, полагая, что государственное бесплатное медицинское обслуживание (даже низкого качества) все же выгоднее, чем повсеместный переход к платной частной медицине.

Нововведения в сфере образования расширили объективные возможности его получения и, вместе с тем, серьезно затруднили этот процесс значительной массе людей из-за относительно высокой стоимости обучения в негосударственных учебных заведениях и части государственных. Помимо этого инновации в данной сфере позволили многим более трезво оценить практическую пригодность имеющегося у них образования и породили стремление к получению профессий, конкурентоспособных на рынке труда.

Экономико-социальные инновации привели к заметному ухудшению экологической ситуации, что вызвало недовольство и даже тревогу со стороны подавляющего большинства населения регионов России.

Влияние инновационной этнокультурной политики на качество человеческого капитала также двойственно: с одной стороны, ее проведение значительно расширило круг объективных возможностей удовлетворения гражданами своих национально-культурных

потребностей, связанных с использованием родного языка, соблюдением обычаев и обрядов своего народа и т.п., а с другой — еще не породило массового стремления людей к практической реализации своих этнокультурных запросов, что вызывает у некоторых из них чувство неудовлетворенности качеством их культурно-национальной жизни.

Именно наука является главным источником, обеспечивающим рост человеческого капитала. При этом она зависит от человеческого капитала. Заказчик науки — бизнес и государство. Но если государство концентрирует внимание только на одной отрасли, например на сырьевой, то цепочка заказчиков науки сворачивается до одной сырьевой отрасли. Обмеление науки приводит к прогрессирующему сокращению размера человеческого капитала, что в свою очередь приводит к отставанию в сырьевой отрасли. Экономическая система по спирали идет к саморазрушению. Непризнание названных фактов, действия российского государства по простой сиюминутной спекулятивной коммерческой целесообразности привело нас к неустойчивой структуре экономики.

Объем товаров конечного потребления, который выпускает экономическая система, зависит от уровня их конкурентоспособности и интегральной потребительской ценности, а также от качественного уровня потребителей, т.е. от качества человеческого капитала. Чем оно выше, тем больше оно создает и потребляет, причем не столько количественно, сколько качественно. Как только российское государство обозначит своей главной задачей не рост ВВП, а увеличение человеческого капитала, макроэкономические искажения начнут выравниваться, а макроэкономические риски снижаться.

Заключение

В заключение отметим, что развитие человеческого капитала должно идти опережающими темпами, иначе российская эко-

номика попадет в ловушку общества потребления. Рост общественной производительности труда должен опережать рост доходов корпораций и частных лиц, иначе не достичь стабильности валюты. Рост конечного потребления не должен опережать рост доходов частных лиц, иначе не будет расти национальная финансовая система, а инновации всегда будут на «голодном пайке». Промышленная политика должна проистекать из социально-экономической, оборонной и региональной политики, гармонизированных между собой, ибо все они, в свою очередь, опираются на геополитическую задачу, стоящую перед Россией.

Список литературы

1. Беккер Г. Экономический анализ и человеческое поведение // Теория и история экономичес
- ческих и социальных институтов и систем. Т. 1. Вып. 1. М.: Начала-Пресс, 1993.
2. Беков Х. А. Российские проблемы с позиции теории человеческого капитала // ЭКО: Экономика и организация промышленного производства. 2002. № 7.
4. Фатхутдинов Р. А. Развитие конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособной экономике // Современная конкуренция. 2010. № 1 (19).
6. Бондарь А. В., Корнеевец И. В. Человеческий капитал: содержание, методология исследования и условия развития // Белорусский экономический журнал. 2008. № 3.
5. ООН опубликовала Индекс развития человеческого потенциала в странах мира 2010 года [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://gtmarket.ru/news/state/2010/11/05/2719>.

I. Zhuckovskaya, PhD, Associate Professor, Vladimir Institute of Business, IF@vib.vladimir.ru

HUMAN CAPITAL AND THE COMPETITIVENESS OF RUSSIAN ECONOMY

The paper considers the problem of human capital in Russia, its relationship with the innovative development and modernization of the economy.

Key words: human capital, the competitiveness of the Russian economy, modernization and innovation, labor productivity.

Каверзин И. Л., канд. экон. наук, профессор
Российской академии естествознания, проректор
по науке и инновациям АНО ВПО «Владимирский
институт бизнеса», kilhouse@yandex.ru

Червяков С. С., аспирант АНО ВПО
«Владимирский институт бизнеса»,
chervyakov_s@e-xe.ru



АЛГОРИТМ РЕГИОНАЛЬНОГО СТРАТЕГИРОВАНИЯ НА ОСНОВЕ МАТРИЦЫ КОНФЛИКТА ИНТЕРЕСОВ

В статье описывается алгоритм регионального стратегирования, основанный на разработанном авторами инструментарии.

Ключевые слова: региональная стратегия, региональное стратегирование, матрица конфликта интересов, семантическая модель.

Введение

Определение стратегии развития представляет собой необходимое условие для достижения взаимопонимания и социального согласия между разными слоями населения, которое проживает на территории конкретного региона и консолидируется во имя достижения единой цели, а также другими целевыми аудиториями. Сформированная при участии всех сил влияния стратегия развития стабилизирует политическую обстановку в регионе, является основой экономического созидания, определяя направления трансформации региональной социально-экономической системы в целях повышения качества жизни населения и обеспечения для субъектов хозяйствования благоприятных условий функционирования и развития.

Теория анализа и управления конфликтами интересов наиболее тщательно разработана в психологии и коммуникативных науках, в экономике исследование конфликтов в основном сводилось к анализу борьбы за ограниченные ресурсы и в этом аспекте рассматривалось под разными углами представителями классической, кейнсианской и других школ. В менеджменте управление конфликтами обрело отдельную методологию, тем не менее, полностью заимствованную из психологии и семантически адаптированную под управленческую специфику.

Матрица конфликта интересов

В рамках данной работы был использован инструмент под названием «матрица конфликта интересов» (МКИ), совершенствованный и адаптированный под исследование социально-экономических процессов.

Таблица 1

Общий вид инструмента: матрица конфликта интересов

	Субъект 1	Субъект 2	Субъект n	Субъект n + 1	Субъект N
Субъект 1	+	+ / +	+ / +	+ / +	+ / +
Субъект 2	+ / –	+	+ / +	+ / +	+ / +
Субъект n	+ / –	+ / –	+	+ / +	+ / +
Субъект n + 1	+ / –	+ / –	+ / –	+	+ / +
Субъект N	+ / –	+ / –	+ / –	+ / –	+

В общем виде матрица конфликта интересов выглядит, как это показано в табл. 1 (при исследовании интересов N субъектов социально-экономических отношений).

В таблице 1 субъекты 1–N — субъекты социально-экономического взаимодействия, задействованные в конфликте. Ячейки (+) находятся на главной диагонали матрицы и заполняются факторами благоприятствования для соответствующего субъекта, находящегося в заголовке строки и столбца. Клетки (+/+) располагаются выше главной диагонали и заполняются факторами (событиями), удовлетворяющими благоприятствованию двух соответствующих субъектов. Клетки (+/–) в соответствии с методологией размещаются ниже главной диагонали и включают конфликтные предложения и инициативы, которые соответствуют интересам одного из субъектов, но вступают в конфликт с другим.

Авторы видят в матрице конфликта интересов универсальный инструмент, с помощью которого возможно не только осуществлять прогнозирование, оценку и управление конфликтами между стейкхолдерами и целевыми аудиториями региональной социально-экономической системы — матрица может стать основой алгоритма регионального стратегирования. Авторы исследования определяют семантическую модель целевых региональных стратегий как динамическую информационную модель, позволяющую целевым образом распределить приоритеты ориентации на различные целевые аудитории. Эта

модель формируется на основе принципов МКИ и целевого стратегического профиля региона и основывается на схожих принципах, но несет уже другой смысл, нежели достижение взаимопонимания, решаемое через поиск точек соприкосновения между целевыми аудиториями. Одинаково значимы научная обоснованность, предполагаемый практический эффект от формируемой целевой стратегии и четкость формулировок в программных документах, которая решается с помощью представленного инструмента.

На вертикали (заголовки строк) модели расположены пять стратегических приоритетов, где первый является точкой наибольшего фокуса стратегии на целевой аудитории, а пятый, наоборот, имеет наименьший вес в выстраиваемой стратегии. Пять приоритетов позволяют выстроить семантический ряд региональной стратегии для каждой целевой аудитории, который станет основой для проектных команд, работающих в рамках предлагаемого алгоритма. Авторы исследования ставили цель помочь сформулировать целевую стратегию, но не составить ее окончательный вариант, поэтому направления, цели и задачи для первого приоритета — это лишь возможные примеры.

Модель формулировки целевых региональных стратегий

Семантическая модель формулировки целевых региональных стратегий — основа одного из последних этапов стратегиро-

вания, финальным же станет приобретение стратегией имени — завершающим смысловой цикл распределения приоритетности целевых аудиторий. Задача формулировки названий решалась с помощью перечислительной комбинаторики — перечисления количества различных конфигураций, перестановок, образуемых элементами конечных множеств, в данном случае пяти целевых групп воздействия, общее число ко-

торых 5 факториал (5!), т. е. 120 подвидов, в зависимости от приоритета.

В итоге был разработан алгоритм поэтапного регионального стратегирования, включающий как классические векторы деятельности, равно необходимые для успеха стратегического планирования: «Координация», «Разработка», «Экспертиза» и «Продвижение», так и этапы, связанные с разработкой целевой региональной стра-

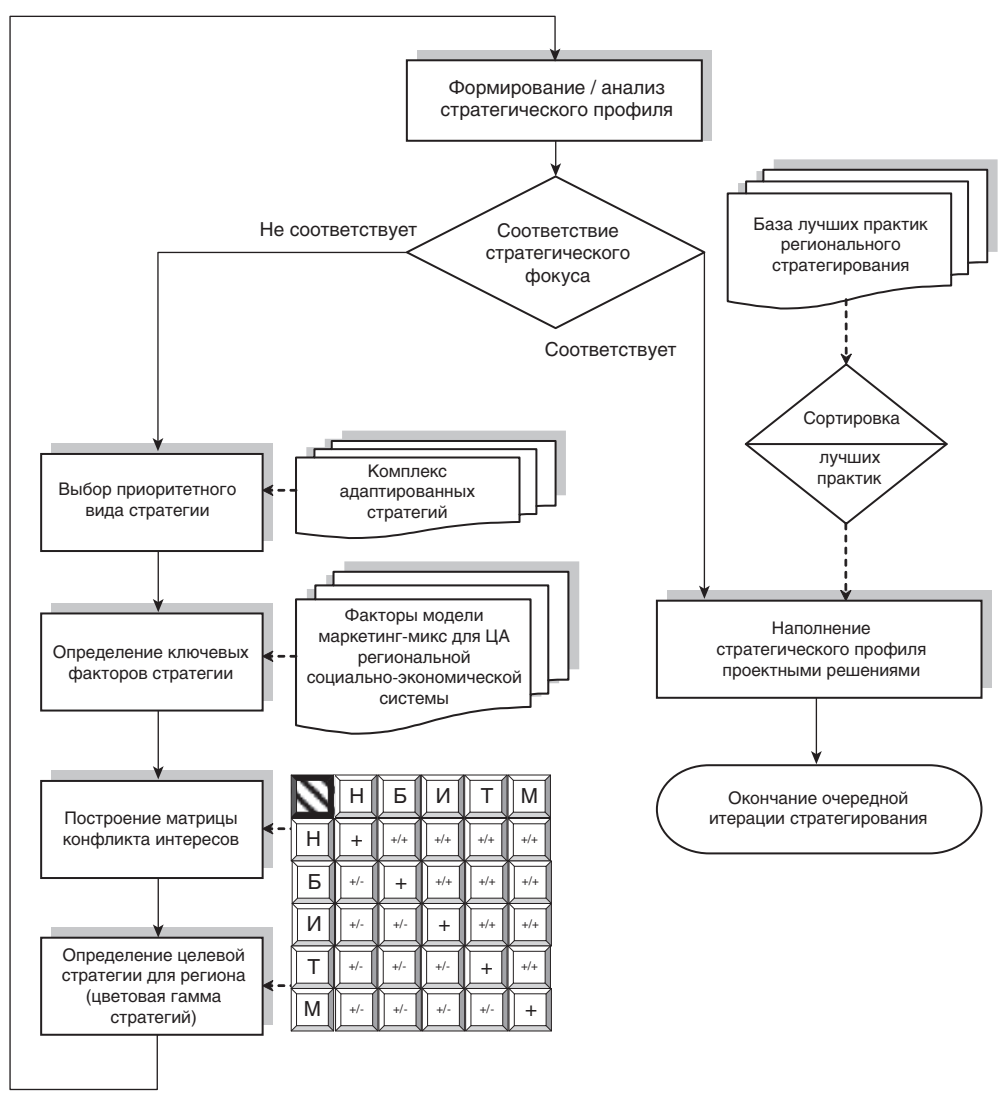


Рис. 1. Алгоритм регионального стратегирования

тегии и соответствующего стратегического профиля региона (рис. 1).

При этом с помощью циклических операторов в алгоритме предусмотрена возможность как первоначальной разработки стратегии территории, так и ее корректировки, в том числе в контексте целевой ориентации.

Авторами были разработаны рекомендации по реализации предложенного алгоритма с использованием инструментария регионального бенчмаркинга. Выделяется две стадии реализации: концептуальная, основанная на построении желаемой матрицы конфликта интересов и соответствующего ей стратегического профиля региона и проектная, основа которой — база лучших практик регионального стратегирования, сформированная одним из авторов, включающая более ста кейсов, структурированных в соответствии с целевыми группами воздействия и концепцией маркетинг-микс.

Заключение

На основе изложенного алгоритма целевого регионального стратегирования авторы рекомендуют формулировать программу развития региона. Опираясь на нее, создаются руководства для реализации отдельных составляющих программы: поиск средств, выделение территорий, обеспечение ресурсами и т. д. Важный документ — календарное планирование, где оговариваются сроки

реализации отдельных этапов программы. Под каждый проект создается техническая и экономическая документация, которая может быть представлена в виде моделей, эталонов.

Имеются разные способы оценки завершенности или незавершенности целей, но ни один из них не является единственным (экспертная оценка, стратегический итоговый анализ, сопоставление результатов с поставленными целями).

Довольно часто подведение итогов программы — не окончание ее действия, а переход к новой фазе реализации, тогда полученный результат фигурирует как факторы развития в новой концепции.

Список литературы

1. Родионова И. А. Региональная экономика. М., 2003. — 170 с.
2. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента / пер. с англ. / под. ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2002. — 304 с.
3. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д. Школы стратегий. СПб.: Питер, 2010. — 133 с.
4. Дойль П. Менеджмент: Стратегия и тактика. СПб.: Питер, 2009. — 118 с.
5. Принципы современного менеджмента в условиях модернизации социально-экономических систем: монография / Ю. А. Дмитриев, О. П. Звягинцева, И. Л. Каверзин, К. В. Хартанович. Владимир: ВИБ, 2010. — 27 с.

I. Kaverzin, Ph. D., Vice President for Science and Innovation, Vladimir Institute of Business, kilhouse@yandex.ru

S. Chervyakov, Postgraduate student, Vladimir Institute of Business, chervyakov_s@e-xe.ru

ALGORITHM OF MAKING REGIONAL STRATEGY BASED ON MATRIX OF CONFLICT OF INTEREST, SEMANTIC AND COLOR MODELS

The algorithm for making regional strategy briefly describes, based on the authors tool.

Key words: regional strategy, making regional strategy, the matrix of a conflict of interest, the semantic model.

ПОДПИСКА - 2012

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 2012 г.), подписной индекс **36207**;

по объединенному каталогу «Пресса России» (на 1–2-е полугодие 2012 г.),
подписной индекс **88060**;

через редакцию журнала, тел./факс: (495) 987-43-74.

Доставка осуществляется заказной бандеролью с уведомлением.

Руководитель службы маркетинга: Н. М. Ларионова

Тел.: (495) 663-93-88 (доб. 1839), e-mail: nlarionova@mfpa.ru

Электронный выпуск, а также отдельные статьи журнала можно приобрести на сайтах
www.e-library.ru и www.dilib.ru (к оплате принимаются все виды электронных платежей,
банковские карты, возможна также оплата с помощью SMS).

Учредитель ООО «Общество любителей коммерческих знаний»
Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77–25191

Редакция:

Заместитель главного редактора *А. И. Коваленко*

Литературный редактор *А. К. Наумко*

Дизайн макета и верстка *Б. В. Зипунов*

Адрес редакции:

125190, Россия, Москва, Ленинградский просп.,
д. 80, корп. Г, офис 202 (20)

Тел.: (495) 785-39-89 (доб. 1554); 8 (905) 510-00-58

e-mail: Alkovalenko@mfpa.ru; www.moderncompetition.ru

Наши реквизиты:

ООО «Синергия ПРИНТ»

ИНН 7702267103

КПП 771901001

ОГРН 1027700400375

Р/с 40702810100000000371

ООО КБ «НР Банк» г. Москва

К/с 30101810400000000435

БИК 044579435

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 «Синергия ПРИНТ»

Подписано в печать: 18.11.2011.

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в ООО «Галлея-Принт».
111024, г. Москва, ул. 5-я Кабельная, д. 2 Б
Заказ № 158.