

научно-практический журнал

современная КОНКУРЕНЦИЯ

Май-июнь 2012 года

№3 (33)

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 третьем номере журнала читатели ждут интересные работы по теории предпринимательства, антимонопольному регулированию, отдельным аспектам конкурентоспособности бизнеса и конкуренции на разных отраслевых рынках.

Номер открывает статья **А. И. Коваленко** и **С. А. Зарецких** представляющая собой отчет о панельной дискуссии, посвященной рассмотрению профессионально-ориентированного подхода к предпринимательской деятельности.

В рамках выявления духовной основы предпринимательства авторы **А. В. Сазанова** и **Ю. В. Таратухина** характеризуют ментальность россиян и поведение российского менеджмента с точки зрения энтометрического и ценностного подходов.

В работе **Т. И. Шайхеева** теоретически осмысливаются такие концептуальные категории, как «конкурентное право», «конкурентные правоотношения», «право на конкуренцию», «злоупотребление правом» и др.

А. В. Кожинский анализирует административную и судебную правоприменительную практику антимонопольного регулирования на рынке реализации электроэнергии, а также характеризует новации в антимонопольном законодательстве.

Статья **К. А. Кудрявцева** посвящена важному практическому вопросу об обоснованности внесения изменения в Реестр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение, без проведения анализа конкурентной среды рынка.

Авторы **Н. М. Куршиева** и **Г. М. Шамарова** используют оригинальный подход к анализу концепции конкурентоспособности персонала применительно к государственной и муниципальной службе.

Н. В. Тумаланов, В. В. Иванов и **Э. Н. Тумаланов** исследуют процессы изменения структурных характеристик рынка агропродовольственной продукции, масштабов предприятий, условий дифференциации продукции, и барьеров входа в рынок и выхода из него.

Отметим также статью **О. С. Куропаткиной**, в которой последовательно рассматриваются категории «конкуренция» и «конкурентоспособность организаций» применительно к рынку страховых услуг.

Также в номер вошли не менее интересные статьи, характеризующие отдельные конкурентные стратегии менеджмента в контексте обеспечения конкурентоспособности организаций. **М. В. Ботнарюк** описывает сетевой подход к работе морского транспортного узла, **Н. Ю. Ярошевич** изучает консолидационные стратегии аэропортовой отрасли, а **В. Е. Кацман** приводит большой массив данных, демонстрирующий конкурентоспособность региональных программ подготовки оценщиков.

Главный редактор
Ю. Б. Рубин

СОДЕРЖАНИЕ

Теория предпринимательства

Коваленко А. И., Зарецких С. А.

Дискуссия о профессионально-ориентированном подходе к предпринимательству 3

Сазанова А. В., Таратухина Ю. В.

О методах анализа экономического поведения россиян в условиях конкурентной среды 9

Антимонопольное регулирование

Шайхеев Т. И.

О некоторых категориях конкурентного (антимонопольного) права 15

Кожинский А. В.

Правоприменительная практика антимонопольного регулирования рынка электроэнергетики 25

Кудрявцев К. А.

Методические вопросы порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке 35

Конкурентоспособная Россия

Куршиева Н. М., Шамарова Г. М.

Проблемы конкурентоспособности государственных и муниципальных служащих. . 45

Дмитриев Ю. А., Царьков Д. А.

Методы определения конкурентоспособности региона: анализ основных недостатков 58

Конкурентоспособность бизнеса

Каганов В. Ш.

Элементы стратегии обеспечения конкурентоспособности бизнеса с помощью корпоративного обучения. 62

Отраслевые рынки

Куропаткина О. С.

Особенности определения конкуренции и конкурентоспособности страховых организаций. 71

Тумаланов Н. В., Иванов В. В., Тумаланов Э. Н.

Изменение условий конкуренции на рынке агропродовольственной продукции. 80

Ярошевич Н. Ю.

Консолидация аэропортовой отрасли: зарубежный опыт и российская практика 88

Ботнарюк М. В.

Методология формирования морского транспортного узла как института сетевых партнерских отношений 98

Рынок образования

Кацман В. Е.

Системный подход к повышению конкурентоспособности программ подготовки оценщиков в Российской Федерации 111

Богачев С. А.

Направления подготовки как фактор конкурентоспособности учебного заведения . . . 125

Сальникова Л. Ю.

Пути совершенствования механизма управления конкурентоспособностью выпускника вуза на рынке труда 129

Микитенко И. В.

Модульно-компетентностный подход в среднем профессиональном образовании . . 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

Светуных 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

Шаститко Андрей Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор МГУ им. М. В. Ломоносова

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

Коваленко А. И., канд. экон. наук, заместитель главного редактора журнала «Современная конкуренция», г. Москва, alkovalenko@mfp.ru

Зарецких С. А., помощник руководителя отдела маркетинга научной редакции МФПУ «Синергия», г. Москва, hromes6@gmail.com

ДИСКУССИЯ О ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОМ ПОДХОДЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

Данная работа представляет собой отчет о части научного мероприятия, посвященного рассмотрению профессионально-ориентированного подхода к предпринимательской деятельности. В статье, помимо краткого анализа и обобщения научной дискуссии, произошедшей 19 апреля 2012 года в МФПУ «Синергия», раскрывается теоретическое обоснование профессионализации предпринимательства.

Ключевые слова: профессиональное предпринимательство, предпринимательская занятость, профессиональные предпринимательские компетенции.

Введение

В рамках VII Международного научного конгресса «Роль бизнеса в трансформации российского общества — 2012» журнал «Современная конкуренция» организовал панельную дискуссию «Современный взгляд на конкурентную политику в России», которая состоялась 19 апреля.

Несмотря на заявленную тему и внушительные доклады, самым рассматриваемым и обсуждаемым стал вопрос о профессиональном характере предпринимательской деятельности.

Краткий репортаж с этой дискуссии представляется вниманию читателей журнала.

Профессиональное предпринимательство

Следует сделать предупреждение, объясняющее подобный поворот дискуссии.

Несмотря на общероссийский характер панельной дискуссии (на ней присутствовали представители экономических факультетов вузов Москвы, Подольска, Владимира, Твери), большинство ее заинтересованных участников представляли кафедру теории и практики конкуренции МФПУ «Синергия» — вуза, ежегодно организующего и проводящего Международный научный конгресс «Роль бизнеса в трансформации российского общества».

Научно-педагогическая школа кафедры теории и практики конкуренции МФПУ «Синергия» работает над созданием специальной теории конкуренции, которая, помимо прочего, постулирует профессиональный характер конкурентных действий, составляющих содержание предпринимательской деятельности. Более того, предпринимательство наделяется свойствами и характеристиками профессиональной деятельности.

Наиболее развернуто эта точка зрения изложена в «Курсе профессионального

предпринимательства»¹, рекомендованного Министерством образования и науки РФ в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям.

Устойчивые признаки предпринимательства по своей совокупности образуют не просто предпринимательские функции, а целую предпринимательскую профессию.

Предпринимательская функция — это один из терминологических способов фиксации того общего, что было характерно для деятельности особой социально-экономической группы людей на протяжении человеческой истории, что характеризовало и характеризует предпринимательство как особый род профессиональных занятий людей.

Предпринимательская деятельность во все времена проявляла себя не просто в «предпринимательской функции», а в предпринимательской профессии, которая включала разнообразные функции, состоящие из совокупности вполне определенных профессиональных действий².

Обычно, когда говорят о профессиональной принадлежности того или иного человека, в расчет принимают лишь предметные и отраслевые особенности трудовой деятельности, в то время как способы вовлечения людей в трудовую деятельность остаются без должного освещения. Поэтому при традиционном перечислении профессий находится место сталеваварам, врачам, геологам, милиционерам, официантам, бухгалтерам, электромонтерам, представителям иных профессий, однако профессиональным предпринимателям достойного места в этом списке, как правило, не находится.

Между тем, когда источником существования людей становится именно предпринимательство, и люди самостоятельно начисляют себе вознаграждение по резуль-

татам своей собственной работы, предпринимательство в полной мере превращается в сферу профессиональной деятельности.

Тем самым предпринимательская функция выполняется людьми благодаря предпринимательскому труду (предпринимательскому бизнесу), который в своем развитом состоянии формирует специфическую предпринимательскую профессию³.

Вопрос о границах понятия «профессиональное предпринимательство» рассмотрен в «Курсе профессионального предпринимательства» следующим образом.

Как и всякая разновидность человеческой деятельности, предпринимательство вовсе не всегда является профессиональным. Как и везде, здесь применимы определения профессионального предпринимательства и непрофессионального предпринимательства.

Предпринимательская деятельность становится профессиональной в тех случаях, когда люди, ведущие эту деятельность:

- осуществляют совокупность действий, отличающих данную профессию от любой другой;
- стремятся соответствовать признанному в обществе уровню профессионализма в своей деятельности, получить признание в качестве профессионалов в своем деле;
- занимаются ею регулярно (постоянно) либо систематически, в организованном ими самими порядке;
- осуществляют ее рационально и целенаправленно, ориентируясь на заранее планируемые результаты, сопоставляя планируемые результаты своих действий с планируемыми затратами, а фактические результаты — с фактическими затратами;
- занимаются ею ради получения доходов, выгоды, воспроизведения и развития своей жизни, а также жизни своих близких.

Непрофессиональной предпринимательская деятельность становится в тех случаях,

¹ Рубин Ю. Б. Курс профессионального предпринимательства: учебник. 11-е изд., перераб. и доп. М.: МФПА, 2011.

² Там же. С. 61–62.

³ Там же. С. 62–63.

когда для людей, осуществляющих предпринимательские действия, она:

- рассматривается не как источник доходов для удовлетворения потребностей, а всего лишь как хобби, азартная игра или способ релаксации;
- является эпизодическим увлечением на фоне каждодневной рутины, способом реализации сиюминутных желаний, случайным порывом души;
- опирается не на рациональное целеполагание — выдвижение и обоснование целей, которые основывались бы на соотношении результатов и затрат планируемой деятельности, а на внутренние убеждения либо сильные желания, не имеющие рациональной мотивировки;
- не отражает стремление соответствовать признанному в обществе уровню профессионализма (в этих случаях предпринимательство охватывает, как правило, бездарно осуществляемые действия);
- состоит из несистемного осуществления действий, относящихся к предпринимательской профессии, либо вообще представляет собой бессмысленную работу⁴.

Открытая публичная дискуссия

Теперь перейдем непосредственно к тому, что происходило на Панельной дискуссии 19 апреля 2012 года.

В рамках дискуссии была осуществлена попытка критически переосмыслить теоретическое положение о профессиональном характере предпринимательства, проверить его аргументацию и доказательную базу, а также сформировать позитивные выводы и практические следствия из концепции профессионального предпринимательства.

Прежде всего, перед преподавателями кафедры Теории и практики конкуренции

был поставлен вопрос, согласны ли они с профессионально-ориентированным подходом к предпринимательству. Выяснилось, что подавляющее большинство не только согласно с этим взглядом, но и не видит ему никаких альтернатив и возражений. В результате длительной практики преподавания в сознании ППС концепция профессионального предпринимательства стала аксиоматичной, не требующей доказательств и обоснования.

Однако описанная выше научная дискуссия на страницах журнала «Современная конкуренция» показывает, что такое доказательство необходимо.

Таким образом, вновь были поставлены следующие вопросы:

- Может ли «профессионализм» распространяться на юридические лица, организации, структуры?
- Является ли предпринимательство трудом?
- Является ли предпринимательство квалифицированной деятельностью?
- Является ли предпринимательство профессией?

Критика профессионально-ориентированного подхода к предпринимательству на панельной дискуссии развернулась следующим образом.

Было подвергнуто сомнению положение о том, что любые способы вовлечения людей в трудовую деятельность можно называть профессией. Другим словами, нет никаких оснований утверждать, что трудовая занятость сама по себе предполагает профессиональный характер. Так, любой неквалифицированный труд не имеет профессионального содержания, так как не требует особых знаний, умений, компетенций и опыта.

Бесспорным является отнесение предпринимательства к samozанятости, но samozанятость не только не предполагает профессионально-ориентированного подхода, более того, она его исключает. Профессional — всегда наемный работник, получаю-

⁴ Рубин Ю. Б. Курс профессионального предпринимательства: учебник. 11-е изд., перераб. и доп. МФПА, 2011. С. 62–63.

щий вознаграждения от нанимателя за профессиональное выполнение определенных трудовых функций. Именно факт продажи своей трудовой функции и отчуждение от работника процессов и результатов труда делает из «любителя» «профессионала». В случае предпринимательской самозанятости всего этого не происходит, равно как и не происходит квалификационного отбора профессионала для занятия определенного рабочего места.

Таким образом, было выдвинуто два отличительных критерия профессионализма: квалификация и найм, которым предпринимательская деятельность не соответствует.

Фундаментальный принцип научной методологии предполагает, что любые используемые термины (в том числе и «предпринимательство», и «профессия»), должны иметь четкие определения (пределы своего объема). Исследователь, оперирующий научным термином «профессия», должен четко понимать, что есть профессия, а что профессией не является. Например, участники панельной дискуссии по-разному отвечали на вопрос о том, может ли «профессия» распространяться на организации, юридические лица, на бизнес. Ответ на этот вопрос зависит от того, можно ли компании вменять личностные характеристики. Например, в правоведении принято рассматривать юридическую личность организации.

Также приходится различать повседневную трудовую деятельность индивида, формальную должность работника, совокупность освоенных компетенций и квалификацию в документе о профессиональном образовании. Какая профессия у человека, имеющего диплом юриста, оформленного в должности повара, фактически занимающегося экспедицией продуктов, и профессионально владеющего китайским языком?

Приходится констатировать, что в отношении понятия «предпринимательство» при-

сутствует не меньшая неопределенность, чем у границ содержания «профессионализма».

При рассмотрении деятельности предпринимательской структуры возникает вопрос о том, кто в организации является предпринимателем. Обычно это исполнительный директор, совет директоров, отдельные мажоритарные акционеры. Но можно расширить понятие предпринимательской деятельности, включив в него «самопредпринимательство», внутрифирменное и личное предпринимательство. Тогда предпринимателем становится любой индивид, предпринимающий что-то в экономическом обороте, который является носителем профессиональных интересов. Первый в истории человечества обмен «палки на банан» можно также признать актом предпринимательства.

Используя два таких «облачных» понятия, участники дискуссии стали приводить пограничные примеры, тем самым размывая границы понятий.

Приводились примеры профессиональных спортсменов и любителей спорта, профессиональных художников и людей, увлекающихся рисованием, профессиональных ремонтников и самостоятельного ремонта, профессионального и частного извоза, профессионального фондового инвестора и гражданина, которому просто подарили акции.

Предпринимательской деятельностью занимаются хозяйствующие субъекты — индивидуальные предприниматели и юридические лица, которые по своей сути есть специальные организационно-правовые формы.

Критика профессионально-ориентированного подхода

По мнению критиков профессионально-ориентированного подхода к предпринимательству в отношении хозяйствующих субъектов как зарегистрированных органи-

зационных форм и предпринимательских структур, вопрос о профессиональном содержании предпринимательской деятельности вообще лишается смысла.

Критика концепции профессионального предпринимательства также заключалась в невозможности выявить конкретные профессиональные компетенции предпринимателя, которые были бы содержанием предпринимательства как профессии в межатраслевом аспекте. Какие компетенции должны быть у предпринимателя, чтобы он стал профессиональным?

Предпринимательский характер деятельности накладывается на специальные, отраслевые и предметные функции. Профессиональный предприниматель может заниматься частным извозом, играть на бирже и т. п. При этом каждый раз, помимо предпринимательских, реализуются основные отраслевые компетенции и знания.

Личное предпринимательство может проявляться в смене профессии, и тогда профессия получается надпрофессиональной.

Критики профессионально-ориентированного подхода обвиняли его сторонников в нарушении принципа «бритвы Оккама» — не множить сущности без необходимости. Профессиональное содержание предпринимательства было объявлено такой категорией, которая не несет в себе реального позитивного содержания. И следует отказаться от исследования того, чего не существует. От введения в оборот научного термина «профессиональное предпринимательство» не возникает положительный научный эффект. Категория «профессионального предпринимательства» показалась слишком туманной. При разделении предпринимательства на профессиональное и непрофессиональное не происходит приращение научного знания.

Категории «профессионализма» и «предпринимательства» всеми возможными способами соотносятся и несоотносятся друг

с другом. Четкая разница между профессиональным и непрофессиональным предпринимательством означает только то, что предпринимательство — серьезное и нелегкомысленное занятие.

О едином профессиональном содержании предпринимательской деятельности в разных предметных областях говорить излишне, так как профессиональное содержание проявляется с помощью предметных (отраслевых) профессиональных компетенций.

За конкретными профессиями закреплены четкие профессиональные компетенции, набор знаний, умений и опыта. Эти четкие предметные описания работают «как лом», «железобетонно».

Напротив, у предпринимательской деятельности все категории приобретают вероятностный, оценочный, расплывчатый, субъективный характер. Не существует четкого набора предпринимательских профессиональных компетенций, который был бы проявляем иначе, чем профессиональные компетенции предметной области.

При формулировании профессиональных компетенций предпринимательства возникают такие абстрактные формулировки качеств и свойств, которые по сути есть никак не верифицируемое наполнение компетентностного формата. Они могут быть оценены и выявлены в процессе наблюдения предметной профессиональной деятельности.

Также, в связи с вводом категорий профессионального и непрофессионального предпринимательства, было указано на опасность, заключающуюся в том, что в предпринимательском сообществе может случиться некоторый раскол: произойдет выделение отдельных групп предпринимателей, которые будут называть себя «профессиональными», и они придумают критерии, позволяющие дискредитировать конкурентов.

Сторонники профессионального подхода к предпринимательству содержательно аргументировали свою позицию.

В пользу профессионального предпринимательства свидетельствуют сами предприниматели. Для них очевидно, что предпринимательство является профессиональной деятельностью. Это такая же профессиональная деятельность, которая отличается от других профессиональных деятельностей тем, что осуществляется не на чужих рабочих местах, а на своих. Предприниматели создают себе рабочее место, и на этом рабочем месте занимаются профессиональной деятельностью.

Профессиональный предприниматель является владельцем собственного бизнеса и его управляющим. Но при этом его профессия является надпрофессиональной. И профессиональное содержание его предпринимательства также может быть представлено в виде компетенций.

Но профессиональным является только такое предпринимательство, которое имеет в качестве источника дохода именно предпринимательские, а не иные профессиональные компетенции.

Отдельный смысл в профессионально-ориентированном подходе к предпринима-

тельству связан со «степенью профессионализма», понятиями профессионального мастерства, профессионального опыта. Так что профессиональными предпринимателями можно назвать тех, кто долгие годы получает доход от предпринимательской самозанятости.

Профессиональное предпринимательство — это род предпринимательской деятельности человека, владеющего комплексом специальных компетенций, теоретических знаний и практических навыков, приобретенных в результате специальной подготовки, и предпринимательского опыта.

Список литературы

1. Рубин Ю. Б. Курс профессионального предпринимательства: учебник. 11-е изд., перераб. и доп. М.: МФПА, 2011.
2. Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010, №3.
3. Коваленко А. И. О конкуренции теорий конкуренции // Современная конкуренция. 2010, №6.

A. Kovalenko, PhD (Economics), Scientific Editor in Modern Competition Journal, Moscow, alkovalenko@mfpa.ru

S. Zaretskyh, Assistant Director of Marketing in Editorial Office, MFPU «Synergy», Moscow, hromes6@gmail.com

DISCUSSION OF PROFESSIONAL-ORIENTED APPROACH TO ENTREPRENEURSHIP

This paper is a report of scientific discussion devoted to the professional-oriented approach to business.

In addition to a brief analysis and generalization of scientific debate, which occurred 19 April 2012, in MFPU «Synergy», this paper discloses a theoretical justification for the professionalization of entrepreneurship.

Key words: professional entrepreneurship, business employment, professional entrepreneurial competence.

Сазанова А. В., соискатель Института экономики и предпринимательства, г. Москва,
anna-sazanova@yandex.ru

Таратухина Ю. В., канд. филол. наук, доцент кафедры «Инновации и бизнес в сфере ИТ» НИУ ВШЭ, г. Москва, *jtaratuhina@hse.ru*



О МЕТОДАХ АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЯН В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

В статье рассматриваются отдельные характеристики ментальности россиян, влияющие на их экономическое поведение. Раскрываются показатели этнометрического и ценностного подходов, концепция «унаследованной иррациональности» в контексте экономической ментальности россиян, а также характеристики поведения российского менеджмента.

Ключевые слова: экономическое поведение, менталитет, этнометрический подход, концепция «унаследованной иррациональности», культура предпринимательства.

Введение

В настоящей работе рассматривается связь между национальной ментальностью и экономическим поведением индивидов в России в рамках системы экономической культуры. В целом влияние национальной ментальности на экономическое поведение населения уже исследовалось и продолжает активно исследоваться в ряде общественных дисциплин, как у нас в стране, так и за рубежом.

Как отмечает А. М. Коган, капиталистический дух изначально предопределяется менталитетом субъектов рынка. Понятие «менталитет», «ментальность» фиксирует своеобразие сознания, мышления каждого народа, отражает те его многовековые традиции, которые способствуют или не способствуют интеграции хозяйствующего субъекта в рыночную капиталистическую систему, его становлению как субъекта современного высокоразвитого капиталистического рынка XXI века. Ментальность хозяйствующих

субъектов, адекватная рыночной, капиталистической системе, проявляется, реализуется в их капиталистическом духе¹.

Следует отметить, что существует огромное количество вопросов, на которые экономическая теория даже сегодня не может дать однозначного ответа. Отсутствие полных данных о поведенческих особенностях не позволяет досконально изучить поведение людей в сфере хозяйственной деятельности человека. Именно поэтому в данной работе будет затронут вопрос человеческой психики и психогеномики.

Ю. Я. Ольсевич в своей книге утверждает: «в экономических теориях психика человека представлена не менее противоречиво, чем в концепциях психологов»².

¹ Коган А. М. Духовные основы конкурентоспособной экономической системы: теория М. Вебера и современность (контуры проблемы) // Современная конкуренция. 2011, № 3 (27). С. 11.

² Ольсевич Ю. Я. Психологические основы экономического поведения. М.: ИНФРА-М, 2009.

Кроме того, поведение людей в процессе хозяйственной деятельности описывается с использованием методов, которые «рождены» психологией, социологией, политологией, лингвистикой, историей и иными науками об обществе.

Основные показатели этнометрического подхода Г. Хофстеде

Одной из самых известных концепций измерения экономической ментальности представителей разных наций является «поведенческая экономика» А. Тверски и Д. Канемана. Другой — этнометрия Г. Хофстеде³, представляющая собой направление этносоциальных исследований, в котором анализируются ментальные характеристики различных этнических групп и социальных типов предпринимательства. В теоретической части данной работы используются положения концепции Г. Хофстеде.

Интересно рассмотреть специфику экономической ментальности жителей России, опираясь на этнометрический подход, разработанный Г. Хофстеде, который выделил несколько основополагающих аспектов, характеризующих специфику поведенческой коммуникации в разных культурах.

К таким аспектам относятся:

- самоориентация личности, оцениваемая индексом индивидуализма/коллективизма;
- ориентация на власть и авторитет, измеряемая степенью иерархической дистанционности;
- готовность к риску, уровень которой определяется степенью избегания неопределенности;
- мужской или женский стиль деловых взаимоотношений, ориентированный на достижения;
- долгосрочная ориентация — показатель социального прагматизма и стратегической ориентации на будущее.

Рассмотрим соотношение «индивидуализм/коллективизм». В настоящее время считается, что степень российского индивидуализма растет вместе с ростом среднего класса. Особенно это заметно в крупных городах и городах-миллионниках. Коллективистские ценности на настоящий момент явно доминируют в российской системе ценностей, однако следует отметить, что индекс индивидуализма/коллективизма сильно зависит от географического фактора. По мере перемещения на юг и восток России и в сельские регионы степень коллективизма изменяется в сторону повышения.

Степень иерархической дистанционности или индекс «Высокая и низкая дистанция власти». По мнению Г. Хофстеде, Россия характеризуется как страна, имеющая одну из самых высоких дистанций власти в мире и находится в одном ряду с Китаем, странами Арабского мира, Индией и др. Уважение к власти и силе находится в ряду наиболее значимых ценностей для россиян и играет немаловажную роль в российской системе менеджмента.

По параметру степени избегания неопределенности Россия относится к ряду стран с высокой степенью избегания неопределенности. Это объясняет ту легкость, с какой россияне идут на риск. Риск, удаль и «авось» присущи русскому характеру и отражены в менталитете и национальной когнитивной картине мира и поведенческих моделях. В деловой культуре россиянам часто присущ ментальный и поведенческий иррационализм, чувство миссионерства и исключительности и культивирование подхода «win-lose».

По параметру мужского или женского стиля деловых взаимоотношений Российское пространство неоднозначно. Россия занимает срединное положение между женственными и мужественными культурами, склоняясь больше, однако, в сторону мужественности. С. П. Мясоедов утверждает, что «мужественность» в России — удел элиты, больших городов и формирующегося среднего класса. В малых городах и сельской

³ Hofstede G. Culture's Consequences, International Differences in Work Related Values, Sage, 1980. — 236 p.

местности доминирует женский тип культуры⁴.

В столичных городах и городах-миллионниках преобладает мужской стиль, характеризующийся напористостью, жесткостью, стремлением к материальному успеху в ущерб интересу к другим людям и т.п. В маленьких городах эта тенденция прослеживается слабее.

Параметр, называемый Хофстеде *долгосрочной ориентацией*, в настоящей работе будет представлять для нас наибольший интерес. Данный показатель отражает то, насколько общество проявляет прагматизм и стратегически ориентируется на будущее.

По мнению С. П. Мясоедова, в отношении фактора времени различия между большими и малыми городами России, ее европейской и азиатской частями достаточно велики. В мегаполисах время, как правило, линейно, спрессовано и дорого ценится. На юге и востоке страны, в малых населенных пунктах линейность и ценность времени уменьшается. Оно растягивается, оно перестает носить векторный характер и начинает приобретать характер спирали. На первый план выходят личные отношения. В северной части России распространена моноактивность деловой культуры, на юге, напротив, прослеживается полиактивность.

Влияние ценностей на поведение (концепция Ш. Шварца)

Под ценностями традиционно принято понимать представления о важных и значимых вещах в жизни. Все базовые национальные и культурные ценности, как правило, лежат в сфере следующих дихотомий: открытость новому опыту — приверженность традициям, стремление к власти — гармония в отношениях и т.п.

Если глубже вникать в генезис ценностей, то в такую ценность, как «открытость

изменениям», входит самостоятельность, риск и новизна, гедонизм; ценность «сохранение» подразумевает под собой безопасность, порядок, стремление к традициям; «забота» содержит в себе толерантность, равенство; «самоутверждение» — достижения, власть и богатство.

Типичный представитель Западной и Северной Европы высоко ценит новизну, самостоятельность, возможность хорошо проводить время. В Центральной и Восточной Европе данные ценности не так ярко выражены. Здесь значимой является безопасность. Для россиян безопасность вообще доминирующая ценность, что нередко находит отражение в деловых отношениях. Также россияне больше других европейцев ориентированы на самоутверждение (достижения, социальная значимость, власть) и меньше других европейцев ценят альтруистические проявления.

В экономически благоприятных странах альтруистические ценности стоят намного выше, чем в России. У россиян существует мнение, что добиться успеха можно лишь в жесткой конкуренции с другими. Россиянам, так же, как североамериканцам и некоторым народам Европы, присущ индивидуализм, однако у всех остальных народов индивидуализм не обязательно подразумевает под собой жесткую конкуренцию.

Концепция «унаследованной иррациональности» в контексте экономической ментальности россиян

Психологические основы экономического поведения рассматриваются главным образом в рамках концепции «основы экономического поведения» или «мейнстрим экономического поведения», использующей такую модель экономического поведения, в основу которой положены следующие допущения или аксиомы:

- 1) индивид действует рационально;
- 2) индивид стремится максимизировать свое благосостояние.

⁴ Мясоедов С. П. Основы кросс-культурного менеджмента: Как вести бизнес с представителями других стран и культур. М.: Дело, 2003.

При этом индивид пользуется определенными целями и средствами. Выбор целей определяется индивидуальными предпочтениями и, как правило, иррационален. Средства достижения заданных целей выбираются человеком рационально. Отсюда следует, что в рамках данной модели человек в экономической деятельности иррационально ставит перед собой некие цели и рационально реализует их.

Однако существуют и другие допущения и аксиомы, описывающие экономическое поведение, которые разделяются большинством ученых. Это допущения о том, что психика и поведение человека на 50% зависят от генетической предрасположенности, а на 50% всецело подвластны воспитанию и «окружающей среде», в которой обитает человек.

Например, исследуя первоосновы рыночной, капиталистической системы, А. М. Коган фиксирует внимание на том, что истоки капиталистического духа даны или не даны рабочему от рождения, у одних людей существует генетическая предрасположенность к рыночной капиталистической деятельности, у других — к занятиям музыкой, литературой, спортом и пр. Истоки капиталистического духа субъектов рынка — духа экономической предприимчивости и работы по найму — даны от природы не всем людям, не все они предрасположены к предпринимательству или к работе по найму⁵.

Синтез разных подходов к описанию экономического поведения позволяет сделать предположение, что российская экономическая ментальность состоит из «унаследованной иррациональности». Такая унаследованная иррациональность есть не что иное, как 50%-ный вклад генетической предрасположенности.

Согласно проведенным исследованиям группы ученых под руководством В. З. Та-

рантулы, выделяют три фактора формирования генетической предрасположенности, а именно:

1) генетическая наследственность составляет основу человеческого поведения;

2) генетически передаются не только общечеловеческие черты поведения, но и психические различия между людьми;

3) для понимания людей в любой сфере деятельности надо исходить из реальной генетической основы, из психики⁶.

Следовательно, у разных психогеномных типов людей не может быть одинакового подхода к жизненным ценностям, к таким понятиям, как «благосостояние» и «максимизация благосостояния». Соответственно, разные типы предпринимательства, например, западный и российский, могут приносить плоды своей хозяйственной деятельности только в своем социуме. «Каждый социальный тип предпринимательства обладает генетической памятью, входит в ядро трудовой культуры и устанавливает свои правила игры». В реальной жизни мы видим, что невозможно импортировать тип западного предпринимательства.

Наряду с существующими различиями культурных ценностей у различных слоев общества (индексами) и их влиянием на специфику экономического поведения, в России сегодня отмечается высокая степень отсутствия доверия к государству со стороны домохозяйств. Между тем именно локальные цели домохозяйств являются побудительными мотивами, стимулирующими успешную предпринимательскую деятельность.

То есть наблюдается институциональное недоверие к государству и элите при принятии долгосрочных решений, что отчасти связано с различиями типов психики существующей элиты и остальной массы населения, а, следовательно, и той окружающей среды, которая вырабатывает нормы поведения.

⁵ Коган А. М. Духовные основы конкурентоспособной экономической системы: теория М. Вебера и современность (контуры проблемы) // Современная конкуренция. 2011, № 3 (27). С. 11.

⁶ Тарантул В. З. Геном человека. Энциклопедия, написанная четырьмя буквами. М., 2003.

Влияние институциональной зависимости на принятие решений представителей среднего класса

В течение истории только XX–XXI веков мы наблюдаем, как в ходе социальных изменений неоднократно происходит образование новой элиты, другие слои постепенно люмпенизируются, и между двумя критическими массами формируется «средний класс». Под средним классом будем понимать группы людей в соответствии с признаками, описанными в работе Л. А. Беляевой⁷.

Россия и на сегодняшний день представляет из себя развивающуюся страну с элементами рыночной экономики: страну богатых и бедных. Появившаяся прослойка нового среднего класса живет одним днем, находясь в постоянном беспокойстве за свое будущее. Спасение «среднего класса» — дело рук самого «среднего класса»: каждый выживает, как может. Однако даже те институты, которые во всем мире служат инструментами, обеспечивающими достойную старость работающего среднего класса, не подкреплены никакими гарантиями со стороны государства.

Очевидно, что проблема формирования и обеспечения среднего класса не существует сама по себе, она вытекает из другого более сложного явления, такого как институциональное доверие, т. е. доверие к правительству, государству. Таким образом, принятие решения отдельно взятым человеком о своем пенсионном обеспечении и защите своего будущего всецело зависит от институционального доверия, т. е. доверия к власти, бизнесу, СМИ и другим организациям. Именно эти организации, главным образом, влияют на формирование общественных «правил игры».

⁷ Беляева Л. А. Социальная стратификация и средний класс в России: 10 лет постсоветского развития. М.: Academia, 2001.

На поведение покупателя в рамках существующей экономической системы влияет низкое институциональное доверие. Аналогичное низкое институциональное доверие при принятии решений было отмечено в разные временные отрезки развития государства. Из этих доводов следует объяснение унаследованной иррациональности среди граждан, определяющей поведенческие особенности, которые нашли отражение в культурных индексах.

Характеристики поведения российского менеджмента

По мнению С. П. Мясоедова касательно специфики российского менеджмента, существует несколько мифов: об иррациональности управления в России, об уникальности российской деловой культуры, о влиянии территориальных и климатических факторов на особенности характера и поведения россиян. Данные мифы и стереотипы существенно влияют на модели поведения и подходы к решению задач в российской деловой культуре.

Одними из типичных особенностей поведения являются привычка к авралам и нелюбовь к ритмичной работе, что этимологически издавна обусловлено интенсивной работой в течение короткого лета и вялым ритмом жизни зимой. Отсюда следует обычное явление работать рывками, выполнять огромный объем работы за короткий промежуток времени, откладывать все до последнего.

Следующая характерная особенность, по мнению вышеперечисленных исследователей — подозрительность в отношении иностранцев и незнакомцев, которая действительно имела место в российской ментальности еще задолго до советского времени.

Следующей характерной особенностью являются пессимистические ожидания, зависть, круговая порука.

В настоящий момент нельзя не признать тот факт, что традиционная российская де-

ловая культура со временем трансформировалась.

В книге С. П. Мясоедова⁸ выделены некоторые особенности поведения российских менеджеров. По результатам оценки экспертов-практиков, их основными качествами являются: жесткость, авторитарность, неумение делегировать функции, готовность к риску, переоценка собственного профессионализма, склонность делать ставку больше на эмоции, а не на разум, привычка строить бизнес на личных контактах. В процессе деятельности идет ориентация на отношения, а не на результат. Часто можно отметить недостаток инициативы, самодисциплины и самомотивации, упование на «авось», легкую адаптацию к стрессам и переменам.

Заключение

Можно сделать вывод о том, что Россия представляет собой страну с высоким уровнем дистанции власти, повышенным индексом коллективизма и отличным от западного «духа капитализма», что неизменно находит отражение в том числе и в экономическом поведении россиян. Что касается такого критерия, как ориентация на долгосрочность, то Россию можно назвать обществом с краткосрочной ориентацией. Это, в частности, подтверждается неуверенно-

стью в завтрашнем дне, отсутствием интереса к долгосрочным инвестициям, многочисленными барьерами современным предпринимателям и т. п.

Список литературы

1. Афанасенко И. Д. Россия в потоке времени. История предпринимательства. СПб.: «Издательство «Третье тысячелетие», 2003.
2. Беляева Л. А. Социальная стратификация и средний класс в России: 10 лет постсоветского развития. М.: Academia, 2001.
3. Крысько В. Т. Этнопсихология и межнациональные отношения. Курс лекций. М., 2002.
4. Коган А. М. Духовные основы конкурентоспособной экономической системы: теория М. Вебера и современность (контуры проблемы) // Современная конкуренция. 2011, №3 (27). С. 11.
5. Мясоедов С. П. Основы кросс-культурного менеджмента: Как вести бизнес с представителями других стран и культур. М.: Дело, 2003.
6. Нуреев Р. М. Экономика развития: модели становления рыночной экономики. Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2001.
7. Латов Н., Латов Ю. Этнометрические подходы к сравнительному анализу хозяйственно-культурных ценностей. Экономика и социальная психология. С 80–102.
8. Ольсевич Ю. Я. Психологические основы экономического поведения. М.: ИНФРА-М, 2009.
9. Тарантул В. З. Геном человека. Энциклопедия, написанная четырьмя буквами. М., 2003.
10. Hofstede G. Culture's Consequences, International Differences in Work Related Values, Sage, 1980. — 236 p.

⁸ Мясоедов С. П. Основы кросс-культурного менеджмента: Как вести бизнес с представителями других стран и культур. М.: Дело, 2003.

A. Sazanova, Applicant in Institute of Economics and Entrepreneurship, Moscow, anna-sazanova@yandex.ru

J. Taratukhina, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Innovation and Business in Information Technologies, National Research University Higher School of Economics, Moscow, jtaratuhina@hse.ru

METHODS FOR ANALYZING THE ECONOMIC BEHAVIOR OF THE RUSSIANS IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT

The article examines the some characteristics of the Russians mentality that affect on their economic behavior. In context of the economic mentality of Russians, authors reveal ethnometric and value approaches, the concept of «inherited irrationality» and characteristics of Russian management behaviors.

Key words: economic behavior, mentality, ethnometric approach, the concept of «inherited irrationality», entrepreneurial culture.

Шайхеев Т. И., юрист, г. Казань, shaiheevt@gmail.com

О НЕКОТОРЫХ КАТЕГОРИЯХ КОНКУРЕНТНОГО (АНТИМОНОПОЛЬНОГО) ПРАВА



Статья посвящена формированию и дальнейшему развитию таких категорий, как «конкурентное право», «право на конкуренцию», «конкурентные правоотношения», которые, по мнению автора, позволят сблизить антимонопольное право и антимонопольное законодательство с правом гражданским. Также уделено вниманию соотношению понятий злоупотребление правом и злоупотребление доминирующим положением на рынке.

Ключевые слова: конкурентное право, право на конкуренцию, конкурентные правоотношения, злоупотребление правом, злоупотребление доминирующим положением на рынке.

Введение

С момента формирования в России рыночных отношений, современного гражданского, а также антимонопольного законодательства, в юридической литературе получила развитие концепция конкурентного права как более широкого понятия по отношению к праву антимонопольному. Эта концепция встречается в работах различных авторов, что свидетельствует о неслучайности ее появления. О конкурентном праве и конкурентном законодательстве как самостоятельной либо более общей правовой категории по отношению к антимонопольному праву и законодательству упоминают В. С. Белых¹,

С. А. Паращук², К. Ю. Тотьев³, Н. И. Клейн и Н. Е. Фонарева⁴. Между тем, по данному вопросу в научной литературе практически отсутствует дискуссия. Сторонники антимонопольного права, административных начал в этой правовой области, которые являются противниками конкурентного права, просто отмечают данную концепцию, не утруждая себя научным обоснованием. Если авторов, изучающих исключительно публичные, административные начала в антимонопольном праве, еще можно понять в силу различия

¹ Белых В. С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России: монография. М.: ТК Велби. Изд-во Проспект. 2005. С. 284–285; Предпринимательское право России: Учебник / отв. ред. В. С. Белых. М.: Проспект, 2010. С. 345.

² Предпринимательское право Российской Федерации. Учеб. пособие / Отв. ред. Губин Е. П., Ляхно П. Г. М.: Юрист, 2004. С. 462 (автор главы Паращук С. А.). В данной работе С. А. Паращук ведет речь о конкурентном законодательстве, включающим законодательство антимонопольное.

³ Тотьев К. Ю. Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции). М. Изд-во РДЛ. 2000.

⁴ Конкурентное право Российской Федерации: Учеб. пособие / Под ред. Н. И. Клейн, Н. Е. Фонаревой. М.: Логос, 1999.

предметов административного и гражданского права, то авторов, изучающих частные начала в антимонопольном праве и стороны указанной дискуссии, понять нельзя. И доводы о том, что у конкурентного права, носящего собирательный характер, нет четкой правовой цели, в этом случае не могут служить оправданием.

Конкурентное и антимонопольное право и законодательство: сходства и различия

По мнению В. С. Белых, конкурентное право регулирует целый комплекс общественных отношений, возникающих в процессе развития конкуренции, ее защиты и участия в ней предпринимателей. Конкурентное право представляет собой комплексный правовой (межотраслевой) институт, регулирующий однородные общественные отношения⁵. Следует упомянуть, что данный автор упускает из виду стадию возникновения конкуренции — вхождение предпринимателя на рынок, что является существенным.

Как отмечает К. Ю. Тотьев, термин «конкурентное право» охватывает юридические институты как публично-правового, так и частноправового характера⁶.

В настоящей статье будем полагать, что конкурентное право является институтом предпринимательского права. Для конкурентного, как и для предпринимательского права, характерно сочетание публичных и частных начал правового регулирования. Частные начала в конкурентном праве про-

являются в том, что конкурентные правоотношения, возникающие в процессе осуществления хозяйствующими субъектами предпринимательской деятельности, есть гражданско-правовые отношения. Организация вправе занять доминирующее положение на рынке и удерживать его при помощи честных методов конкурентной борьбы. К публичным началам относятся запреты на совершение антиконкурентных действий и санкции, предусмотренные за данные правонарушения.

В теории нормы законодательства о защите конкуренции включаются как в конкурентное право (этого мнения придерживаются, к примеру, К. Ю. Тотьев, С. А. Парашук), так и в антимонопольное право. Такое раздвоение можно встретить разве что в коммерческом (торговом) праве. Будем считать, что к конкурентным относятся нормы о допустимости вертикальных соглашений, действий, согласованных действий (ст. 12 и 13 Закона о защите конкуренции), нормы, предусматривающие возможность хозяйствующих субъектов доказывать, что их положения, действия, соглашения не нарушают нормы антимонопольного законодательства. То есть к конкурентным могут быть отнесены нормы, носящие диспозитивный, составительный характер.

Антимонопольными следует называть те нормы, которые обязывают хозяйствующего субъекта предварительно уведомлять антимонопольный орган о слиянии обществ, приобретении активов другого хозяйствующего субъекта, т. е. носящие императивный (обязывающий) характер. Следует отметить, что императивных норм в антимонопольном законодательстве значительно больше, нежели норм диспозитивных.

Можно утверждать, что ряд норм, содержащихся в антимонопольном законодательстве, не могут быть отнесены к антимонопольным в точном значении этого слова. Антимонопольными являются нормы, направленные против возникновения и функционирования монополий на товарном рын-

⁵ Белых В. С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России: монография. М.: ТК Велби. Изд-во Проспект. 2005. С. 284–285. Предпринимательское право России: Учебник / отв. ред. В. С. Белых. М.: Проспект, 2010. С. 345.

⁶ Тотьев К. Ю. Конкурентное право (правовое регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий). Учебник для вузов. 2-е издание, переработанное и дополненное. М., 2003. С. 96.

ке. Нормы о допустимости индивидуальных и коллективных действий, соглашений, право хозяйствующего субъекта доказывать, что его положение не является доминирующим, непосредственно против монополистической деятельности не направлены. Данный вывод также подчеркивает необходимость выделения такого более общего по сравнению с антимонопольным правом института, как конкурентное право.

В развитых зарубежных странах также прослеживается тенденция различения антимонопольного и конкурентного права. При этом, если под первым понимаются императивные нормы, то под вторым — нормы диспозитивные, стимулирующие, направленные на увеличение числа конкурентов, снижения административных барьеров, таможенных пошлин.

В ФРГ отдельно выделяется «картельное право», регулирующее действия хозяйствующих субъектов по заключению соглашений, которые способны нанести вред конкуренции⁷.

В работе А. О. Иншаковой различаются антимонопольное право и правила конкуренции Европейского Союза (ЕС). По мнению автора, объектом регулирования антимонопольного права ЕС являются отношения и действия (практики), которые влияют на конкуренцию на рынке ЕС. Предмет регулирования правил конкуренции — права и обязанности участников упомянутых отношений и действий⁸.

В целом в научной литературе, посвященной антимонопольному праву, намечается переход от административного аспекта к гражданско-правовому (частному). Ни в коем случае не принижая достоинства и значимость административного права, бу-

дем уделять большее внимание частноправовой составляющей конкурентного (антимонопольного) права.

Представляется, что конкурентное право и законодательство являются более общими по сравнению с антимонопольным правом и законодательством. Антимонопольное право и законодательство, если следовать буквальному значению слова «антимонопольное», направлено на борьбу с монополистической деятельностью. Конкурентное право и законодательство включает в себя не только нормы о борьбе с монополистической деятельностью, ограничением конкуренции, но и нормы, направленные на стимулирование и поддержание конкуренции.

Ни конкурентное, ни антимонопольное право не могут рассматриваться в качестве отрасли права, они — институт предпринимательского права. Конкурентное и антимонопольное право как правовые институты отличаются друг от друга по предмету — общественным отношениям. Предмет антимонопольного права, опять же исходя из буквального значения слова «антимонопольное» — это общественные отношения, связанные с борьбой против ограничения конкуренции. Предметом конкурентного права, помимо указанных, являются общественные отношения, связанные с поддержанием и развитием конкуренции.

В конкурентном и антимонопольном праве используются как императивный, так и диспозитивный методы правового регулирования. Поскольку антимонопольное право направлено на борьбу с ограничениями конкуренции, включает в себя запреты и санкции за их нарушение, в данном праве преобладает императивный метод. Конкурентное право не только борется с ограничениями конкуренции, но и направлено на ее стимулирование. Следовательно, в конкурентном праве диспозитивные начала используются гораздо чаще, чем в праве антимонопольном.

В данной статье не рассматривается вопрос о системе конкурентного и антимоно-

⁷ Биндельс А. Основные черты германского и европейского антимонопольного права / Основы немецкого торгового и хозяйственного права. М.: Издательство БЕК, 1995. С. 63.

⁸ Иншакова А. О. Основы права Европейского Союза: Особенная часть: Учеб. пособие. Волгоград: Волгоградское научное издательство. 2004. С. 42.

польного права. Эта проблема весьма значительна и требует отдельного рассмотрения. Само по себе выделение конкурентного права даже как правового института, наряду с правом антимонопольным, в отечественной юридической литературе вызывает споры и представляется малоизученным.

Понятие «право на конкуренцию»

Никем не оспаривается наличие такого экономического и правового понятия, как «конкуренция». Следовательно, у субъектов предпринимательства должно иметься право на конкуренцию.

Как полагает Н. Е. Карягин, если с экономической стороны под конкуренцией понимаются экономические отношения между хозяйствующими субъектами, образующие состояние состязательности на рынке, то право на конкуренцию, по сути, представляет собой узаконенную возможность лица при осуществлении им предпринимательской деятельности состязаться посредством совершения самостоятельных действий с другими субъектами предпринимательства (конкурентами) за приоритетное приобретение его товаров (работ, услуг) потребителями (покупателями)⁹.

М. Н. Громова отмечает, что правомочие субъекта на собственные действия представляет собой предпосылку, создающую конкурентные правоотношения. Право на конкуренцию следует рассматривать, с одной стороны, как самостоятельное субъективное право лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, с другой стороны, субправомочие осуществлять конкурентные действия¹⁰. Таким образом, право

на свободную конкуренцию является частью права на занятие предпринимательской деятельностью.

Понятия «право на конкуренцию» и «право на предпринимательскую деятельность», по мнению Н. Ю. Четверговой, обладают известным сходством содержания, так как предполагают свободный доступ на рынок, а также свободу выбора ресурсов и капитала, реализацию товаров или услуг и организацию процесса производства. Однако сходство содержания не позволяет считать эти понятия идентичными, поскольку «право свободы предпринимательской деятельности» в первую очередь направлено на гарантию свободного использования каждым своих способностей и имущества, что в свою очередь подкрепляется принципом свободы распоряжения собственным имуществом (ст. 35 Конституции РФ). «Право на конкуренцию» же подразумевает гарантию наличия определенных условий, при которых реализация данного права была бы возможной (свободный доступ на рынок, обусловленность цен спросом и предложением, невмешательство государства в процесс состязательности на рынке и другое)¹¹.

Как отмечает С. А. Паращук, право на свободную конкуренцию — необходимый элемент права на свободное осуществление предпринимательской деятельности, одно из важнейших правомочий субъекта предпринимательства. Оно состоит в возможности субъекта предпринимательства совершать на соответствующем рынке конкурентные действия, направленные на получение прибыли посредством привлечения к своим товарам (работам, услугам) потребительского спроса. Основными правомочиями субъекта предпринимательства являются возможность свободного (т. е. юриди-

⁹ Правовые средства регулирования экономики / Под ред. З. М. Фаткудинова, Н. Е. Карягина, З. А. Ахметьяновой. Казань: Изд-во «Таглитат» Института экономики, управления и права, 2002. С. 133–134.

¹⁰ Громова М. Н. Субъекты и содержание права на занятие предпринимательской деятельностью. Диссертация на соискание ученой степени канд. юрид. наук. Казань. 2005. С. 10.

¹¹ Четвергова Н. Ю. Правовая охрана конкурентной среды в Российской Федерации и Европейском Союзе. Автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. юрид. наук. М. 2004. С. 8.

чески равного для всех предпринимателей) доступа на рынок для осуществления аналогичной (сходной) предпринимательской деятельности, а также возможность совершения иных (ценовых и неценовых) конкурентных действий¹² (классификация конкурентных действий на ценовые и неценовые).

Соглашаясь с приведенными мнениями, хотелось бы отметить, что право на конкуренцию является субъективным гражданским правом хозяйствующего субъекта, а не только экономической возможностью. Право хозяйствующего субъекта на конкуренцию гарантируется и защищается государством, за нарушение данного права ФЗ «О защите конкуренции», Кодексом об административных правонарушениях и Уголовным кодексом России предусмотрены соответствующие санкции.

О конкуренции можно говорить как о правоотношении, поскольку она возникает между самостоятельными хозяйствующими субъектами, которые имеют по отношению друг к другу субъективные права и обязанности. Права на равные условия хозяйствования, на доступ на рынок, на заключение договора есть самостоятельные субъективные правомочия хозяйствующего субъекта, но по своему содержанию могут быть включены в понятия как «право на конкуренцию», так и «право на занятие предпринимательской деятельностью».

Понятие «конкурентные правоотношения»

Как было изложено выше, выделению понятий «конкурентное право» и «право на конкуренцию» посвящены работы многих юристов. В настоящей работе будем использовать понятие «конкурентные правоотношения». Это понятие также затронуто во мно-

гих работах, посвященных конкурентному и антимонопольному праву. К их числу можно отнести работы К. Ю. Тотьева¹³, А. Н. Варламовой¹⁴, С. А. Паращука¹⁵, Н. И. Клейн и Н. Е. Фонаревой¹⁶, однако в них понятие «конкурентные правоотношения» используется, но не раскрывается. Это может быть вызвано тем, что авторы воспринимают конкурентные правоотношения как объективную категорию, как некий каркас, на котором строятся более специальные фрагменты, положения научной области, и в связи с основополагающим характером понятия не считают нужным раскрывать его содержание. Также возможно, что авторы полагают невозможным отделять конкурентные правоотношения от гражданско-правовых и предпринимательских, не видят в этом научной пользы.

Под конкурентными правоотношениями следует понимать общественные отношения, урегулированные нормами права и возникающие между хозяйствующими субъектами в процессе их предпринимательской деятельности на товарном рынке по удовлетворению заказов потребителей и получению прибыли.

Конкурентное правоотношение есть правоотношение между юридически самостоятельными хозяйствующими субъекта-

¹³ Тотьев К. Ю. Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции). М. Изд-во РДЛ. 2000. С. 16. В данной работе автор указывает на отношения, входящие в предмет конкурентного права как отрасли законодательства.

¹⁴ Варламова А. Н. Правовое регулирование конкуренции в России. М. Учебно-консультационный центр «ЮрИнфоР», 2000. §4 Главы I данной книги называется: «Проблемы нормативного регулирования конкурентных отношений в Российской Федерации».

¹⁵ Предпринимательское право Российской Федерации. Учеб. пособие / Отв. ред. Губин Е. П., Лахно П. Г. М.: Юрист, 2004. С. 471 (автор главы Паращук С. А.).

¹⁶ Конкурентное право Российской Федерации: Учеб. пособие / Под ред. Н. И. Клейн, Н. Е. Фонаревой. М.: Логос, 1999. На с. 18 речь ведется об отношениях, регулируемых Законом о конкуренции.

¹² Предпринимательское право Российской Федерации: Учебник / отв. ред. Е. П. Губин, П. Г. Лахно. 2-е издание, переработанное и дополненное М.: Норма; Инфра-М, 2010. С. 448–449.

ми. Этим оно отличается от корпоративного (внутрифирменного) правоотношения, которое возникает внутри отдельного юридического лица или группы компаний. Вместе с тем, конкурентное правоотношение является частью гражданского и предпринимательского правоотношения. Среди гражданских правоотношений оно выделяется усеченным, специальным кругом субъектов, к которым относятся юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность, приносящую доход. В группе предпринимательских правоотношений конкурентное правоотношение выделяется тем, что направлено не просто на извлечение прибыли, а сфокусировано на соперничестве с другими участниками рынка за потребителя.

Кроме того, в конкурентных отношениях, регулируемых нормами конкурентного права, хозяйствующие субъекты находятся зачастую в неравном положении. Выделяются субъекты, занимающие доминирующее положение, группа лиц, которых можно рассматривать в качестве участников конкурентных правоотношений. Конструкция гражданского и предпринимательского правоотношения в силу своего широкого содержания не в состоянии учесть эти нюансы, носящие существенный характер. Поэтому выделение специальных конкурентных правоотношений, возникающих между формально, но не фактически равноправными хозяйствующими субъектами, представляется необходимым.

В данном исследовании не ставится цель обособить конкурентные правоотношения от предпринимательских. Автор является противником такой идеи. По нашему мнению, конструкция конкурентного правоотношения позволяет раскрыть особенности и содержание прав и обязанностей участников конкурентной борьбы за заказы потребителей, хозяйствующего субъекта, занимающего доминирующее положение на рынке, группы лиц. В рамках предпринимательских правоотношений взаимодейст-

вие конкурентов в условиях конкурентной борьбы не получает должного внимания.

А. Ю. Викулин и Г. А. Тосунян также отмечают, что отношения, возникающие между конкурирующими организациями — это классические гражданско-правовые отношения, характерными чертами которых являются: равноправие сторон, автономия воли участников правоотношений, имущественная самостоятельность сторон, альтернативная возможность выбора сторонами различных вариантов поведения в рамках, предусмотренных законом¹⁷.

Если ни один из участников конкурентного правоотношения не занимает доминирующего положения и не имеет решающего влияния на рынке, содержание конкурентного, предпринимательского и гражданского правоотношения в данном случае полностью совпадает. Конкурентное правоотношение тем и выделяется среди гражданских правоотношений, что хозяйствующий субъект, занимающий доминирующее положение на рынке, помимо обязанностей перед контрагентами, носящими гражданско-правовой характер, несет публичную обязанность не злоупотреблять доминирующим положением.

Хозяйствующий субъект, совершая антиконкурентные действия, т.е. действующий неправомерно, не перестает быть участником конкретного конкурентного правоотношения. В некоторых случаях государство в лице антимонопольного органа обязывает хозяйствующего субъекта стать участником конкурентного правоотношения, например, в случае возложения обязанности заключить договор с потребителем при наличии технологической возможности для продажи товара.

Однако в большинстве случаев реализация права участия или не участия в конкурентных правоотношениях полностью зависит от волеизъявления хозяйствующего субъекта. Речь в данном случае не идет

¹⁷ Банковское право Российской Федерации. Особенная часть: В 2-х томах: Учебник / отв. ред. Г. А. Тосунян. М.: Юристъ, 2002. Т. 1. С. 497–499.

о зависимых предприятиях, которые следуют указаниям основного общества. Основное и зависимое общество целесообразно рассматривать в антимонопольном праве применительно к конкретному случаю, как единого хозяйствующего субъекта.

Конкурентные правоотношения можно считать относительными, поскольку праву хозяйствующего субъекта противостоит обязанность другого конкретного хозяйствующего субъекта не нарушать данное право. Хозяйствующие субъекты отличаются друг от друга: одни занимают доминирующее положение, другие — нет. Следовательно, для хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на рынке, поставка товара контрагенту при определенных условиях является обязанностью, в то время как у хозяйствующих субъектов, такого положения не занимающих, указанной обязанности не возникает. Поэтому нельзя говорить, что праву хозяйствующего субъекта на конкуренцию противостоит обязанность неопределенного круга хозяйствующих субъектов, поскольку в одном случае хозяйствующий субъект (к примеру, занимающий доминирующее положение на рынке) данное право может нарушить, а другой хозяйствующий субъект, не обладающий названным статусом, нет.

Можно утверждать, что основанием возникновения конкурентных правоотношений является приобретение лицом статуса индивидуального предпринимателя (создание юридического лица) и осуществление им предпринимательской деятельности.

Также хотелось бы отметить, что на конкурентные правоотношения между хозяйствующими субъектами существенное влияние оказывают органы государственной власти и органы местного самоуправления. Наибольшее влияние на конкурентные правоотношения оказывает антимонопольный орган — ФАС России и его территориальные органы, в компетенцию которых входит контроль над соблюдением и исполнением антимонопольного законодательства хозяй-

ствующими субъектами, органами государственной власти и органами местного самоуправления.

В постановлении Пленума ВАС РФ от 30 июня 2008 года № 30 определены пределы вмешательства антимонопольного органа в конкурентные правоотношения. Так, в п. 5 данного Постановления указано, что, прекращая нарушение антимонопольного законодательства, антимонопольный орган не вправе в рамках своей компетенции разрешать гражданско-правовые споры хозяйствующих субъектов. Вместе с тем, антимонопольный орган уполномочен выносить предписания о заключении хозяйствующими субъектами договоров, изменении их условий в целях обеспечения конкуренции. Также по ФЗ «О защите конкуренции» требуется предварительное согласие антимонопольного органа на совершение сделок, слияние, присоединение хозяйствующих субъектов в случаях, предусмотренных федеральным законом. Таким образом, влияние антимонопольного органа на конкурентные правоотношения между хозяйствующими субъектами, несмотря на формируемые судебной практикой пределы, значительно.

Органы государственной власти и органы местного самоуправления влияют на конкурентные правоотношения между хозяйствующими субъектами в силу того, что данные органы имеют властно — распорядительные функции. В частности, нередко указанные органы возлагают на хозяйствующих субъектов функции публичной власти. Органы государственной власти и органы местного самоуправления могут отдавать предпочтение определенным хозяйствующим субъектам при сдаче в аренду государственного или муниципального имущества. Данные действия нарушают антимонопольное законодательство.

Вместе с тем, представляется неоправданным включать в число субъектов конкурентных правоотношений органы государственной власти и органы местного самоуправления. Субъектами конкурентных

правоотношений могут быть государственные и муниципальные предприятия, казенные предприятия, хозяйствующие субъекты, в уставном капитале которых доля РФ, субъекта РФ или муниципального образования составляет более 50 процентов.

Соотношение понятий «злоупотребление правом» и «злоупотребление доминирующим положением на рынке»

Поскольку конкуренция предполагает привлечение прибыли ее участниками, существует риск, что субъекты предпринимательства будут использовать нечестные методы конкурентной борьбы. В соответствии со ст. 10 Гражданского кодекса России, использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке отнесено к злоупотреблению правом.

В обобщенном виде имеются три точки зрения по вопросу правовой природы злоупотребления правом, злоупотребления доминирующим положением на рынке и соотношения данных понятий. Согласно первой точке зрения злоупотребление доминирующим положением включается в содержание понятия злоупотребления правом, и оба представляют собой употребление субъективного права во зло другому лицу. Достаточно отметить, что данной позиции придерживается законодатель в ст. 10 ГК России и Высший Арбитражный Суд России в п. 14 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 30 марта 1998 года №32 «Обзор практики разрешения споров, связанных с применением антимонопольного законодательства»¹⁸.

Сторонники второй точки зрения разделяют понятия злоупотребления доминирующим положением на рынке и злоупотребление правом. Одни авторы — по тому основанию, что при злоупотреблении доминирую-

щим положением субъект употребляет во зло не гражданские права, а экономические возможности¹⁹. Представляется, что данное мнение противоречит ст. 10 ГК России, согласно которой ограничение конкуренции возникает вследствие злоупотребления гражданскими правами. Другие авторы утверждают, что злоупотребление доминирующим положением на рынке не является употреблением права, а является правонарушением, поскольку напрямую запрещено специальным антимонопольным законодательством²⁰. По мнению указанных авторов, конструкция ст. 10 ГК России, объединяющая оба понятия, не соответствует их правовой природе.

Сторонники третьей точки зрения рассматривают злоупотребление правом и злоупотребление доминирующим положением как действия, совершаемые за пределами осуществления права, либо с превышением пределов осуществления права²¹. Вот что в данной связи пишет М. М. Агарков: «Осуществление права не может быть противоправным, а, следовательно, и злоупотреблением. Те действия, которые называют злоупотреблением правом, на самом деле совершены за пределами права. Совершая эти действия, лицо переходит за границу своего права. Оспаривать эти положения

¹⁹ Волков А. В. Недобросовестная конкуренция и злоупотребление доминирующим положением на рынке как формы злоупотребления правом // Законность. 2009. № 11. С. 31–35.

²⁰ См. Гражданское право: актуальные проблемы теории и практики / под общ. ред. В. А. Белова. М.: Юрайт-Издат, 2007. С. 459; Ибрагимова М. В. Злоупотребление субъективным гражданским правом: понятие, сущность виды и последствия: Дис. ... канд. юрид. наук. Рязань. 2005. С. 57; Иванов А. Ю. Возмещение вреда, причиненного в ходе конкуренции. Вопросы частного права. Вестник ВАС РФ. 2006. № 2. С. 161.

²¹ См. Зарипова Т. Ю. Антимонопольное регулирование на рынке финансовых услуг: публичные и гражданско-правовые аспекты. Диссертация на соискание ученой степени канд. юрид. наук. Казань. 2007. С. 110; Емельянов В. И. Разумность, добросовестность, незлоупотребление гражданскими правами. М.: «Лекс-Книга», 2002. С. 68.

¹⁸ См. Вестник ВАС. 1998. № 5.

автору кажется невозможным. Но они не решают вопроса. Надо указать, где же находятся границы гражданских прав»²².

О. Н. Садилов отмечает, что злоупотребление доминирующим положением является самостоятельным институтом гражданского права по сравнению со злоупотреблением правом, поскольку отличается по содержанию и особым правовым последствиям, которые определяет Закон о конкуренции²³.

Возвращаясь к мнению тех авторов, которые считают злоупотребление доминирующим положением на рынке правонарушением, а не употреблением прав, хотелось бы отметить следующее. Хозяйствующие субъекты вступают в экономические отношения между собой, потребителями, осуществляют закрепленное Конституцией РФ право на занятие предпринимательской деятельностью. Обращаясь с исками с требованиями взыскать денежные средства и обязать совершить определенные действия, истцы, как правило, ссылаются на нарушение данного конституционного права. Поэтому арбитражный суд, отказывая в удовлетворении иска, указывает, что хозяйствующий субъект злоупотребил своим правом, в рассматриваемом случае правом на занятие предпринимательской деятельностью, поскольку его действия привели к ограничению конкуренции. Поэтому можно сказать, что деятельность, направленная на ограничение конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке, являются примерами злоупотребления правом, несмотря на то что запрещены Конституцией и федеральным законом, поскольку у лиц в сфере экономической деятельности имеется не одно, а несколько прав и, соответственно, обязанностей.

Кроме того, доминирование хозяйствующего субъекта на рынке может рассматриваться как право хозяйствующего субъекта, поскольку само по себе еще не является правонарушением.

Заключение

В заключение хотелось бы отметить, что выделение и дальнейшее развитие в юридической науке таких понятий, как «конкурентное право», «право на конкуренцию», «конкурентные правоотношения» еще более сблизит антимонопольное право с правом гражданским. Такое сближение соответствует позиции ВАС России, выраженной в п. 1 Постановления Пленума ВАС РФ от 30 июня 2008 года №30 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства», согласно которой Закон о защите конкуренции применяется к гражданско-правовым отношениям²⁴. В идеале необходимо, чтобы субъекты предпринимательства, вступая в хозяйственные отношения друг с другом, руководствовались не только гражданским, но и антимонопольным законодательством. Данный закон должен в первую очередь обеспечивать интересы предпринимателей, а не деятельность антимонопольного органа по пресечению нарушений. Неслучайно в США до 90 процентов исков о нарушении антимонопольного законодательства подаются частными лицами, а не антимонопольным органом²⁵.

В юридической же науке главное избегать крайностей и не требовать выделения конкурентного права в самостоятельную отрасль российского права.

Список литературы

1. *Агарков М. М. Проблема злоупотребления правом в современном гражданском праве / Избранные труды по гражданскому праву. В 2 т. Т. II. М., 2002. С. 361–384.*

²⁴ Вестник ВАС РФ. 2008. №8.

²⁵ CABA Section of Antitrust Law. Antitrust Class Action. Handbook. 2010.

²² *Агарков М. М. Проблема злоупотребления правом в современном гражданском праве / Избранные труды по гражданскому праву. В 2 т. Т. II. М., 2002. С. 361–384.*

²³ *Гражданское право: Учебник. Т. I / под ред. докт. юрид. наук, проф. О. Н. Садилова. М.: Юридическая фирма «КОНТРАКТ»: ИНФРА-М, 2006. С. 51.*

- бренные труды по гражданскому праву. В 2 т. Т. II. М., 2002.
2. Банковское право Российской Федерации. Особенная часть: В 2-х томах: Учебник / отв. ред. Г. А. Тосунян. М.: Юрист, 2002. Т. 1.
 3. Белых В. С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России: монография. М.: ТК Велби. Изд-во Проспект, 2005.
 4. Варламова А. Н. Правовое регулирование конкуренции в России. М. Учебно-консультационный центр «ЮрИнфоР», 2000.
 5. Волков А. В. Недобросовестная конкуренция и злоупотребление доминирующим положением на рынке как формы злоупотребления правом // Законность. 2009. № 11.
 6. Волков А. В. Теория концепции «злоупотребление гражданскими правами». Волгоград: Станица-2, 2007.
 7. Гражданское право: Учебник. Т. I / под ред. докт. юрид. наук, проф. О. Н. Садикова. М.: Юридическая фирма «КОНТРАКТ»: ИНФРА-М, 2006.
 8. Гражданское право: актуальные проблемы теории и практики / под общ. ред. В. А. Белова. М.: Юрайт-Издат, 2007.
 9. Громова М. Н. Субъекты и содержание права на занятие предпринимательской деятельностью. Диссертация на соискание ученой степени канд. юрид. наук. Казань, 2005.
 10. Емельянов В. И. Разумность, добросовестность, незлоупотребление гражданскими правами. М.: «Лекс-Книга», 2002.
 11. Зарилова Т. Ю. Антимонопольное регулирование на рынке финансовых услуг: публичные и гражданско-правовые аспекты. Диссертация на соискание ученой степени канд. юрид. наук. Казань, 2007.
 12. Ибрагимова М. В. Злоупотребление субъективным гражданским правом: понятие, сущность виды и последствия: Дис. ... канд. юрид. наук. Рязань, 2005.
 13. Иванов А. Ю. Возмещение вреда, причиненного в ходе конкуренции. Вопросы частного права. Вестник ВАС РФ. 2006. № 2.
 14. Иншакова А. О. Основы права Европейского Союза: Особенная часть: Учеб. пособие. Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2004.
 15. Каминка А. И. Очерки торгового права (текст) / А. И. Каминка; (под ред. В. А. Томсинова). М.: Зерцало, 2007. (Серия русское юридическое наследие).
 16. Конкурентное право Российской Федерации: Учеб. пособие / Под ред. Н. И. Клейн, Н. Е. Фонаревой. М.: Логос, 1999.
 17. Правовые средства регулирования экономики / Под ред. З. М. Фаткудинова, Н. Е. Карягина, З. А. Ахметьяновой. Казань: Издательство «Таглитат» Института экономики, управления и права, 2002.
 18. Предпринимательское право России: Учебник / отв. ред. В. С. Белых. М.: Проспект, 2010.
 19. Предпринимательское право Российской Федерации. Учеб. пособие / Отв. ред. Губин Е. П., Лахно П. Г. М.: Юрист, 2004.
 20. Тотьев К. Ю. Конкурентное право (правовое регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий): Учебник для вузов. 2-е издание, переработанное и дополненное. М., 2003.
 21. Тотьев К. Ю. Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции). М. Изд-во РДЛ, 2000.
 22. Четвергова Н. Ю. Правовая охрана конкурентной среды в Российской Федерации и Европейском Союзе. Автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. юрид. наук. М., 2004.

T. Shaiheev, Lawyer, Kazan, shaiheevt@gmail.com

ON SOME CATEGORIES OF COMPETITION (ANTITRUST) LAW

Annotation: the article is devoted to the formation and further development of such categories as the «competition law», «the right to competition», «competitive relationship», which, in the opinion of the author, will bring together the antitrust and competition law, with civil law. The article also paid to the attention of the relation of the concepts of abuse of the law and the abuse of a dominant position on the market.

Key words: competition law, right to competition, competitive relationship, abuse of law, abuse of dominant position on the market.

Кожинский А. В., аспирант Московского государственного индустриального университета, kozn67@yandex.ru

ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ

В данной статье рассматривается административная и судебная практика антимонопольного органа (на примере рынка реализации электроэнергии), а также анализируются изменения, произошедшие в антимонопольном законодательстве. Автор считает, что вступление в силу третьего антимонопольного пакета может положительно отразиться на развитии конкуренции в России только в случае единого подхода к его применению антимонопольным органом.

Ключевые слова: антимонопольное право, административная ответственность, защита конкуренции, злоупотребление доминирующим положением, согласованные действия, соглашение, судебная практика, электроэнергетика.

Введение

В настоящее время происходит активное формирование судебной практики по вопросу привлечения к ответственности хозяйствующих субъектов за злоупотребление доминирующим положением, заключение соглашений и совершение нарушающих антимонопольное законодательство согласованных действий.

Отсутствие единой позиции антимонопольного органа по определению вины хозяйствующих субъектов, нарушивших антимонопольное законодательство, приводит:

- к различному пониманию коммерческими организациями и контролирующим органом норм права, регулирующих данные отношения;
- к значительному количеству судебных оспариваний решений антимонопольного органа;
- к необходимости проведения анализа и обобщения практики в данной сфере.

Введение в действие Федерального закона от 06.12.2011 № 401-ФЗ (далее — третий антимонопольный пакет) определяет некоторые пробелы в правоприменительной практике привлечения к ответственности за злоупотребление доминирующим положением. Антимонопольная служба нередко назначает оборотный штраф компаниям, которые хоть и нарушили свои обязательства, но не оказали действий, повлекших или могущих повлечь недопущение, ограничение и устранение конкуренции. Не всегда проступок хозяйствующего субъекта соответствует применяемому к нему наказанию.

Практические особенности привлечения к административной ответственности организаций за злоупотребление своим доминирующим положением интересно рассмотреть на примере товарного рынка электрической энергии.

Следует согласиться с описанием рынка электрической энергии, которое дают И. В. Князева и В. А. Салтевский. Они пи-

шут, что электрическая энергия не является взаимозаменяемым товаром. Кроме того, производство, купля-продажа и потребление электрической энергии на розничных рынках осуществляется одновременно с мощностью. На розничном рынке, в отличие от оптового, электрическая энергия и мощность продаются и покупаются совместно и оплачиваются одновременно. В связи с этим рынок электрической энергии (мощности) в данном случае является единым. Электрическая энергия (мощность) на розничном рынке поставляется потребителям (обслуживающим их покупателям) гарантирующими поставщиками, имеющими доминирующее положение на рынке, и независимыми энергосбытовыми организациями. В пределах одного субъекта Российской Федерации формируются несколько локальных рынков (в основном в границах муниципальных образований)¹.

Рынок электрической энергии в достаточно большом объеме обеспечивается гарантирующими поставщиками. Гарантирующий поставщик электрической энергии осуществляет свою деятельность, как правило, в одном или нескольких субъектах РФ.

Нарушение сроков заключения договора энергоснабжения или случаи ограничения в подаче электроэнергии рассматриваются антимонопольным органом как злоупотребление доминирующим положением. Совершение данных действий влечет наложение оборотного штрафа на хозяйствующего субъекта.

В данной статье рассмотрены некоторые вопросы правового регулирования, административной и судебной практики, касающиеся злоупотребления доминирующим положением, заключения соглашений и осуществления согласованных действий.

Присвоение статуса гарантирующего поставщика

В соответствии с «Правилами функционирования розничных рынков электрической энергии в переходный период реформирования электроэнергетики», утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 31.08.2006 № 530 (далее — Постановление Правительства РФ № 530), статус гарантирующего поставщика присваивается по результатам открытого конкурса, который проводится один раз в три года или при возникновении оснований, обуславливающих возможность смены гарантирующего поставщика, до истечения трехлетнего периода.

Организатор конкурса выступает уполномоченный орган исполнительной власти субъекта РФ, на территории которого расположена зона деятельности гарантирующего поставщика, или федеральный орган исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов. Организатор конкурса создает конкурсную комиссию, которая утверждает условия конкурса и определяет его результаты. Решение конкурсной комиссии о победителе конкурса или присвоении статуса гарантирующего поставщика единственному участнику конкурса утверждается организатором конкурса².

Особенность гарантирующего поставщика состоит в том, что он обязан заключить договор энергоснабжения (договор купли-продажи (поставки) электрической энергии) с любым обратившимся к нему лицом, чьи энергопринимающие устройства находятся в границах зоны деятельности поставщика.

Статья 61 Постановления Правительства РФ № 530 предусматривает следующие случаи отказа в заключении договора энергоснабжения:

¹ Князева И. В., Салтевский В. А. Формирование конкурентных и естественно-монопольных видов деятельности на рынке электроэнергетики // Современная конкуренция. 2012, № 1 (31). С. 33–34.

² Вавилов Е. В. Организация договорных связей в отношениях по энергоснабжению // Предпринимательское право. 2009. № 1.

- отсутствие технологического присоединения в установленном порядке соответствующих энергопринимающих устройств к электрическим сетям;

- нахождение точек поставки, в отношении которых заявитель намеревается заключить договор, вне зоны деятельности гарантирующего поставщика;

- отсутствие приборов электроучета.

В случае отказа от заключения договора энергоснабжения (договора купли-продажи (поставки) электрической энергии) по предусмотренным основаниям, гарантирующий поставщик должен в 5-дневный срок со дня обращения заявителя в письменной форме уведомить его об отказе с обязательным указанием причин.

В ходе применения данной нормы гарантирующими поставщиками возникает множество споров с антимонопольным органом, который привлекает хозяйствующих субъектов к административной ответственности за нарушения в данной сфере.

Нововведения в антимонопольном законодательстве

Согласно ст. 5 Федерального закона от 26.07.2005 № 135 «Закон о защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции), доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) на определенном товарном рынке, которое предоставляет возможность оказывать решающее влияние на конкурентную ситуацию на данном товарном рынке, а также устранять и затруднять доступ на данный товарный рынок другим хозяйствующим субъектам

Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации):

- доля которого на рынке определенного товара превышает пятьдесят процентов, если только при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства

или при осуществлении государственного контроля над экономической концентрацией не будет установлено, что несмотря на превышение указанной величины, положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке не является доминирующим;

- доля которого на рынке определенного товара составляет менее пятидесяти процентов, если доминирующее положение такого хозяйствующего субъекта установлено антимонопольным органом исходя из неизменной или подверженной малоизменчивым изменениям доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке, относительного размера долей на этом товарном рынке, принадлежащих конкурентам, возможности доступа на этот товарный рынок новых конкурентов либо исходя из иных критериев, характеризующих товарный рынок.

Законодательством не предусмотрено, что гарантирующий поставщик автоматически занимает доминирующее положение на рынке электрической энергии. На практике гарантирующий поставщик оказывает решающее влияние в географических границах оказания своей деятельности. Как правило, зона деятельности гарантирующего поставщика — один или несколько субъектов федерации. Доля гарантирующего поставщика на товарном рынке электроэнергии на практике подпадает под критерии включения его в реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара более чем 35% или занимающих доминирующее положение на указанном товарном рынке.

Статьей 10 Закона о защите конкуренции предусмотрен перечень запрещаемых действий (бездействий) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц.

В пояснительной записке к проекту Закона о защите конкуренции указывалось,

что в отношении злоупотребления доминирующим положением законопроектом установлен перечень нарушений «per se», т. е. запретов, для применения которых не требуется доказательства негативного влияния на конкуренцию конкретного вида злоупотребления доминирующим положением; нарушение запретов «per se» не может быть разрешено антимонопольным органом или судом ни при каких обстоятельствах³.

По особенностям конструкции состава административного правонарушения различаются материальные и формальные составы. Материальными называются составы, в которых содержится такой признак, как наступление вредных материальных последствий (деяний), или описывается действие само по себе, обязательно влекущее вредное последствие. Формальными составами называются те, в которых нет обязательного признака наступления вредных материальных последствий. Под материальными составами подразумеваются следующие нарушения:

- необоснованное сокращение или прекращение производства товаров, на которые имеются спрос или заказы при наличии безубыточной возможности их производства;
- создание дискриминационных условий;
- создание препятствий доступу на рынок (выходу с рынка) другим хозяйствующим субъектам.

Остальные составы являются формальными, т. е. к ним относятся те правонарушения, для которых достаточно осуществления определенных действий (бездействий), но нет необходимости наступления вредных материальных последствий.

В статью 10 Закона о защите конкуренции добавлен запрет на манипулирование ценами на оптовом и (или) розничных рынках электрической энергии (мощности).

³ Головин В. Н. Комментарий к Федеральному закону «О защите конкуренции» (постатейный). Деловой двор, 2010 г.

Данный пункт можно отнести к нарушениям «per se», которые не требуют доказательства негативного влияния на конкуренцию конкретного вида злоупотребления доминирующим положением.

Между тем, необходимость уточнения составов «per se» была отражена в распоряжении Правительства от 19.05.2005 № 691-р «Об утверждении Программы развития конкуренции в Российской Федерации».

Часть 1 статьи 14.31 Кодекса об административных правонарушениях в Российской Федерации предусматривает наложение штрафа на юридических лиц и возможность наложения оборотного штрафа от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги) на лицо, занимающее доминирующее положение, которое злоупотребило своей возможностью оказывать влияние на конкурентную ситуацию на определенном товарном рынке.

Важные изменения, касающиеся злоупотребления доминирующим положением, введены третьим антимонопольным пакетом в Кодекс об административных правонарушениях РФ. Так, если лицо, занимающее доминирующее положение, злоупотребило данным положением, и если такие действия привели или могут привести к ущемлению интересов других лиц, и при этом результатом таких действий не является и не может являться недопущение, ограничение или устранение конкуренции, назначается штраф в размере от трехсот тысяч до одного миллиона рублей.

В прошлой редакции законодательства данные разграничения отсутствовали, и за действия, которые не приводят к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, также назначался оборотный штраф.

В случае если злоупотребление доминирующим положением приводит или может привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, такие действия

наказываются оборотным штрафом в размере от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено административное правонарушение.

При назначении наказания за злоупотребление доминирующим положением необходимо будет учитывать обстоятельства, отягчающие и смягчающие административную ответственность. При этом в старой редакции закона отсутствовали такие обстоятельства, и штраф назначался исходя из мнения антимонопольного органа о тяжести правонарушения.

Кроме того, серьезным нововведением является дифференцированный подход к назначению штрафа за совершение действий, предусмотренных ст. 14.31, 14.31.1, 14.32, 14.33.

В КоАП РФ также введен новый состав 14.31.2 — манипулирование ценами на оптовом и (или) розничных рынках электрической энергии (мощности). Данная норма распространяется на лиц, не занимающих доминирующее положение на соответствующих рынках электрической энергии.

Совершение указанного правонарушения юридическими лицами влечет наложение административного штрафа: на должностных лиц — в размере от двадцати до пятидесяти тысяч рублей, на юридических лиц — от пятисот тысяч до одного миллиона рублей. В случае если указанное правонарушение совершено должностным лицом в виде рецидива, он подвергается дисквалификации на срок от одного года до трех лет.

Так, при отсутствии обстоятельств, смягчающих или отягчающих административную ответственность, назначается половина разности между минимальным и максимальным штрафом.

В случае наличия смягчающих обстоятельств штраф уменьшается за каждое такое обстоятельство на одну восьмую разности максимального и минимального штра-

фа, предусмотренного за данное наказание. Аналогично назначается штраф и за обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Ранее была неясность, чем руководствуется антимонопольный орган при назначении оборотного штрафа. Так, за схожие правонарушения санкции могли значительно варьироваться. Можно предположить, что процедура назначения наказания в виде оборотного штрафа будет более прозрачной и понятной.

Представляется разумной мерой введение новой нормы ст. 14.31.1, согласно которой лица, доля которых на рынке определенного товара составляет менее 35%, но которые занимают доминирующее положение, при совершении данного правонарушения наказываются штрафом в размере от трехсот тысяч до одного миллиона рублей.

Данные нововведения будут положительно влиять на возможность избежать значительных штрафов хозяйствующим субъектам, которые не оказывают своими действиями существенного влияния на конкурентную ситуацию на соответствующем товарном рынке.

Третьим антимонопольным пакетом запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения хозяйствующих субъектов выделен в отдельную статью 11 Закона о защите конкуренции. Кроме того, сокращено количество безусловных запретов «per se», ответственность за которые наступает только в том случае, если в результате таких соглашений происходит недопущение, устранение или ограничение конкуренции.

Согласно новой редакции ст. 11 Закона о защите конкуренции безусловные запреты «per se» распространяются теперь только на хозяйствующих субъектов-конкурентов, т.е. соглашения, заключенные между хозяйствующими субъектами, осуществляющими продажу товаров на одном товарном рынке.

Таким образом, запреты «per se» не будут распространяться на вертикальные со-

глашения, что является определенным облегчением действий хозяйствующих субъектов и положительно отразится на развитии экономических процессов и свободы действий в рамках свободы экономической деятельности хозяйствующих субъектов.

Статья 11 Закона о защите конкуренции предусматривает безусловные запреты «*per se*» на соглашения между хозяйствующими субъектами-конкурентами, если такие соглашения приводят или могут привести:

- к установлению или поддержанию цен (тарифов), скидок, надбавок (доплат) и (или) наценок;
- к повышению, снижению или поддержанию цен на торгах;
- к разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продаж или покупок товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков);
- к сокращению или прекращению производства товаров;
- к отказу от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями (заказчиками).

Также важным изменением является введение в ст. 11.1 Закона о защите конкуренции отдельной нормы запретов на совершение согласованных действий. В пояснительной записке к Законопроекту было отражено, что согласованные действия необходимо разделить на две части в зависимости от того, требуется или нет установление факта ограничения конкуренции в результате таких действий.

Новая редакция закона включает в себя необходимые условия согласованных действий, которые заранее известны каждому из участвующих в них хозяйствующих субъектов в связи с публичным заявлением одного из них о совершении таких действий, что по мнению специалистов более детально раскрывает содержание понятия согласованных действий.

Составы, являющиеся в прошлой редакции безусловными запретами, также запре-

щаются, если будет установлено, что такие соглашения приводят или могут привести к ограничению конкуренции. Это касается следующих составов:

- о навязывании контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (необоснованные требования о передаче финансовых средств, иного имущества, в том числе имущественных прав, а также согласие заключить договор при условии внесения в него положений относительно товаров, в которых контрагент не заинтересован, и другие требования);
- об экономически, технологически и иным образом не обоснованном установлении хозяйствующим субъектом различных цен (тарифов) на один и тот же товар;
- о создании другим хозяйствующим субъектам препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка;
- об установлении условий членства (участия) в профессиональных и иных объединениях.

Положительным моментом является включение в данную норму обстоятельств, отягчающих и смягчающих административную ответственность.

Третьим антимонопольным пакетом дополнительно введена ответственность за координацию экономической деятельности хозяйствующих субъектов, где санкция составляет также от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено административное правонарушение.

В статью 14.32 КоАП РФ третьим антимонопольным пакетом введена необходимость, при назначении административного наказания за совершение административного правонарушения, предусмотренного ст. 14.32 КоАП РФ, в отношении юридического лица, учитывать обстоятельства, смягчающие административную ответственность, предусмотренные п. 2–7 ч. 1 ст. 4.2 указанного Кодекса, а также следующие обстоятель-

ва, смягчающие административную ответственность:

- лицо, совершившее административное правонарушение, не является организатором ограничивающих конкуренцию соглашений или согласованных действий и (или) получило обязательные для исполнения указания участвовать в них;

- лицо, совершившее административное правонарушение, не приступило к исполнению заключенного им ограничивающего конкуренцию соглашения.

Также, согласно ст. 14.32 КоАП РФ, при назначении административного наказания за совершение административного правонарушения, предусмотренного ст. 14.32 КоАП РФ, в отношении юридического лица, необходимо учитывать обстоятельства, отягчающие административную ответственность, предусмотренные п. 1 и 2 ч. 1 ст. 4.3, п. 1 и 2 примечания 3 к ст. 14.31 указанного Кодекса, а также следующие обстоятельства, отягчающие административную ответственность:

- организация лицом, совершившим административное правонарушение, ограничивающих конкуренцию соглашений или согласованных действий;

- принуждение лицом, совершившим административное правонарушение, иных лиц к совершению административного правонарушения либо к продолжению участия в ограничивающих конкуренцию соглашениях или согласованных действиях.

Правоприменительная практика на рынке электроэнергетики

В одном из случаев общество «Челябинскэнергосбыт» обратилось в арбитражный суд Челябинской области с заявлением о признании недействительными и нарушившими п. 5 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю и выданного предписания об устране-

нии нарушений антимонопольного законодательства.

На основании проведенного антимонопольным органом анализа общество «Челябинскэнергосбыт» занимает доминирующее положение на рынке электрической энергии г. Челябинска.

«Челябинскэнергосбыт» был привлечен к административной ответственности не за отказ от заключения договора энергоснабжения, а за направление письма в адрес заявителя о необходимости представить документы к проекту договора энергоснабжения, которые предусмотрены Постановлением Правительства РФ № 530.

Антимонопольный орган рассмотрел данные действия как отказ от заключения договора.

Как установлено судами первой и апелляционной инстанции, заявителем — ООО «Альянс-Аудит» — при обращении в «Челябинскэнергосбыт» не были соблюдены существенные условия договора энергоснабжения, предусмотренные п. 61 Постановления Правительства РФ № 530.

Следовательно, направленный заявителем проект договора энергоснабжения не содержал таких существенных условий, как сведения о количестве ежемесячно и ежеквартально поставляемой энергии, качестве энергии, режиме потребления. Данный договор не являлся офертой в силу ст. 541, 539 ГК РФ.

В данном случае суды встали на сторону энергосбытовой компании, а решение и предписание ФАС было признано недействительным.

По аналогичному вопросу было обжаловано решение УФАС по Пермскому краю от 26.02.2009 по делу № 102-4/08, а также предписание, которые признаны судами недействительными, что подтверждается постановлением Федерального арбитражного суда Уральской области.

У энергосбытовых организаций возникает ряд вопросов по применению некоторых норм Постановления Правительст-

ва РФ №530. Например, обязана ли компания, занимающая доминирующее положение, уведомлять заявителя о несоответствии поданной заявки на заключение договора энергоснабжения.

По данному вопросу УФАС по Московской области привлекло к административной ответственности ООО «Химэнергосбыт» за нарушение ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции в части злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением на рынке электрической энергии путем уклонения от заключения дополнительного соглашения к договору энергоснабжения с многоквартирным домом.

ООО «Химэнергосбыт» приказом антимонопольного органа включен в реестр лиц, занимающих доминирующее положение на товарном рынке электроэнергии.

Материалами дела подтверждено, что ООО «Химэнергосбыт» с 01.08.2008 осуществляет энергоснабжение жилого дома.

Арбитражный суд пришел к выводу, что заявка общества не соответствовала требованиям, установленным п. 61 Правил Постановления Правительства РФ №530.

Суд подтвердил, что заявка на заключение договора энергоснабжения может считаться надлежащей, только если она соответствует всем требованиям вышеуказанных Правил.

Суд согласился с мнением заявителя, что Правилами не предусмотрена процедура уведомления заявителя о несоответствии поданной заявки установленным требованиям, а факт отсутствия такого уведомления не может и не должен свидетельствовать о том, что гарантирующий поставщик признал ее соответствующей закону.

Также формируется определенная практика по привлечению к ответственности энергосбытовых компаний за совершение антиконкурентных согласованных действий и заключения соглашений между хозяйствующими субъектами, противоречащими антимонопольному законодательству.

Частью 2 статьи 11 Закона о защите конкуренции запрещались соглашения между хозяйствующими субъектами (за исключением «вертикальных» соглашений, которые признаются допустимыми в соответствии со ст. 12 Закона о защите конкуренции) или иные согласованные действия хозяйствующих субъектов, если такие соглашения или согласованные действия приводят или могут привести к ограничению конкуренции.

Рассмотрим данный вопрос на примере практики антимонопольного и судебного органа.

ОАО «РЖД» и ООО «Иркутская энергосбытовая компания» обратились в Арбитражный суд Иркутской области о признании решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области недействительным.

ОАО «РЖД» является естественным монополистом на рынке железнодорожных услуг. ООО «Иркутская энергосбытовая компания» занимает доминирующее положение на рынке реализации электрической энергии в г. Иркутске.

До заключения договора энергоснабжения между ОАО «РЖД» и ООО «Иркутская энергосбытовая компания» услуги энергоснабжения ОАО «РЖД» оказывало ЗАО «Братские электрические сети».

Как установлено материалами дела, ЗАО «Братские электрические сети» обратилось в УФАС по Иркутской области с заявлением о признании необоснованным договора энергоснабжения потребителя с присоединенной мощностью до 750 кВА и наличии согласованных действий между ОАО «РЖД» и ООО «Иркутская энергосбытовая компания».

Антимонопольный орган своим решением признал ОАО «РЖД» и ООО «Иркутская энергосбытовая компания» нарушившими требования ч. 2 ст. 11 Закона о защите конкуренции в связи с заключением договора энергоснабжения потребителя с присоединенной мощностью до 750 кВА от 01.01.2009 №935

и переходом ОАО «РЖД» на обслуживание к ООО «Иркутская энергосбытовая компания».

Суды признали решение антимонопольного органа незаконным и пришли к выводу, что в силу положений ст. 11 и 12 Закона о защите конкуренции, ОАО «РЖД» и ООО «Иркутская энергосбытовая компания» могут быть признаны нарушившими требования ч. 2 ст. 11 Закона о защите конкуренции в связи с заключением договора энергоснабжения, квалифицированного как недопустимое вертикальное соглашение, только если такое соглашение приводит или может привести к ограничению конкуренции.

Судом не найдены обстоятельства ущемления интересов ЗАО «Братские электрические сети». Суд пришел к выводу, что наличие соглашения, которое приводит или может привести к ограничению конкуренции, подлежит доказыванию.

На основании изложенного можно сделать вывод, что само наличие соглашения (вертикального соглашения), которое не привело и не могло привести к ограничению конкуренции, не может являться нарушением антимонопольного законодательства.

Заключение

В статье были представлены примеры административной и судебной практики по обжалованию решений антимонопольного органа при привлечении к ответственности энергосбытовых организаций за злоупотребление доминирующим положением и заключение антиконкурентных соглашений, противоречащих антимонопольному законодательству.

Важным выводом данного анализа является то, что суды нередко стали принимать позицию энергосбытовых организаций, так как необходимым моментом при рассмотрении подобных дел является наличие не только обязанностей крупных компаний, зани-

мающих доминирующее положение, но и наличие определенных прав.

Были рассмотрены некоторые изменения, внесенные в антимонопольное законодательство в отношении хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение, а также изменения в отношении заключения соглашений и осуществления согласованных действий.

Можно выделить следующие положительные изменения в отношении злоупотребления доминирующим положением:

- существенным изменением в антимонопольном законодательстве в части злоупотребления доминирующим положением является разделение санкции за действия, которые влияют на ограничение и устранение конкуренции, и действия, которые ущемляют интересы физических и юридических лиц, но не оказывают влияние на конкуренцию;

- при определении вины необходимо будет учитывать обстоятельства, отягчающие или смягчающие административную ответственность. Наличие таких обстоятельств будет непосредственно влиять на размер штрафа за совершение действий, предусмотренных ст. 14.31, 14.31.1, 14.32, 14.33 Закона о защите конкуренции;

- введение фиксированного штрафа для лиц, занимающих доминирующее положение, но доля которых менее 35% на товарном рынке, является справедливым разграничением ответственности для данных хозяйствующих субъектов.

Можно выделить следующие изменения в антимонопольном законодательстве в отношении заключения соглашений и осуществления согласованных действий:

- введение отдельной нормы — запрета на согласованные действия хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию;

- уменьшение количества безусловных запретов «per se»;

- распространение запрета на заключение соглашений между субъектами-конкурентами (т. е. данные действия не рас-

пространяются на вертикальные соглашения);

- необходимым доказательством согласованных действий, которые заранее известны каждому из участвующих в них хозяйствующих субъектов, является публичное заявление одного из них о совершении таких действий;

- введение обстоятельств, отягчающих или смягчающих ответственность за совершение действий, предусмотренных ст. 11, ст. 11.1 Закона о защите конкуренции;

- введение ответственности за совершение координации экономической деятельности хозяйствующими субъектами.

Список литературы

1. *Вавилов Е. В.* Организация договорных связей в отношениях по энергоснабжению // *Предпринимательское право*. 2009. № 1.
2. *Головин В. Н.* Комментарий к Федеральному закону «О защите конкуренции» (постатейный). Деловой двор, 2010 г.
3. *Князева И. В., Салтевский В. А.* Формирование конкурентных и естественно-монопольных видов деятельности на рынке электроэнергетики // *Современная конкуренция*. 2012, № 1 (31).
4. Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике».
5. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
6. Постановление Правительства Российской Федерации от 24.10.2003 № 643 об утверждении Правил оптового рынка электрической энергии (мощности) переходного периода.
7. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.12.2004 № 861 об утверждении Правил недискриминационного доступа к услугам администратора торговой системы оптового рынка и оказания этих услуг.
8. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.08.2006 № 530 об утверждении Правил функционирования розничных рынков электрической энергии в переходный период реформирования электроэнергетики.

A. Kozhinsky, Postgraduate Student, Moscow State Industrial University, kozn67@yandex.ru

JUDICIAL PRACTICES OF ANTITRUST REGULATION ON THE MARKETS OF ELECTRICAL ENERGY

Currently, there is an active form of jurisprudence on the subject of judicial challenge the decision of the antimonopoly body to attract organizations that occupy a dominant position in the market sell (transfer) of electrical energy. The absence of a unified approach to the competition authority has a different approach in determining the guilt of the organizations and the need for a unified position.

Key words: competition law, administrative responsibility, the protection of competition, abuse of dominant position and concerted action, agreement, litigation.

Кудрявцев К. А., канд. экон. наук, ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов, Управление ФАС по Республике Марий Эл, г. Йошкар-Ола, to12-kudryavtsev@fas.gov.ru



МЕТОДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПОРЯДКА ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА ТОВАРНОМ РЫНКЕ

Одной из главных целей Федеральной антимонопольной службы России является защита товарных рынков от неконкурентных действий хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение. В практической работе часто возникает вопрос, необходимо ли проводить анализ товарного рынка, либо возможно внести изменения в Реестр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение, при выполнении определенных условий. Данная статья посвящена исследованию методического вопроса законности внесения изменений в Реестр при реорганизации юридических лиц.

Ключевые слова: товарный рынок, конкуренция, реестр хозяйствующих субъектов, реорганизация, универсальное правопреемство.

Введение

Государственная функция защиты конкуренции и цель конкурентной политики заключаются в защите благосостояния потребителей посредством поддержания высокого уровня конкуренции на общем рынке. Конкуренция должна вести к снижению цен, расширению выбора товаров, технологическим инновациям, и все это — в интересах потребителя.

Основные положения антимонопольного регулирования и защиты товарных рынков нашли отражение в Федеральном законе от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции).

В частности, для лиц, занимающих доминирующее положение на рынке, введены ог-

раничения: запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции). Таким образом, первым шагом защиты конкуренции на товарном рынке является выявление доминирующего положения.

В полномочия антимонопольного органа входит ведение реестра хозяйствующих субъектов (за исключением финансовых организаций), имеющих долю на рынке определенного товара размером более чем 35 процентов или занимающих доминирующее положение на рынке определенного товара (далее — Реестр), если в отношении такого рынка другими федеральными законами ус-

тановлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов (п. 8 ч. 1 ст. 23 Закона о защите конкуренции).

При включении хозяйствующих субъектов в Реестр возникает необходимость соблюдения ими норм антимонопольного законодательства, в частности, нормативно установлен запрет на злоупотребление доминирующим положением, а также требуется согласование ключевых сделок.

Регулирование процедуры анализа товарного рынка ФАС России

Регулирование процедуры проведения анализа товарного рынка и включения в Реестр хозяйствующих субъектов осуществляется следующими нормативно-правовыми актами:

1) Приказом ФАС РФ от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (далее — Порядок);

2) Постановлением Правительства РФ от 19.12.2007 № 896 «Об утверждении Правил формирования и ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 процентов или занимающих доминирующее положение на рынке определенного товара, если в отношении такого рынка федеральными законами установлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов» (далее — Правила);

3) Приказом ФАС РФ от 17.01.2007 № 6 «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по ведению реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара более чем 35 процентов» (далее — Регламент).

Однако даже при таком количестве актов, регулирующих установление доминирующего положения, на практике возникают

ситуации, когда ни Порядком, ни Правилами, ни Регламентом ФАС не предусмотрена какая-то определенная процедура, например, процедура включения хозяйствующего субъекта в Реестр при реорганизации юридического лица, уже содержащегося в Реестре хозяйствующих субъектов.

Таким образом, цель данной статьи состоит в исследовании возможности внесения изменений в Реестр без проведения анализа товарного рынка, основная задача — дать ответ на вопрос о законности указанных действий на примере реорганизации в форме присоединения ОАО «ВолгаТелеком» к ОАО «Ростелеком».

Основанием для начала действия по включению в Реестр является аналитический отчет либо поступление в установленном порядке судебного решения о включении в Реестр соответствующего хозяйствующего субъекта (п. 3.6 Регламента)¹.

Между тем, указанное положение не относится к принятию решения о внесении изменений в содержащиеся в Реестре сведения.

При реорганизации юридического лица процедура принятия решения о включении сведений о новом хозяйствующем субъекте в реестр не должна соблюдаться, в Реестр должны вноситься лишь данные образовавшихся хозяйствующих субъектов на основании представленных документов.

Гражданский кодекс разделяет реорганизацию юридического лица в следующих формах: слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование (ст. 57 ГК РФ).

При реорганизации в форме слияния, присоединения и преобразования утверждается передаточный акт, при реоргани-

¹ Приказ ФАС РФ от 17.01.2007 № 6 «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по ведению реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара более чем 35 процентов» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 14.03.2007 № 9105).

зации в форме разделения и выделения утверждается разделительный баланс (ст. 58 ГК РФ).

Исследование внесения изменений в Реестр без проведения анализа товарного рынка

В начале 2011 года к национальному оператору дальней связи ОАО «Ростелеком» присоединились межрегиональные компании связи ОАО «ЦентрТелеком», ОАО «Северо-Западный Телеком», ОАО «Южная телекоммуникационная компания», ОАО «ВолгаТелеком», ОАО «Уралсвязьинформ», ОАО «Сибирьтелеком», ОАО «Дальсвязь» и ОАО «Дагсвязьинформ».

ОАО «Ростелеком» стал обладателем комплекса государственных лицензий, позволяющих оказывать широкий спектр телекоммуникационных услуг во всех регионах РФ. Компания располагает самой большой магистральной сетью связи суммарной протяженностью около 500 тыс. км и уникальной инфраструктурой доступа к 35 млн российских домохозяйств. Сегодня различными услугами компании пользуются более 100 млн жителей России².

Таким образом, фактически указанные юридические лица были реорганизованы в форме присоединения к ОАО «Ростелеком».

При реорганизации юридического лица в форме присоединения к нему другого юридического лица первое из них считается реорганизованным с момента внесения в ЕГРЮЛ записи о прекращении деятельности присоединенного юридического лица (ст. 57 ГК РФ). На этом основании (прекращение деятельности) ОАО «Ростелеком» подало заявление в территориальные ор-

ганы Федеральной антимонопольной службы об исключении из Реестра присоединенных хозяйствующих субъектов. Правилами (подп. «б» п. 14) предусмотрено исключение хозяйствующих субъектов из Реестра на основании заверенных в установленном порядке документов, свидетельствующих о ликвидации юридического лица.

В Реестр хозяйствующих субъектов Управления ФАС по Республике Марий Эл (далее — Марийское УФАС России) ОАО «ВолгаТелеком» было включено по следующим позициям:

1. «Услуги электросвязи» в географических границах Республики Марий Эл с долей более 65% (приказ о включении от 08.05.2003 № 36);

2. «Услуги предоставления доступа к сети Интернет с использованием коммутируемого способа присоединения к сети передачи данных», «Услуги предоставления доступа к сети Интернет с использованием широкополосного способа присоединения к сети передачи данных, кроме технологий для организации беспроводного доступа» в географических границах Республики Марий Эл с долями более 50% (приказ о включении от 30.05.2008 № 34);

3. «Предоставление в пользование линейно-кабельных сооружений связи для размещения кабелей связи» в географических границах муниципального образования «Город Йошкар-Ола» с долей более 50% (приказ о включении от 12.11.2010 № 208).

Филиал ОАО «Ростелеком» в Республике Марий Эл, также как и в других регионах России, направил в адрес Марийского УФАС России заявление, в котором просил исключить ОАО «ВолгаТелеком» из Реестра в связи с прекращением деятельности.

Согласно свидетельству о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц (далее — ЕГРЮЛ) от 01.04.2011 серия 78 № 008200606, ОАО «ВолгаТелеком» прекратило деятельность путем реорганизации в форме присоединения.

² ОАО «Ростелеком» (<http://www.rt.ru/>) — национальная телекоммуникационная компания России — является крупнейшей российской телекоммуникационной компанией [Электронный документ] — http://maryel.volga.rt.ru/about/about_rt (дата обращения 14.03.2012).

Согласно передаточному акту от 22.06.2010, утвержденному общим собранием акционеров (протокол № 10), ОАО «ВолгаТелеком» передает, а ОАО «Ростелеком» принимает все имущество, права и обязательства Присоединяемого общества в порядке универсального правопреемства при реорганизации путем присоединения Присоединяемого общества к ОАО «Ростелеком».

Основанием для начала действий по внесению изменений в Реестр согласно Правилам (п. 15) являются:

а) аналитический отчет, содержащий сведения об изменении информации о товарном рынке, на котором действует хозяйствующий субъект;

б) документы, подтверждающие изменение сведений о хозяйствующем субъекте (группе лиц);

в) решение суда о внесении изменений в содержащиеся в реестре сведения³.

Согласно Регламенту, основанием для начала действий по внесению изменений в Реестр являются документы, содержащие сведения об изменении реквизитов хозяйствующего субъекта, включенного в Реестр (п. 3.29.2 Регламента)⁴.

Приказом от 04.08.2011 № 242 Марийское УФАС России внесло изменения в Реестр (в части наименования общества, его адреса, ИНН), заменив ОАО «ВолгаТелеком» на ОАО «Ростелеком».

³ Постановление Правительства РФ от 19.12.2007 № 896 (ред. от 29.12.2008) «Об утверждении Правил формирования и ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 процентов или занимающих доминирующее положение на рынке определенного товара, если в отношении такого рынка федеральными законами установлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов».

⁴ Приказ ФАС РФ от 17.01.2007 № 6 «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по ведению реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара более чем тридцать пять процентов» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 14.03.2007 за № 9105).

Таким образом, в Реестр оказался включен, по сути, новый хозяйствующий субъект.

Правилами (п. 13) установлены основания для принятия решения о включении сведений о хозяйствующем субъекте в реестр:

а) аналитический отчет, подготовленный:

- в рамках рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства;

- при рассмотрении ходатайства о даче согласия на осуществление сделок и иных действий или уведомления о сделках и иных действиях, подлежащих государственному контролю над экономической концентрацией;

- по итогам рассмотрения заявления хозяйствующего субъекта;

- по итогам анализа состояния конкуренции на товарном рынке, проведенного антимонопольным органом по собственной инициативе;

б) решение суда о включении сведений о хозяйствующем субъекте в реестр⁵.

ОАО «Ростелеком», посчитав незаконным данный приказ, обжаловало его в Арбитражном суде Республики Марий Эл, ссылаясь в том числе на письмо ФАС России (Тюменскому УФАС России), из которого следует, что ОАО «Уралсвязьинформ» прекратило деятельность в связи с присоединением к ОАО «Ростелеком» (запись в ЕГРЮЛ от 01.04.2011 № 117847862218). Следовательно, ОАО «Уралсвязьинформ» с указанной даты не оказывает услуг и не присутствует в качестве самостоятельного хозяйствующего субъекта на рынках, оно ранее было включено, и должно быть исключено из Реестра.

⁵ Постановление Правительства РФ от 19.12.2007 № 896 (ред. от 29.12.2008) «Об утверждении Правил формирования и ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 процентов или занимающих доминирующее положение на рынке определенного товара, если в отношении такого рынка федеральными законами установлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов».

Включение хозяйствующего субъекта в реестр на основании его правопреемства по отношению к содержащемуся в Реестре хозяйствующему субъекту не предусмотрено ни Правилами формирования и ведения Реестра, ни административным Регламентом.

Пунктом 3.6 Регламента предусмотрено, что основанием для начала действий по включению в Реестр является аналитический отчет либо поступление в установленном порядке судебного решения о включении в Реестр соответствующего хозяйствующего субъекта.

Таким образом, включение ОАО «Ростелеком» в Реестр по тем товарным рынкам, на которых ранее оказывало услуги ОАО «Уралсвязьинформ», возможно только на основании аналитических отчетов, учитывающих долю ОАО «Ростелеком» на соответствующих товарных рынках⁶.

Аналогичные выводы сделаны в ряде решений Арбитражных судов.

1) Арбитражный суд Курганской области в решении от 26.10.2011, отменяя приказ Курганского УФАС от 13.05.2011 № 87 «О внесении изменений в Реестр», указал следующее.

ОАО «Ростелеком» 22.04.2011 обратилось в Курганское УФАС с заявлением об исключении ОАО «Уралсвязьинформ» из реестра в связи с прекращением последней деятельности.

В ЕГРЮЛ внесена запись (от 01.04.2011 № 2117847862218) о прекращении деятельности ОАО «Уралсвязьинформ» в связи с присоединением к ОАО «Ростелеком».

Следовательно, ОАО «Уралсвязьинформ» с указанной даты не оказывает услуг и не присутствует в качестве самостоятельного хозяйствующего субъекта.

Включение хозяйствующего субъекта на основании его правопреемства по отношению к содержащемуся в Реестре хозяйствующему субъекту не предусмотрено

ни Правилами, ни Административным регламентом ФАС.

Вместе с тем, Правилами и Регламентом предусмотрено, что основанием для начала действий по включению в Реестр и принятия соответствующего решения является аналитический отчет либо поступление в установленном порядке судебного решения о включении в Реестр соответствующего хозяйствующего субъекта (п. 13 Правил, п. 3.6 Регламента)⁷.

2) Арбитражный суд Пермского края в решении от 30.11.2011, отменяя приказ Пермского УФАС России от 05.05.2011 № 216-п «О внесении изменений в Реестр» в связи с прекращением деятельности ОАО «Уралсвязьинформ» (запись в ЕГРЮЛ от 01.04.2011 № 117847862218), указал, что включение нового хозяйствующего субъекта на основании его правопреемства в Реестр не предусмотрено ни Правилами, ни Административным регламентом ФАС.

Антимонопольный орган вносил изменения в реестр исходя из того, что на основании документов, подтверждающих изменение сведений о хозяйствующем субъекте (подп. «б» п. 15 Правил), в рассматриваемом случае имела место не ликвидация (ст. 61 ГК РФ), а реорганизация юридического лица (ст. 58 ГК РФ), а в силу п. 2 ст. 58 ГК РФ и ч. 5 ст. 17 Закона об акционерных обществах (№ 208-ФЗ) к вновь созданному юридическому лицу переходят все права и обязанности реорганизованного юридического лица, т.е. правопреемство является универсальным и наступает в силу закона, в связи с чем у антимонопольного органа отсутствовали основания для применения исключения из реестра вследствие ликвидации (подп. «б» п. 14 Правил). Данные доводы судом были отклонены⁸.

⁷ Решение Арбитражного суда Курганской области от 26.10.2011 № А34-3412/2011.

⁸ Решение Арбитражного суда Пермского края от 30.11.2011 № А50-17996/2011.

⁶ Письмо ФАС России от 17.06.2011 № ЦА/22958.

3) Арбитражный суд Челябинской области в решении от 07.12.2011, отменяя приказ Челябинского УФАС России от 03.08.2011 № 277 «О внесении изменений в Реестр» в связи с прекращением деятельности ОАО «Уралсвязьинформ» (запись в ЕГРЮЛ от 01.04.2011), также указал, что включение нового хозяйствующего субъекта на основании его правопреемства в Реестр не предусмотрено ни Правилами, ни Административным регламентом ФАС, антимонопольному органу следовало составить аналитический отчет⁹.

4) Арбитражный суд Ивановской области в решении от 23.12.2011, отменяя приказ Ивановского УФАС России от 14.06.2011 № 80 «О внесении изменений в Реестр» в связи с прекращением деятельности юридического лица ОАО «ЦентрТелеком» путем реорганизации в форме присоединения к ОАО «Ростелеком» (запись в ЕГРЮЛ 01.04.2011 за № 1025006174710), посчитал, что поступившее 18.04.2011 в Ивановское УФАС России уведомление о реорганизации ОАО «ЦентрТелеком» не является документом, содержащим сведения об изменении реквизитов ОАО «ЦентрТелеком» в смысле п. 3.29.2 Административного регламента и подп. «б» п. 15 Правил.

ОАО «ЦентрТелеком» с 01.04.2011 не оказывает услуг и не присутствует в качестве самостоятельного хозяйствующего субъекта на рынках, по которым оно ранее было включено в Реестр, внесение изменений в отношении реквизитов прекратившего деятельность юридического лица невозможно.

Доводы Ивановского УФАС России о том, что в связи с присоединением ОАО «ЦентрТелеком» к ОАО «Ростелеком» в Реестре были изменены реквизиты ОАО «ЦентрТелеком» на реквизиты универсального правопреемника — ОАО «Ростелеком» — судом приняты не были.

Согласно п. 2 ст. 58 Гражданского кодекса РФ при присоединении юридического ли-

ца к другому юридическому лицу к последнему переходят права и обязанности присоединенного юридического лица в соответствии с передаточным актом.

Однако включение хозяйствующего субъекта в Реестр является публичным обременением и не может переходить к правопреемнику в порядке п. 2 ст. 58 Гражданского кодекса РФ.

Ни Правилами, ни Административным регламентом не предусмотрена возможность внесения изменений в Реестр в отношении прекратившего деятельность хозяйствующего субъекта на основании правопреемства.

Фактически Приказом № 80 от 14.06.2011 Ивановское УФАС России не изменило сведения в отношении ОАО «ЦентрТелеком», касающиеся его реквизитов, а включило в Реестр самостоятельный хозяйствующий субъект — ОАО «Ростелеком»¹⁰.

5) Арбитражный суд Удмуртской республики в решении от 14.02.2012, отменяя приказ Удмуртского УФАС России от 03.06.2011 № 339/18 «О внесении изменений в Реестр» в связи с прекращением деятельности ОАО «ВолгаТелеком» (запись в ЕГРЮЛ от 01.04.2011), также поддержал позицию, что включение нового хозяйствующего субъекта на основании его правопреемства в Реестр не предусмотрено ни Правилами, ни Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы¹¹.

Оспаривание ОАО «Ростелеком» указанных приказов было направлено на временный выход общества из-под антимонопольного контроля, что могло нарушить права абонентов ОАО «Ростелеком», а также предоставить Обществу возможность осуществления ряда бесконтрольных сделок, т. е. еще больше монополизировать товарные рынки.

Арбитражный суд Ивановской области в частности указал, что включение хозяй-

⁹ Решение Арбитражного суда Челябинской области от 07.12.2011 № А76-18149/2011.

¹⁰ Решение Арбитражного суда Ивановской области от 23.12.2011 № А17-4213/2011.

¹¹ Решение Арбитражного суда Удмуртской Республики от 14.02.2012 № А71-17226/2011.

ствующего субъекта в Реестр является публичным обременением и не может переходить к правопреемнику в порядке п. 2 ст. 58 Гражданского кодекса РФ.

Таким образом, под публичным обременением при включении в Реестр подразумевается возложение на Общество обязанностей по соблюдению запретов на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением, составление статистической отчетности и предоставление ее в антимонопольный орган (форма № 1-МОН), по согласованию с антимонопольным органом ключевых сделок с акциями (долями), имуществами коммерческих (финансовых) организаций, правами в отношении коммерческих (финансовых) организаций.

Однако соблюдение норм антимонопольного законодательства не может нарушать права юридического лица при осуществлении предпринимательской деятельности¹². В связи с этим внесение изменений в Реестр на основании правопреемства, т. е. фактически появление нового хозяйствующего субъекта в реестре, не может считаться публичным обременением.

В ходе судебного разбирательства в Арбитражном суде Республики Марий Эл, итогом которого был отказ в удовлетворении заявленных требований ОАО «Ростелеком», Общество также ссылалось на необходимость исключения ОАО «ВолгаТелеком» из Реестра на основании заверенных в установленном порядке документов, свидетельствующих о ликвидации юридического лица (подп. «б» п. 14 Правил).

Между тем, данная ссылка Общества признана юридически ошибочной. Правилами ведения Реестра (п. 14) определен исчерпывающий перечень оснований для принятия решения об исключении сведений о хозяйствующем субъекте из реестра:

а) аналитический отчет, подготовленный в соответствии с подп. «а» п. 13 Правил;

б) заверенные в установленном порядке документы, свидетельствующие о ликвидации юридического лица (прекращении деятельности физического лица в качестве индивидуального предпринимателя);

в) решение суда об исключении сведений о хозяйствующем субъекте из реестра¹³.

Тем самым Правилами прямо не предусмотрено исключение хозяйствующего субъекта из Реестра в связи с прекращением его деятельности в результате реорганизации. Более того, Гражданский кодекс РФ принципиально различает реорганизацию юридического лица с полной или частичной передачей прав и обязанностей по правилам правопреемства вновь созданным или действующим юридическим лицам (ст. 58 ГК РФ), а также ликвидацию юридического лица, которая влечет его прекращение без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам (п. 1 ст. 61 ГК РФ). ОАО «ВолгаТелеком» было реорганизовано путем присоединения, все его права и обязанности перешли к ОАО «Ростелеком» в порядке универсального правопреемства. По этим причинам подп. «б» п. 14 Правил о ликвидации юридического лица не подлежал применению при рассмотрении заявления об исключении ОАО «ВолгаТелеком» из Реестра.

В результате присоединения все без исключения права и обязанности ОАО «ВолгаТелеком» перешли к ОАО «Ростелеком», в том числе обязанности, которые не признавались или оспаривались участниками реорганизации, а также на момент реорганизации не были указаны в передаточном акте. Следовательно, ОАО «Ростелеком» как полный правопреемник ОАО «ВолгаТелеком»

¹² Решение Арбитражного суда Республики Марий Эл от 28.02.2012 № А38-5836/2011.

¹³ Постановление Правительства РФ от 19.12.2007 № 896 (ред. от 29.12.2008) «Об утверждении Правил формирования и ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 процентов или занимающих доминирующее положение на рынке определенного товара, если в отношении такого рынка федеральными законами установлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов».

немедленно с момента прекращения деятельности реорганизованного юридического лица стало хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на четырех вышеуказанных самостоятельных товарных рынках в географических границах Республики Марий Эл¹⁴.

При издании спорного приказа о внесении изменений фактически в его приложении были изменены только реквизиты юридического лица, так как в Реестр были внесены изменения, не затрагивающие информацию о товарных рынках. Хотя отождествлять перемену реквизитов юридического лица с реорганизацией в форме присоединения не совсем верно, что подтверждается позицией в решениях арбитражных судов.

Как правило, на практике возможность внесения изменений в Реестр возникает, например, при смене наименования юридического лица, как это было сделано приказом Марийского УФАС России от 27.01.2012 «О внесении изменений», когда ООО «Марийскгаз» было переименовано в ООО «Газпром газораспределение Йошкар-Ола». В данном случае остался тот же самый хозяйствующий субъект, что подтверждается неизменившимся основным государственным регистрационным номером.

Арбитражными судами и ФАС России обоснованно указано, что включение нового хозяйствующего субъекта в Реестр на основании его правопреемства не предусмотрено ни Правилами, ни Административным регламентом ФАС, т. е. по сути на данный момент времени существует пробел в законодательстве.

Новизна проведенного исследования заключается в выявлении того, что процедура принятия решения о включении сведений о хозяйствующем субъекте в Реестр при реорганизации юридического лица через составление аналитического отчета не должна соблюдаться, в Реестр должны вноситься

данные образовавшихся юридических лиц на основании передаточного акта либо разделительного баланса.

Поэтому, учитывая положения Гражданского кодекса, можно пойти по пути внесения изменений в Реестр, аналогичному смене реквизитов юридического лица.

Принимая решение в пользу антимонопольного органа, Арбитражный суд Республики Марий Эл учел особенности исследуемых товарных рынков.

Товарный рынок услуг электросвязи, согласно ст. 4 Федерального закона от 17.08.1995 № 147-ФЗ «О естественных монополиях», отнесен к сфере деятельности субъектов естественных монополий «услуги общедоступной электросвязи»¹⁵. Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта — субъекта естественной монополии на товарном рынке, находящемся в состоянии естественной монополии (ч. 5 ст. 5 Закона о защите конкуренции).

В практической деятельности при выявлении антимонопольным органом хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на товарных рынках, находящихся в состоянии естественных монополий, например на рынке услуг передачи электрической энергии, соответствующая информация направляется в Федеральный службу по тарифам (далее — ФСТ России) для включения сведений о хозяйствующем субъекте в Реестр субъектов естественных монополий. Лицам, включенным в данный реестр по определенной сфере, ФСТ России в обязательном порядке устанавливает тариф на предоставляемые услуги.

Таким образом, хозяйствующему субъекту, осуществляющему деятельность в состоянии естественной монополии, обжаловать в судебном порядке включение в Реестр не имеет разумного смысла.

Доминирующее положение на товарном рынке услуг предоставления в пользование

¹⁴ Решение Арбитражного суда Республики Марий Эл от 28.02.2012 № А38-5836/2011.

¹⁵ Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ (ред. от 06.12.2011) «О естественных монополиях».

линейно-кабельных сооружений связи для размещения кабелей связи ОАО «ВолгаТелеком» подтверждено решениями арбитражных судов трех инстанций (дело № А38-619/2011). В ходе рассмотрения указанного дела было установлено, что на территории Республики Марий Эл ОАО «Ростелеком» не имел собственных линейно-кабельных сооружений связи, а арендовал каналы в кабельной канализации ОАО «ВолгаТелеком», доля которого составляла сто процентов. Следовательно, в дальнейшем при внесении изменений в Реестр, учитывая установленный факт, не произошло изменения доли ОАО «Ростелеком» на товарном рынке.

Необходимо отметить, что постановлениями Федерального арбитражного суда Северо-Кавказского округа (дело № А25-1532/2010), Центрального округа (дело № А35-13 456/2010), решением Арбитражного суда Самарской области (дело № А55-25947/2010), Арбитражного суда Калужской области (дело № А23-75/2011), постановлением Семнадцатого арбитражного апелляционного суда (дело № А60-15747/2011), решением Арбитражного суда г. Москвы (дело № А40-23884/2011) заявленные требования ОАО «Ростелеком» были удовлетворены, а антимонопольным органам указано на неправильное определение продуктовых границ товарного рынка линейно-кабельных сооружений связи.

Грамотное исследование взаимозаменяемости товаров позволило Марийскому УФАС России отстоять в судах спорный приказ.

По мнению заместителя руководителя ФАС России Анатолия Голомолзина, «включение компании в Реестр будет способствовать гарантированию недискриминационного доступа на рынки услуг связи других операторов, а значит, развитию конкуренции и обеспечению потребностей абонентов связи в многообразных и качественных услугах»¹⁶.

¹⁶ ОАО «Ростелеком» — в Реестре, доступ к инфраструктуре — на контроле [Электронный документ] — http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news_32320.html (дата обращения 12.03.2012).

Товарные рынки услуг предоставления доступа к сети Интернет с использованием широкополосного способа присоединения к сети передачи данных, кроме технологий для организации беспроводного доступа и услуги предоставления доступа к сети Интернет с использованием коммутируемого способа присоединения к сети передачи данных, анализировались в 2008 году. В планы анализа Марийского УФАС России в период 2009–2011 гг. исследование вышеуказанных товарных рынков не включалось.

Хозяйствующий субъект вправе направить в антимонопольный орган заявление в произвольной форме о включении сведений о себе в Реестр, исключении соответствующих сведений из Реестра и внесении изменений в содержащиеся в Реестре сведения о нем (далее — заявление хозяйствующего субъекта). К заявлению хозяйствующего субъекта прилагаются оригиналы или заверенные в установленном порядке копии документов (п. 9 Правил)¹⁷.

В период 2009–2011 гг. ОАО «ВолгаТелеком» и ОАО «Ростелеком» не подавали заявлений и документов об изменении доли на рынке, что прямо установлено Правилами (п. 9).

Следовательно, при реорганизации юридического лица и принятии решения о внесении изменений в Реестр антимонопольному органу необходимо знать, каким образом произошла реорганизация, какое имущество, в каком объеме и кому передано, т. е. определить дальнейшее присутствие хозяйствующих субъектов на товарном рынке.

¹⁷ Постановление Правительства РФ от 19.12.2007 № 896 (ред. от 29.12.2008) «Об утверждении Правил формирования и ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 процентов или занимающих доминирующее положение на рынке определенного товара, если в отношении такого рынка федеральными законами установлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов».

Заключение

В целях совершенствования антимонопольного законодательства в области установления доминирующего положения необходимо нормативно закрепить в Правилах и Административном регламенте ФАС по ведению Реестра дополнительные основания для начала действий по внесению изменений в Реестр. При этом должна быть отражена необходимость соблюдения совокупности следующих условий:

- наличие документов, подтверждающих реорганизацию юридического лица в форме слияния, присоединения и преобразования, с утвержденным передаточным актом;
- наличие документов, подтверждающих реорганизацию юридического лица в форме разделения и выделения, с утвержденным разделительным балансом.

Подводя итог, необходимо отметить, что совершенствование антимонопольного законодательства будет способствовать устранению проблем в правоприменительной практике. Поэтому включение соответствующих положений в Правила и Административный регламент ФАС по ведению Реестра исключило бы ту неопределенность, которая пока сохраняется в отношении при-

нятия решения по включению либо внесению изменений в Реестр на основании информации о реорганизации юридического лица.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 06.12.2011) «О защите конкуренции».
2. Приказ ФАС РФ от 17.01.2007 № 6 «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по ведению реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара более чем тридцать пять процентов» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 14.03.2007 за № 9105).
3. Постановление Правительства РФ от 19.12.2007 № 896 (ред. от 29.12.2008) «Об утверждении Правил формирования и ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 процентов или занимающих доминирующее положение на рынке определенного товара, если в отношении такого рынка федеральными законами установлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов».
4. Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ (ред. от 06.12.2011) «О естественных монополиях».

K. Kudryavtsev, PhD in Economics, Leading Specialist Expert of Analytical Work and Control of Managing Subjects Department, Department of Federal Antimonopoly Service in Mari El Republic, loshkar-Ola, to12-kudryavtsev@fas.gov.ru

METHODICAL QUESTIONS ABOUT THE ORDER OF ANALYZING THE CONDITION OF THE COMPETITION AT THE COMMODITY MARKET

One of the main goals of Federal antimonopoly service in Russia is the protection of the commodity markets against noncompetitive actions of the managing subjects occupying a leading position. The question, whether it is necessary to analyzing the commodity market, or it is possible to make changes into the Register of the managing subjects occupying a leading position by a determined coincidence, arises often in a practice. This article is devoted to research of the legality to change the Register by reorganization of legal entities.

Key words: commodity market, competition, the register of managing subjects, reorganization, universal assignment.

Куршиева Н. М., канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Дагестанского государственного технического университета, г. Махачкала, nurisat@mail.ru

Шамарова Г. М., докт. экон. наук, член-корреспондент РАН, профессор кафедры общего менеджмента МФПУ «Синергия», г. Москва, gulmira2604@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

Статья посвящена проблеме конкурентоспособности государственных и муниципальных служащих. Проведен анализ управления конкурентоспособностью персонала, рассмотрены свойства и характеристики современной государственной и муниципальной службы, а также предложены основные направления повышения ее эффективности.

Ключевые слова: государственные служащие, муниципальные служащие, проблемы, реформирование, эффективность.

Введение

Социально-политические реформы, проводимые в России, не могли не затронуть институты государственной власти и местного самоуправления. В условиях становления и развития российской государственности и формирования гражданского общества становится все более актуальной потребность в создании эффективной и действенной системы управления общественными процессами в стране. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 10 марта 2009 года № 261 «О Федеральной Программе «Реформирование и развитие системы государственной службы Российской Федерации (2009–2013 годы)»» успешность реформирования и развития системы государственной службы зависит от разработки и реализации мероприятий, направленных на ее модернизацию и формирование в единую систему, а также на практическое приме-

нение новых технологий государственного управления. Современная государственная и муниципальная служба должна быть открытой, конкурентоспособной и престижной, ориентированной на результативную деятельность своих служащих по обеспечению исполнения полномочий государственных и муниципальных органов, должна активно взаимодействовать с институтами гражданского общества.

Государственная и муниципальная служба Российской Федерации — важнейший инструмент преобразований во власти, экономике, социальной сфере, в области национальной безопасности. Профессиональная компетентность государственного и муниципального служащего считается залогом существования сильной развитой страны, в связи с чем поиск системы оценки эффективности деятельности государственных и муниципальных служащих на основе выделения профессиональных компетенций, профессиональных качеств этой про-

фессиональной группы стал на долгое время (и продолжается по сей день) делом первостепенной важности для многих отечественных исследователей.

Становление государственной и муниципальной службы России проходило в сложных противоречивых условиях и в целом отставало от общего темпа реформ в экономике и социальной сфере. Издержки нерешенных проблем в этой области проявляются в низкой эффективности органов государственной власти и местного самоуправления, недостаточном уровне профессионализма государственных и муниципальных служащих, высокой степени отчуждения от них граждан, снижении престижа службы. Эти тенденции призвана устранить реформа государственной и муниципальной службы. Ее главная цель — кардинальное повышение эффективности работы в интересах развития гражданского общества и укрепления государства. Актуальная задача реформы — восстановление доверия граждан к органам государственной и муниципальной власти за счет качественного удовлетворения их социальных и общественных потребностей на основе предоставления государственных и муниципальных услуг.

Содержание проблемы конкурентоспособности государственных и муниципальных служащих и обоснование необходимости реформирования и развития системы государственной и муниципальной службы РФ

Федеральный закон от 31 июля 1995 года № 119-ФЗ «Об основах государственной службы Российской Федерации» положил начало развитию всех компонентов государственной, а также муниципальной службы в России, которая получила правовое оформление несколько позднее. 8 января 1998 года был принят Федеральный

закон № 8-ФЗ «Об основах муниципальной службы в Российской Федерации». Моделью для него послужило законодательство о государственной службе с учетом особенностей, установленных в законодательных актах о местном самоуправлении. Принятие Федерального закона от 2 марта 2007 года № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» произошло в русле радикального обновления всей базы законодательства о государственной и муниципальной службе, ставшего одним из центральных составляющих административной реформы. Главной целью административной реформы было создание эффективного государственного аппарата. В государственном аппарате и муниципальных образованиях наметились и развились массовые негативные тенденции, выражавшиеся в общей неэффективности властных структур. Для их преодоления были осуществлены кадровые изменения, начались административная и муниципальная реформы, наметилась тенденция к выстраиванию властной вертикали. Недостатки действующей модели государственной и муниципальной службы привели к необходимости ее реформирования на основе укрепления режима всех видов службы.

В рамках проведения административной реформы одним из приоритетных направлений обозначено качественное совершенствование деятельности органов власти, в том числе повышение эффективности труда государственных и муниципальных служащих, внедрение новых методов стимулирования и оценки их деятельности, применение эффективных методов отбора и подбора кадров, создание условий для должностного роста, что неразрывно связано с модернизацией существующей системы мотивации и стимулирования труда государственных и муниципальных служащих.

Несмотря на ужесточение требований к набору граждан на государственную и муниципальную службу, организация приема на нее нуждается в совершенствовании:

следует улучшить информирование граждан по вопросам наличия вакансий, проведения конкурсов, их итогов, в том числе путем размещения извещений в Интернете: как на официальных сайтах органов власти, так и на специализированных сайтах поиска работы.

Задача качественного обновления персонала государственной и муниципальной службы решается через пополнение профессионально подготовленными кадрами, а также формирование рациональной половозрастной структуры, оптимальное использование знаний служащих, их навыков и способностей, стимулирование постоянного профессионально-квалификационного развития. Цель такой кадровой политики состоит в том, чтобы обеспечить максимальное приращение знаний и профессионального опыта специалиста и рационально им распорядиться в интересах развития общества и эффективной организации государства.

Конкурентоспособная личность в системе государственной и муниципальной службы должна обладать не только специальными знаниями и умениями в сфере профессиональной деятельности, но прежде всего развитыми личностными качествами, позволяющими эффективно осуществлять процесс деятельности органов государственной власти и местного самоуправления и получать необходимые результаты. Кроме того, конкурентоспособность персонала органов государственной власти и местного самоуправления отражает не только подготовленность государственных и муниципальных служащих к выполнению своих функций в настоящее время, но и совокупность их возможностей в долгосрочной перспективе с учетом развития профессиональной квалификации, уровня мотивации, возраста, практического опыта деятельности.

Вместе с тем, конкурентоспособность государственной и муниципальной службы понижена в связи с меньшим денежным содержанием по сравнению с коммерчески-

ми структурами, отсутствием системности профессионального совершенствования сотрудников и карьерного движения.

В этих условиях проблема обеспечения конкурентоспособности персонала государственных и муниципальных служащих является одной из актуальных задач управления в системе государственной власти и местного самоуправления.

Конкурентоспособность персонала государственной и муниципальной службы — это совокупность личных и профессиональных качеств персонала, которые дают возможность быстро воспринимать и анализировать ситуацию, принимать оптимальные решения и эффективно исполнять функциональные обязанности. От компетентности, профессионализма, образованности, общей культуры, гражданской ответственности персонала государственной и муниципальной службы зависит качество профессиональной деятельности, конечной целью которой является обеспечение и организация благоприятных условий для жизнедеятельности местного сообщества и государства в целом.

Компетентностный подход к профессионализации государственных и муниципальных служащих представляется наиболее перспективным с позиций построения современной модели профессиональной компетентности государственного и муниципального служащего и возможности выявления закономерностей изменения в процессе профессиональной деятельности и карьерного продвижения, как базовых, так и сопутствующих, но не менее значимых профессиональных характеристик служащих.

В рамках очередного этапа реформы государственной службы в Российской Федерации (2009–2013 гг.) одним из приоритетных направлений обозначена модернизация существующей системы мотивации профессиональной деятельности государственных служащих посредством внедрения новых методов стимулирования и оценки деятельности, применения эффективных

методов отбора и подбора кадров, создания условий для должностного роста. В процессе реформирования государственной и муниципальной службы предполагается оптимизировать численность служащих путем внедрения новых методов управления, совершенствования законодательной и нормативно-правовой базы, дальнейшего развития системы профессионального обучения кадров и научно-методического обеспечения.

Так, согласно Указу Президента Российской Федерации от 10 марта 2009 года № 261 «О Федеральной Программе “Реформирование и развитие системы государственной службы Российской Федерации (2009–2013 годы)”», важнейшими направлениями повышения эффективности государственной службы являются разработка и внедрение механизмов, обеспечивающих результативность профессиональной служебной деятельности государственных служащих. В настоящее время показатели служебной деятельности госслужащих недостаточно ориентированы на результативность труда, на достижение целей и приоритетов государственных органов. Уровень денежного содержания государственных служащих слабо зависит от результатов их труда. Система дополнительного профессионального образования государственных гражданских служащих также не в должной мере нацелена на повышение результативности их профессиональной служебной деятельности.

Для эффективного функционирования государственной службы необходимо обеспечить надлежащие условия для качественного исполнения государственными служащими своих должностных (служебных) обязанностей. Этому может способствовать внедрение в сферу государственной службы современных информационных технологий управления и совершенствование системы организации профессиональной служебной деятельности государственных служащих.

Следует разработать сбалансированную систему показателей результативности профессиональной служебной деятельности государственных служащих, а также усилить стимулы к надлежащему исполнению ими должностных регламентов. Повышение уровня социальной защищенности государственных служащих, совершенствование системы государственных гарантий, создание современной системы материального и нематериального стимулирования труда государственных служащих, оптимизация порядка оплаты их труда являются необходимыми условиями успешного развития системы государственной службы, эффективного достижения поставленных перед ней целей.

Для решения перечисленных задач необходимо:

- обеспечить отражение целей и задач государственных органов в показателях результативности профессиональной служебной деятельности государственных служащих;
- разработать объективные критерии оценки эффективности профессиональной служебной деятельности государственных служащих;
- разработать модели должностных регламентов, позволяющие упорядочить и конкретизировать должностные (служебные) обязанности государственных служащих, замещающих должности разных категорий;
- внедрить методики разработки должностных регламентов государственных служащих и их пересмотра при изменении административных регламентов исполнения государственных функций или предоставления государственных услуг;
- совершенствовать методику оценки профессиональных знаний и навыков государственных служащих, предусмотренных в их должностных регламентах;
- предусмотреть в программах государственных органов по профессиональному развитию государственных служащих изу-

чение ими правовых и морально-этических аспектов управленческой деятельности;

- повысить уровень правовой и социальной защищенности государственных служащих;

- совершенствовать структуру денежного содержания (денежного вознаграждения), денежного довольствия федеральных государственных служащих с учетом особенностей видов государственной службы в целях повышения доли оклада денежного содержания в общем размере денежного содержания (денежного вознаграждения), денежного довольствия;

- совершенствовать правовой механизм регулярной индексации денежного содержания (денежного вознаграждения) государственных служащих;

- регламентировать особый порядок оплаты труда по отдельным должностям государственной службы в зависимости от показателей результативности профессиональной служебной деятельности государственных служащих;

- сформировать эффективную систему материального и нематериального стимулирования государственных служащих с учетом результатов их профессиональной служебной деятельности.

Анализ практики развития персонала государственной и муниципальной службы в субъектах Российской Федерации и основные направления повышения эффективности государственной и муниципальной службы

В субъектах Российской Федерации также разрабатывается система мер, направленная на совершенствование порядка прохождения государственной и муниципальной службы и стимулирование добросовестного исполнения ею своих обязанностей на высоком профессиональном уровне.

Рассмотрим институт кадрового обеспечения государственной и муниципальной службы на примере субъекта Российской Федерации — Республики Дагестан.

Сложность создания эффективного института кадрового обеспечения государственной службы Правительство Республики Дагестан видит в том, что кадровые изменения в органах власти происходят постоянно, изменяются личностные характеристики кадров, в силу объективных обстоятельств происходит оптимизация управленческих структур, повышается профессиональный опыт, знания, поэтому проведение стратегических преобразований невозможно без анализа качественно-функционального наполнения кадрового состава государственной службы.

Взаимоотношения местного самоуправления с государственной властью, закрепленные Федеральным законом от 06.10.2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», во многом зависят от кадрового потенциала муниципальных служащих. Здесь накопилось немало проблем, которые своими силами местному самоуправлению не решить. Достаточно сказать, что среди муниципальных служащих только 64% имеют высшее образование. Ощущается острая нехватка кадров. На муниципальную службу неохотно идет молодежь. Происходит старение руководящих кадров.

Анализ возрастного состава кадров государственной службы в разрезе государственных должностей показывает, что достаточно широко представлена возрастная группа от 40 до 65 лет — возраст, в котором большинство людей достигает вершин профессионализма.

Сложившаяся ситуация дает все основания полагать, что процессы обновления и ротации кадров необходимо регулировать путем формирования кадрового резерва, поддержки благоприятного возрастного баланса в органах государственной власти

и местного самоуправления, разработки целевых программ работы с перспективными молодыми специалистами. Следует отметить, что работа с данным институтом требует постоянности и системности. С этой целью в 2006 году, в соответствии с Законом Республики Дагестан «О государственной гражданской службе Республики Дагестан» и в целях улучшения работы по подбору, подготовке и расстановке государственных гражданских служащих Республики Дагестан, было принято Положение о кадровом резерве на государственной гражданской службе Республики Дагестан.

В Положении о кадровом резерве на государственной гражданской службе Республики Дагестан закреплены основные принципы формирования резерва кадров, порядок включения гражданского служащего (граждан) в кадровый резерв, порядок отбора в резерв и организации работы с ним. Так, например, основными принципами формирования кадрового резерва являются:

- совершенствование профессионализма и компетентности гражданских служащих;
- содействие должностному росту гражданских служащих на конкурсной основе;
- объективность оценки их профессионально-деловых и личностных качеств, результатов трудовой (служебной) деятельности посредством проведения аттестации или квалификационного экзамена;
- формирование кадрового резерва на конкурсной основе и его эффективное использование;
- применение современных кадровых технологий при поступлении на гражданскую службу и ее прохождении.

Подготовка кадрового резерва государственного органа представляет собой процесс, включающий профессиональную переподготовку, повышение квалификации, стажировку гражданских служащих и иных лиц, состоящих в кадровом резерве государственного органа.

Критериями для зачисления в кадровый резерв государственного органа являются:

- наличие необходимого уровня профессионального образования, стажа гражданской службы или стажа (опыта) работы по специальности;
- профессиональные знания и навыки, необходимые для исполнения должностных обязанностей;
- возраст, соответствующий установленному для нахождения на гражданской службе законодательством о гражданской службе;
- иные требования, установленные законодательством о гражданской службе.

При правильной и умелой постановке задачи формирование кадрового резерва создает конкурентную среду среди специалистов, стабилизирует государственное и муниципальное управление, позволяет планомерно управлять структурной перестройкой управленческого аппарата, обеспечивать его молодыми, образованными работниками.

Одним из приоритетных направлений кадровой политики органов государственной власти и местного самоуправления Республики Дагестан является создание системы профессионального развития кадров и совершенствование системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации государственных и муниципальных служащих. Ежегодно управление по кадровой политике Администрации Президента Республики Дагестан формирует государственный заказ на обучение государственных и муниципальных служащих.

Положение о государственном заказе на подготовку, профессиональную переподготовку и повышение квалификации государственных и муниципальных служащих определяет в качестве основных вузов, в которых размещается госзаказ, Дагестанский государственный университет и Дагестанский государственный технический университет. Договоры, заключенные с вузами, предусматривают также целевую контрактную подготовку специалистов по программам первого высшего образования, организацию практики

студентов в органах государственной власти и местного самоуправления.

Показательно, что 25% государственных служащих имеют дополнительное управленческое образование по специализациям государственных должностей. Таким образом, дополнительное профессиональное образование, помимо базового, постепенно становится нормой для государственных служащих.

С 1995 года успешно реализуется программа подготовки руководителей высшего звена управления по направлению «Менеджмент» со специализацией «Государственное и муниципальное управление» на базе Дагестанского государственного университета и Дагестанского государственного технического университета. Значительную долю в системе подготовки государственных и муниципальных служащих занимают курсы повышения квалификации. В образовательном процессе используются такие современные технологии развивающего обучения, как круглые столы, тренинги, деловые игры, учебные дискуссии, выездные занятия.

Проведенные мероприятия по реформированию государственной и муниципальной службы способствовали активизации работы с персоналом в вопросах прохождения государственной и муниципальной службы. Приведены в соответствие с профессионально-квалификационными требованиями должностные инструкции государственных служащих, в них конкретизированы выполняемые функции, права и ответственность, процедура служебного взаимодействия. Степень выполнения должностных обязанностей стала главным критерием оценки государственного служащего при проведении конкурсов на замещение вакантных должностей, аттестации, квалификационного экзамена, зачисления в резерв.

Важнейшей целью современного профессионального образования государственных и муниципальных служащих является создание у них таких компетенций, ко-

торые позволят формировать у служащих умения и навыки работы в изменяющихся условиях, развивать инновационный потенциал и формировать установки и возможности работы на перспективу.

Опыт зарубежных стран с развитой экономикой показывает, что в современной конкурентной борьбе в первую очередь идет соревнование не только за обладание капитальными ресурсами и материальными ценностями, но и за способность к разработке и внедрению инноваций, как в производственной сфере, так и в системе управления. Изучение международного опыта организации государственной гражданской и муниципальной службы позволило сделать необходимые обобщения в отношении применяемых эффективных инновационных технологий формирования и подготовки резерва кадров гражданских служащих и возможности использования этого опыта в современных российских условиях. Основными управленческими технологиями применительно к формированию кадрового корпуса государственных гражданских служащих в зарубежных странах, организации его обучения и продвижения по карьерной лестнице являются правоустанавливающая деятельность государства, контроль над соблюдением регламентирующих норм и участие уполномоченных представителей государственных органов в кадровых процедурах. Кадровая политика современного Российского государства должна опираться на стратегию и принципы рыночных отношений, инновационные методы управления, демократизацию общества и осуществляться на федеральном, региональном, местном уровнях с учетом форм развития организаций. Комплекс приоритетных направлений и задач государственной кадровой политики позволит решить главную задачу государственной и муниципальной службы — формирование профессионального кадрового потенциала государственной гражданской и муниципальной службы России.

Таким образом, остро стоящий в сфере государственного и муниципального управления вопрос профессионализации служащих не сводится только к овладению ими особыми компетенциями, т. е. специальными знаниями, навыками и опытом управленческой деятельности, которые могут и должны применяться при выполнении государственными и муниципальными служащими своей работы. Важный компонент профессиональной компетентности государственных и муниципальных служащих составляют этические принципы: работники-управленцы непосредственно взаимодействуют с людьми и должны знать, учитывать и соответствовать ожиданиям общественности в отношении своей профессиональной деятельности.

Управление конкурентоспособностью персонала государственного и муниципального управления представляет собой специфическую функцию управленческой деятельности, главным объектом которой является человек. Это определяет необходимость рассмотрения общих подходов к управлению персоналом (человеком), выраженных в определенных концепциях. Концепция управления персоналом государственной и муниципальной службы — это система теоретико-методологических взглядов на понимание и определение сущности, содержания, целей, задач, критериев, принципов и методов, а также организационно-практических подходов к формированию механизма управления персоналом в конкретных условиях функционирования государственного и муниципального управления.

Концепция развития кадрового потенциала органов государственного и муниципального управления может состоять из следующих блоков:

- цели и задачи;
- принципы работы с персоналом государственной и муниципальной службы;
- этапы реализации;
- ожидаемые результаты.

Цель концепции — совершенствование и развитие кадрового потенциала государственной и муниципальной службы и приведение его в соответствие со стратегией развития органов государственного и муниципального управления, характером решаемых задач и требованиями действующего законодательства.

Основными задачами концепции являются:

- создание инфраструктуры, обеспечивающей развитие кадрового потенциала на всех уровнях власти;
- создание правового пространства, достаточного для обеспечения легитимности деятельности по развитию кадрового потенциала государственной и муниципальной службы;
- комплектование организационных структур, ведущих работу с персоналом, опытными и компетентными специалистами;
- методическое обеспечение деятельности по управлению персоналом государственной и муниципальной службы;
- организационное, материально-техническое и финансовое обеспечение работы с персоналом;
- основные принципы работы с персоналом государственной и муниципальной службы.

Исходя из вышеизложенного, основными принципами работы с кадрами государственной и муниципальной службы являются:

- безусловный приоритет стратегических целей реализации основных положений государственной политики при организации работы с персоналом;
- постоянная адаптация целей и задач кадровой работы к изменяющимся политическим, социальным и экономическим условиям;
- повышение престижа государственной и муниципальной службы;
- разработка систем мотивации и стимулирования кадров;
- привлечение новых специалистов, расширение социальной базы органов государ-

ственной власти и местного самоуправления;

- непрерывность профессионального образования кадров;
- регулярная оценка эффективности деятельности органов государственной власти и местного самоуправления, их подразделений, руководителей и специалистов;
- налаживание эффективных горизонтальных и вертикальных взаимосвязей, обмен опытом и информацией;
- совершенствование организационных структур органов государственной власти и местного самоуправления, методов и технологий кадровой работы.

Кроме этого, необходимо:

- создать соответствующий электронный банк данных государственных и муниципальных служащих;
- разработать организационно-штатные стандарты органов местного самоуправления;
- запустить технологии оптимизации организационно-управленческой структуры органов государственной власти и местного самоуправления;
- создать систему ротации кадров муниципальных служащих по горизонтали и вертикали на основе результатов индивидуальной деятельности.

Таким образом, Концепция развития профессиональной компетенции работников, ориентированная на повышение потенциала и мобильность персонала, включает:

- диагностику способностей и потребностей личности;
- осознание работниками своих личных проблем и их соотнесение с проблемами населения муниципального образования;
- разрушение устаревших стереотипов мышления и деятельности;
- приобретение способности ставить цели, задачи и ориентироваться в возникающих нестандартных ситуациях;
- формулирование собственных ценностей, освоение норм деятельности;

- освоение социокультурного пространства для самореализации и самовыражения личности, воспитание инновационного поведения.

Во многих странах, в том числе и в России, уже имеется опыт использования различных средств и методов повышения качества работы местных органов власти. Это система тотального управления качеством, Q-Mark, использование системы международных стандартов ISO-9000 и т. д.¹ Во многих случаях вопрос повышения качества работы является приоритетным для органов государственного и местного управления, так как это позволяет решить несколько задач: снизить издержки, повысить удовлетворенность населения, рационализировать рабочие процессы. Предпосылками интереса к качеству труда муниципальных служащих можно считать увеличение их численности, постоянный рост требований со стороны населения, выступающего потребителем произведенных благ и услуг, усиление конкуренции между частными, муниципальными и государственными секторами экономики. Повышение качества труда муниципальных служащих может определяться также влиянием двух факторов:

1) ускорение социального и экономического развития муниципального образования, т. е. степень и качество достижения целей труда;

2) снижение издержек на содержание аппарата управления и более эффективное и рациональное расходование средств местных бюджетов, т. е. степень экономичности затрат.

¹ Шубенкова Е. В. Тотальное управление качеством: Учебное пособие / под ред. проф. Ю. Г. Одегова. М.: Изд-во «Экзамен», 2005. — 256 с. (Тотальное управление качеством предполагает наличие таких факторов, как постоянная забота со стороны высшего руководства, хорошие взаимоотношения между руководством и подчиненными, четкое взаимодействие и хорошие отношения между подразделениями, обучение на всех уровнях в организации).

Таким образом, в параметре качества труда находят отражение результативность труда муниципальных служащих и экономичность затрат. При этом высокая результативность труда может быть достигнута как за счет снижения, так и за счет повышения экономичности затрат. Труд муниципальных служащих, направленный на развитие муниципального образования и удовлетворение потребностей населения, осуществляется путем достижения поставленных перед ними целей и задач, по степени выполнения которых можно судить о результатах затраченного труда, чем и определяется высокая социальная значимость результативности труда муниципальных служащих. При этом показатели результатов деятельности муниципальных служащих могут иметь как абсолютные, так и относительные значения.

Абсолютные показатели оценки рассчитываются по формуле:

$$\mathcal{E}_T = P_T - \mathcal{Z}_T. \quad (1)$$

где $\mathcal{E}_T$ — экономический эффект реализованного решения (мероприятия) за расчетный период; P_T — стоимостная оценка результатов реализации решения (мероприятия) за расчетный период; $\mathcal{Z}_T$ — стоимостная оценка затрат на реализацию решения (мероприятия) за расчетный период.

В то же время, общим критерием относительных показателей оценки результатов труда муниципального служащего является мера приближения показателей удовлетворения тех или иных потребностей населения муниципального образования к оптимальным или наивысшим их значениям².

В этом случае показатели уровня удовлетворения тех или иных потребностей человека рекомендуется определять по формуле:

$$y_n = \frac{(C_1 - D_1)K_1 + (C_T + D_T)K_T + \dots + (C_n - D_n)K_n}{D_1K_1 + D_TK_T + \dots + D_nK_n}, \quad (2)$$

где C_1, C_T, C_n — показатели социальных нормативов уровня удовлетворения потребностей человека; D_1, D_T, D_n — фактический показатель уровня удовлетворения потребностей человека; K_1, K_T, K_n — коэффициенты приведения (весовые коэффициенты), установленные на основе экспертных оценок; n — количество решений (мероприятий программы).

Для работников аппарата муниципального управления величина K определяется в соответствии со схемой должностных окладов рассматриваемых категорий работников. Например, начальник подразделения по закрепленной сфере деятельности может иметь весовой коэффициент (коэффициент приведения), равный 0,4; начальник отдела — 0,2; главный специалист — 0,1; специалист 1 категории — 0,15; специалист 2 категории — 0,1; специалист — 0,05.

Таким образом, общую ответственность, возлагаемую на определенный орган местного самоуправления, можно разделить между его работниками соответственно их вкладу в формирование и реализацию принятого муниципального решения. Параметр продуктивности использования трудовых ресурсов муниципальных служащих обеспечивает эффективность расходования человеческого ресурса органов местного самоуправления. Основным показателем, отражающим степень напряженности труда муниципальных служащих в процессе производства в фиксированный отрезок времени, является интенсивность труда. Вместе с тем показатель интенсивности труда муниципальных служащих обладает рядом особенностей, в силу которых он сложен в определении. Использование этого показателя требует некоторой осторожности в силу ряда причин. Прежде всего, интенсивность труда работников сферы управления вообще довольно сложно оценить,

² Столярова В. А. Мониторинг муниципальной службы и рекомендации по оптимизации социально-трудовых отношений муниципальных служащих: учебно-методическое пособие. М., 2001. С 53.

поскольку здесь интенсивная работа не является синонимом хорошей, качественной работы. Произвести измерение и достоверно определить уровень интенсивности труда муниципальных служащих в фиксированный момент времени также не представляется возможным по причине отсутствия каких-либо адекватных критериев и методов такой оценки.

Результаты исследования персонала государственной и муниципальной службы показали, что уровень развития конкурентоспособности мужчин несколько выше, чем женщин. Результаты выборов в регионах Российской Федерации показывают, что, несмотря на примерное равенство мужчин и женщин в политических партиях, последние отнюдь не торопятся прикладывать усилия к обеспечению равных возможностей представителей обоих полов в органах государственной власти и органах местного самоуправления. В Республике Дагестан на сегодняшний день практически отсутствуют женщины — главы муниципальных районов и городских округов. В целом женщины, замещающие муниципальные должности категории «А» во всех 740 муниципальных образованиях Республики Дагестан, составляют около 17% (рис. 1).

Присутствие женщин на ключевых постах в органах муниципального управления, так же как и на других уровнях власти, зависит от наличия и доступности ресурсов в том или ином муниципальном образовании: чем больше ресурсов, тем менее доступна власть для женщин.

Можно констатировать, что недостаточное использование женского кадрового ресурса приводит к обеднению управленческого состава, а это, безусловно, отрицательно сказывается на эффективности работы. В ходе начавшейся муниципальной реформы не удастся обойти вопрос о качестве управленческих кадров, и задача привлечения женщин в местные органы власти станет еще более актуальной. С точки зрения национальной политики гендерное неравенство можно рассматривать как препятствие на пути устойчивого социально-экономического развития России. Низкий уровень участия женщин в управлении грозит на уровне общества конфликтностью, ослабленностью мотиваций к гражданскому участию. И именно органы местного самоуправления в настоящий момент обладают большим потенциалом для обретения столь необходимой нашей стране устойчивости.

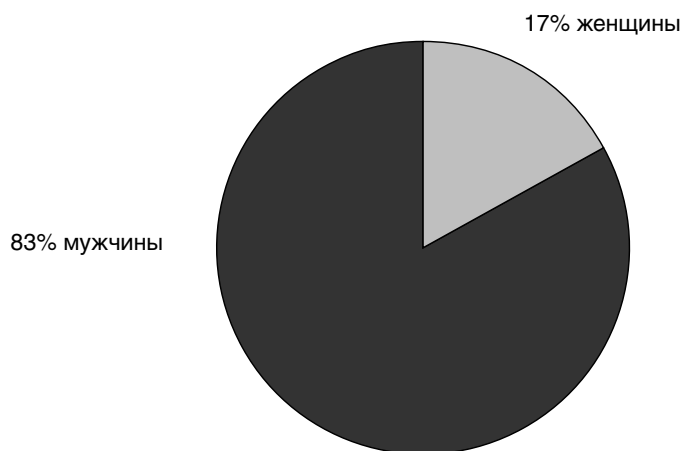


Рис. 1. Лица, замещающие муниципальные должности (категория «А») в Республике Дагестан на 1 января 2010 года

Исходя из всего вышеизложенного, можно сформулировать следующие рекомендации по оптимизации деятельности, обеспечивающей введение женщин в политику на уровне муниципальных образований и соблюдению гендерного баланса в органах муниципального управления:

1. Использование законодательного ресурса. Принятие нормативного акта «О выборах в муниципальных районах и городских округах» об обязательном включении в избирательные списки не менее 30% лиц женского пола приведет к увеличению представительства женщин в местных органах власти.

2. Работа с местными органами власти в русле их гендерного просвещения и постепенного изживания гендерных стереотипов.

3. Работа по формированию кадрового ресурса женщин-управленцев, повышение их профессионального уровня, самооценки. При этом повышение самооценки женщин-лидеров необходимо достигать путем проведения тренинга по преодолению гендерных стереотипов. Выдвижение молодых женщин и оказание им помощи в повышении образования и профессиональном росте.

4. Оказание консультативной помощи женщинам-кандидатам на выборах, помощь в формировании имиджа, составлении программ, организации избирательных кампаний. Формирование кадрового потенциала молодых женщин через работу с молодежным парламентом.

5. Создание политически активных самостоятельных женских организаций, ориентированных на продвижение женщин во власть.

Заключение

Персонал государственной и муниципальной службы выступает одним из главных конкурентных преимуществ и важнейших факторов конкурентоспособности института государственной власти и местного самоуправления в современных условиях.

По мере формирования новой российской государственности возрастает роль и значение государственной и муниципальной службы как правового инструмента, призванного обеспечивать реализацию функций государства, эффективная деятельность которого, т. е. успешное решение стоящих перед ним экономических, политических и социальных задач, во многом зависит от персонала органов государственной власти и местного самоуправления.

На государственное и муниципальное управление возлагаются важнейшие функции, выполнение которых обеспечивает существование государства: поддержание внутренней и внешней безопасности страны, развитие экономики, организацию работы учреждений народного образования, здравоохранения и других институтов, ответственных за благополучие государства и общества. Эти функции реализуются через государственных и муниципальных служащих, находящихся на службе в органах публичной власти. Управление кадрами государственной и муниципальной службы должно отличаться системностью, обеспечивать компетентность, профессионализм и высокий уровень развития личности работников. На службе в демократическом правовом государстве должны стоять люди, убежденные в необходимости демократических преобразований и социально-экономических реформ, с устойчивыми жизненными позициями, гуманистическими идеалами и убеждениями. При формировании конкурентоспособного кадрового состава государственной и муниципальной службы его основу должны составлять специалисты, способные в современных условиях использовать в работе эффективные инновационные технологии государственного и муниципального управления.

Список литературы

1. Федеральный закон от 27 июля 2004 г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» // СЗ РФ. 2004. № 35. Ст. 3506.

2. Федеральный закон от 2 марта 2007 г. № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2007. № 3. Ст. 345.
3. Указ Президента РФ от 10 марта 2009 г. № 261 «О федеральной программе «Реформирование и развитие системы государственной службы в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2009. № 11. Ст. 1277.
4. Закон Республики Дагестан от 12 октября 2005 года № 32 «О государственной гражданской службе Республики Дагестан» // Собрание законодательства Республики Дагестан, 2005. № 10, ст. 656.
5. Указ Президента Республики Дагестан от 17 марта 2006 года № 22 «О кадровом резерве на государственной гражданской службе Республики Дагестан» // Собрание законодательства Республики Дагестан, 2006. № 4, ст. 87.
6. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. — 7-е изд., перераб. и доп. — М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2008.
7. Столярова В. А. Мониторинг муниципальной службы и рекомендации по оптимизации социально-трудовых отношений муниципальных служащих: учебно-методическое пособие. М., 2001. — 187 с.
8. Фатхутдинов Р. А. Развитие конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособной экономике // Современная конкуренция. 2010. № 1.
9. Шамарова Г. М. Формирование и развитие кадрового потенциала органов местного самоуправления. М.: ВивидАрт, 2009. — 352 с.
10. Шубенкова Е. В. Тотальное управление качеством: Учебное пособие / под ред. проф. Ю. Г. Одегова. М.: Изд-во «Экзамен», 2005. — 256 с.

N. Kurshiyeva, PhD in Economics, Senior Lecturer of Public and Municipal Administration Chair, Dagestan State Technical University, Makhachkala, nurisat@mail.ru

G. Shamarova, Doctor of Economics, Professor of General Management Chair, MFPU «Synergy», Moscow, gulmira2604@mail.ru

PROBLEMS OF COMPETITIVENESS OF THE CIVIL AND MUNICIPAL SERVANTS

Article is devoted to a problem of competitiveness of the civil and municipal servants. Authors carried out the analysis of management by competitiveness of the personnel of the public and municipal service, and also the main directions of increase of efficiency of the public and municipal service are offered. So, in particular authors note that the modern public and municipal service should be open, competitive and prestigious, focused on productive activities of the civil and municipal servants for ensuring execution of powers of the state and municipal authorities, and should cooperate actively with institutes of civil society.

Key words: civil servants, municipal employees, problems, reforming, efficiency.

Дмитриев Ю. А., докт. экон. наук., профессор, заведующий исследовательской кафедрой финансово-экономических и управленческих инноваций корпоративного и регионального уровней Владимирского института бизнеса, KILhouse@yandex.ru

Царьков Д. А., ассистент кафедры менеджмента и маркетинга Владимирского института бизнеса, Danil.tsarkov@gmail.com

МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ НЕДОСТАТКОВ

Статья посвящена методам развития социально-экономического положения регионов. Проведен анализ сильных и слабых сторон выбранных методов определения конкурентоспособности регионов страны.

Ключевые слова: конкурентоспособность, регион, анализ, предложения.

Введение

На сегодняшний день существует множество методов по определению конкурентоспособности региона (КР). Исследователи, отталкиваясь от уже существующих моделей, добавляют собственные разработки, тем самым привнося нововведения в эту область региональной экономики. Связано это с тем, что в современных социально-экономических и политических условиях в нашей стране достаточно актуальным становится вопрос об обеспечении сбалансированного экономического роста с целью усиления конкурентных позиций в контексте участия в процессах европейской интеграции. Рост должен основываться на повышении конкурентоспособности регионов и устранении диспропорций в их развитии. В данной статье будут проанализированы методы, помогающие определить конкурентоспособность региона, представленные различными авторами.

Обзор подходов к оценке конкурентоспособности региона

Р. А. Фатхутдинов предлагает перечень показателей конкурентоспособности региона, разработанный с применением системного, комплексного и стратегического подходов¹. Он рассматривает регион как подсистему с высоким уровнем показателей, делая акцент на том, что конечной целью региона является повышение качества жизни человека.

В перечне показателей конкурентоспособности региона первые восемь показателей являются стратегическими, определяющими направления деятельности, а остальные — фактическими, результативными (главный из них — качество жизни населения). Весомость показателей указана в рамках стратегической (первые восемь показателей) и фактической конкурентоспособности региона

¹ Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность. М.: Экономика, 2005. С. 154.

Таблица 1

Показатели конкурентоспособности региона

№ п/п	Показатель	Вес
1	Расходы из всех официальных источников (государственный, региональный, муниципальный бюджеты и др.) в развитие человека (образование, культура, здравоохранение), % от суммы	0,20
2	региональный, муниципальный бюджеты и др.) в развитие человека (образование, культура, здравоохранение), % от суммы всех источников	0,15
3	Инновационная активность (удельный вес инновационных предприятий по объему производства)	0,05
4	Активность малого бизнеса (доля малых предприятий по объему производства)	0,15
5	Эффективность использования природных и производственных ресурсов	0,10
6	Состояние окружающей среды в регионе	0,10
7	Уровень политической стабильности в стране, экономической и финансовой безопасности населения в регионе	0,10
8	Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП)	0,10
9	Удельный вес (по объему продаж) предприятий, конкурентоспособных на международном рынке, %	0,10
10	Удельный вес (по объему продаж) предприятий	0,10
11	Удельный вес убыточных предприятий, %	0,05
12	ВРП на душу населения	0,15
13	Уровень безработицы в регионе, %	0,05
14	Отношение средней заработной платы в регионе к средней заработной плате в стране	0,05
15	Отношение доходов 10% самых богатых в регионе к 10% самых бедных	0,05
16	Уровень потребления человеком материальных благ и услуг	0,10
17	Средняя продолжительность жизни, лет	0,10
18	Качество жизни населения региона	0,20

(см. табл. 1). Перечень показателей стратегической и фактической конкурентоспособности региона и их веса приведены в табл. 1.

Стратегическую или фактическую конкурентоспособность региона (КСР) автор работы рекомендует определять по формуле:

$$K_{CP} = \sum_{i=1}^n a_i Y_i,$$

где $i = 1, 2, \dots, n$ — количество показателей конкурентоспособности региона; a_i — весомость i -го показателя; Y_i — уровень i -го показателя.

Если увеличение показателя повышает конкурентоспособность, то

$$Y_i = P_{\phi_i} : P_{н_i},$$

где P_{ϕ_i} — фактическое значение i -го показателя; $P_{н_i}$ — нормативное значение i -го показателя.

В расчете стратегической конкурентоспособности региона участвуют первые восемь показателей, перечисленных в таблице, а для фактической конкурентоспособности — остальные десять показателей.

Авторы В. В. Печаткин, С. У. Салихов и В. А. Саблина² рассчитывают интегральный показатель региона следующим образом:

$$Q_j = \sum_{i=1}^n \frac{U_{ij}}{U_i} 100 + \sum_{i=1}^k \frac{U_{ij}^k}{U_i^k} 100,$$

где Q_j — интегральный показатель конкурентоспособности j -го региона; U_{ij} — значение i -го показателя j -го региона, характеризующего способность региона производить товары и услуги в условиях конкуренции; U_{CP}^n — среднероссийское значение пока-

² Печаткин В. В., Салихов С. У., Саблина В. А. Рейтинговая оценка конкурентоспособности регионов. URL: <http://anrb.ru/isei/cf2004/d786.doc>.

зателей способности регионов производить товары и услуги; U_{ij}^k — значение i -го показателя j -го региона, характеризующего качество жизни населения; U_{CP}^k — среднероссийское значение показателей качества жизни населения; $1 \leq j \leq m$; $1 \leq i \leq 11$; $1 \leq k \leq m$.

Данный подход подразумевает выделение блоков конкурентоспособности региона и суммирование в их рамках каждого показателя с выражением результатов в процентной доли по отношению к соответствующим средним по России величинам. Далее следует распределение рангов в соответствии с полученным интегральным показателем.

Данная формула является хорошей основой для расчета интегрального показателя конкурентоспособности региона, она позволяет максимально точно рассчитать интересующей нас показатель. Но с подстановкой значений в эту формулу могут возникнуть трудности. Так, например, непонятно, какой показатель авторы предлагают использовать для определения качества жизни населения региона. Это может быть ВРП или доход населения, либо способность региона производить товары и услуги.

Метод относительных разностей был применен В. В. Меркушовым³. Этот метод основывается на получении оценок по частным показателям при помощи нормирования с использованием формулы

$$t_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{j\min}}{x_{j\max} - x_{j\min}}.$$

Если значение j -го частного показателя по i -му региону будет превышено над минимальным значением, то оно будет соотноситься с размахом вариации j -го частного показателя по всей совокупности регионов.

Значение интегрального коэффициента может быть получено при помощи простого среднего арифметического из частных

коэффициентов по формуле. Значения коэффициента T_i будут принадлежать области $(0;1)$. $T_i = 1$ может быть достигнуто только в случае, если i -ый регион обладает наилучшими значениями по всем частным показателям

$$T_i = \frac{\sum_{j=1}^n t_{ij}}{n}.$$

Следует отметить, что предложенная В. В. Меркушовым методика носит довольно общий характер и не позволяет детально оценить конкурентоспособность региональной социально-экономической системы. В частности, не определен круг конкретных показателей, приоритет выбора соответствующих групп индикаторов, а также весовые значения. Также не вполне понятно, каким образом производятся основные математические действия: внутри одной группы частных показателей или среди всех значений.

Заключение

Было рассмотрено несколько методов определения конкурентоспособности регионов, наиболее часто применяемых в современной практике. При этом были выделены преимущества и недостатки соответствующих методик (табл. 2). Наличие последних определяет актуальность дальнейшего исследования путей определения региональной конкурентоспособности.

Ключевым предложением данного исследования по направлению совершенствования методик определения КР является структурирование показателей конкурентоспособности региона по двум уровням. Первый включает в себя общие показатели деятельности региональной социально-экономической системы, такие как площадь территории, ВРП, ВРП на душу населения и др. Второй сгруппирован в соответствии с пятью основными факторами развития региональной социально-экономической системы — потенциалами:

³ Меркушов В. В. Кластерный анализ в исследовании конкурентоспособности регионов: (науч. изд.). Самара: Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2004.

Таблица 2

Сравнительный анализ существующих методик определения КР

Автор	Формула	Преимущества	Недостатки
Р. А. Фатхутдинов	$K_{CP} = \sum_{i=1}^n a_i Y_i$	Для расчета представлены группы показателей и их применения к формуле	Нет пояснения, как определить нормативное значение для показателей: формулировка дана, а расшифровки нет
В. В. Печаткин, С. У. Салихов, В. А. Саблина	$Q_j = \sum_{i=1}^n \frac{U_{ij}}{U_i} 100 + \sum_{i=1}^k \frac{U_{ij}^k}{U_i^k} 100$	Для расчета интегрального показателя данная формула будет универсальна	При подстановке будет путаница: непонятно, что имеют ввиду авторы под показателем качества жизни населения. Это может быть ВРП, доход населения и т.п., либо способность региона производить товары
В. В. Меркушов	$t_{ij} = \frac{X_{ij} - X_{j\min}}{X_{j\max} - X_{j\min}}$	Предлагается метод относительных разностей, который можно рассматривать только как начальный этап к расчету конкурентоспособности региона	Очень много непоясненных моментов

- 1) экономическим;
- 2) инвестиционным;
- 3) инновационным;
- 4) трудовым;
- 5) производственным.

Проведенный анализ разработанных ранее методик определения КР позволил синтезировать существующие научные разработки, нивелировав недостатки методов и реализовав их преимущества.

Список литературы

1. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность. М.: Экономика, 2005 г.
2. Печаткин В. В., Салихов С. У., Саблина В. А. Рейтинговая оценка конкурентоспособности регионов. URL: <http://anrb.ru/isei/cf2004/d786.doc>.
3. Меркушов В. В. Кластерный анализ в исследовании конкурентоспособности регионов: (науч. изд.) Самара: Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2004.

Y. Dmitriev, PhD in Economics, Professor, Head of Research Department of Financial, Economic and Managerial Innovations Corporative and Regional Levels, Vladimir Institute of Business, KILhouse@yandex.ru

D. Tsarkov, Assistant, Department of Management and Marketing, Vladimir Institute of Business, Danil.tsarkov@gmail.com

CALCULATION METHODS FOR THE REGION'S COMPETITIVENESS: AN ANALYSIS OF THE MAJOR SHORTCOMINGS

Article is devoted to methods of socio-economic status areas. The article analyzes the strengths and weaknesses of selected methods for determining the competitiveness of the country.

Key words: competitiveness, the region, the analysis, suggests.

Каганов В. Ш., канд. экон. наук, первый заместитель
руководителя Департамента образования города Москвы,
iac@educom.ru



ЭЛЕМЕНТЫ СТРАТЕГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕСА С ПОМОЩЬЮ КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ

В статье рассматриваются корпоративные подсистемы профессиональных стандартов и оценки персонала в качестве ключевых элементов стратегии обеспечения конкурентоспособности предпринимательской структуры с помощью корпоративного обучения. Предлагается использовать в качестве методологического базиса интеграции этих подсистем компетентностный и конкурентный подходы.

Ключевые слова: конкурентоспособность предпринимательских структур, корпоративное обучение, профессиональные стандарты, оценка персонала.

Введение

Любая предпринимательская структура стремится к обеспечению собственной конкурентоспособности. Как отмечает Р. А. Фатхутдинов, конкурентоспособность — это способность субъекта быть лидером, успешно конкурировать (соперничать) с конкурентами на конкретном рынке в конкретное время для достижения одной и той же цели. Конкурентоспособность синтезирует и интегрирует в себе множество факторов различного характера: технологический, политический, экономический, управленческий, психологический и др.¹

Теория стратегического менеджмента предлагает набор стратегий обеспечения конкурентоспособности предпринимательской структуры. Чаще всего конкурентоспо-

собность предпринимательской структуры обеспечивается достижением, освоением и удержанием уникальной конкурентной позиции. Отличия в стратегиях заключаются в содержании конкурентных позиций и средствах обеспечения их уникальности. Одна из стратегий обеспечения конкурентоспособности фирмы, реализуемая с помощью корпоративного обучения, строится на уникальном конкурентном позиционировании предпринимательской структуры за счет специфичности человеческих ресурсов и не копируемости системы внутрифирменных профессиональных компетенций персонала, генерирующих конкурентные преимущества предпринимательской структуры (скорость, качество, производительность).

Развитие предпринимательских отношений требует новых подходов к управлению персоналом. Человек становится ценным капиталом, и вложения в него должны

¹ Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Маркет ДС, 2008. С. 38–39.

быть эффективными, т. е. направленными на развитие компетенций, необходимых для выполнения работы. Как известно, каждая предпринимательская структура отличается от другой своим кадровым составом, организационным строением, а также уровнем предпринимательских возможностей. Это уникальные ресурсы, которые не поддаются копированию конкурентами.

Во многом зависящие от накопленного человеческого капитала, уникальные ресурсы содержат в себе предпосылку динамичного функционирования и развития предпринимательской структуры в процессе конкуренции. Конкурентные преимущества предпринимательской структуры генерируются только при постоянно функционирующей системе внутрифирменных профессиональных компетенций персонала, которая обеспечивается системами корпоративного обучения и развития персонала.

Ю. Б. Рубин отмечает, что профессиональные компетенции конкурентов связаны прежде всего со знаниями, умениями и навыками в сфере осуществления конкурентных действий, владения их видами, направлениями, методами, формами для занятия и удержания приемлемых конкурентных позиций, обретения конкурентных преимуществ, достижения требуемого уровня силы и устойчивости в межфирменных и иных отношениях².

Ранее уже отмечалась важность управления человеческими ресурсами предпринимательских структур в целях повышения их производительности, эффективности и конкурентоспособности³.

Здесь также важно четко понимать характер взаимосвязи показателей конкурентоспособности предпринимательской струк-

туры, персонала, программ корпоративного обучения.

Конкурентоспособность программы корпоративного обучения (с учетом мотивации к обучению и степени обучаемости персонала) обеспечивает конкурентоспособность управленческого и производственного персонала. Конкурентоспособность управленческого персонала (с учетом качества информационного обеспечения) определяет эффективность управления. Конкурентоспособность производственного персонала (с учетом степени обеспеченности качественными производственными ресурсами) определяет производительность труда,

Таким образом, организация корпоративного обучения, программа корпоративного обучения, обучающийся персонал и предпринимательская структура являются составными элементами цепочки создания ценности.

Профессиональные стандарты — документированные компетенции

Как учить — далеко не первый вопрос в корпоративном обучении персонала. Сначала нужно понять, кого и чему учить. Здесь особую роль играет система профессиональных стандартов — один из ключевых элементов стратегии обеспечения конкурентоспособности фирмы с помощью корпоративного обучения.

Профессиональные стандарты (ПС) со всей необходимостью вытекают из должностных инструкций для каждого сотрудника. Именно они задают конкретные требования к той или иной категории работников. Эти требования учитываются как при приеме новых сотрудников на работу, так и при оценке и последующей аттестации действующих. Требования ПС обязательно должны учитываться при разработке программ корпоративного обучения. Более того, ПС являются наиболее точным инструментом оценки качества корпоративного обучения.

² Рубин Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М.: Маркет ДС, 2008. С. 63.

³ Каганов В. Ш. Информационные технологии как инструмент повышения конкурентоспособности образовательных программ в системе корпоративного обучения // Прикладная информатика. 2011. № 6.

По своей диспозиции профессиональные стандарты являются смежным (промежуточным) звеном между содержанием программ корпоративного обучения, должностными инструкциями и документированными описаниями бизнес-процессов (корпоративными нормами).

Поэтому, практическая разработка конкретных ПС должна осуществляться совместно представителями конкретных отраслевых комплексов и функциональных блоков и организациями корпоративного обучения. Кроме того, ПС могут служить базовой составляющей консультативной деятельности.

Профессиональные стандарты относятся к трем уровням:

- национальные (федерального уровня);
- отраслевые;
- корпоративные (стандарты отдельных организаций).

Корпоративный ПС — это нормативный документ, утвержденный решением генерального директора компании, который отражает минимально необходимые требования к профессии по квалификационным уровням и компетенциям с учетом обеспечения необходимого качества, продуктивности и безопасности выполняемых работ.

В последнее время на уровне объединений работодателей, в первую очередь Российского союза промышленников и предпринимателей, ведется работа по поиску подходов к разработке общеотраслевых ПС.

Национальный ПС — это стандарт, который разработан работодателями, консолидированными по отрасли экономики, и утвержден на национальном уровне с указанием срока его действия.

Такое разделение ПС по уровням имеет важное значение в контексте реализации стратегии, обеспечения конкурентоспособности фирмы с помощью корпоративного обучения. Для достижения конкурентных преимуществ по отрасли и национальной экономике предпринимательской структуре необходимо разработать и распространять программами корпоративного обучения корпоратив-

ные ПС, учитывающие, конкретизирующие, раскрывающие и превышающие требования отраслевых и национальных ПС. Корпоративный ПС должен служить формой выражения модели ключевых профессиональных компетенции по каждому рабочему месту.

Поэтому здесь и далее речь идет о корпоративных ПС: тех, которые принимаются на уровне высшего руководства предпринимательской структуры и становятся основой для разработки стандартов отдельных подразделений, входящих в ее состав. По существу ПС компании — рамочный «закон» корпоративного значения, который задает систему формирования нормативной базы по отраслям, а также дочерним и зависимым предприятиям, и цементирует всю систему трудовых отношений, мотивации, обеспечения качества и безопасности работ и тесно связан с требованиями и процедурами обучения кадров.

Корпоративный стандарт (или стандарт организации) отражает требования к профессии, ограничиваясь рамками и представлениями специалистов конкретной компании, а степень влияния или распространения этих требований остается в пределах организации разработчика. Они являются стандартами качества человеческих ресурсов и барьерами входа работника в корпорацию. ПС являются формальными описаниями тех ключевых компетенций, которые отличают одного хозяйствующего субъекта от другого. Именно по этой причине такие требования не могут быть предложены системе государственного образования в качестве основы для образовательных стандартов всех уровней. Однако корпоративные ПС становятся основой для корпоративных же образовательных стандартов.

Разработка ПС невозможна без предварительного функционального и процессуального анализа деятельности предпринимательской структуры. Существуют определенные технологии разработки ПС, опытные эксперты в этой сфере деятельности. Отдельной предпринимательской структуре

следует заниматься разработкой ПС самостоятельно, но под руководством профессиональных методистов. Как показывает практика, реальный методологический опыт эффективной разработки ПС приобретается методологами лишь после разработки пяти–шести стандартов.

Для разработки стандарта привлекаются ведущие в стране специалисты в данной сфере, а также наиболее квалифицированные сотрудники компании. Все первичные документы должны проходить обязательное рейтингование и согласование с руководителями различного уровня — ошибки должны быть исключены.

Ясно, что стандарты должны отражать не только передовые отраслевые тенденции в развитии технологий и содержании труда, но и конкретные вопросы корпоративной культуры, традиций, специфики разделения труда и ответственности в компании.

Все меняется, и ПС не может действовать вечно. Срок его действия обычно устанавливается руководством компании в зависимости от условий обновления техники, технологий и выпуска новых товаров и услуг. Как правило, он составляет от трех до пяти лет.

Корпоративные ПС не являются законом для учебных заведений, готовящих специалистов по образовательным программам, но при желании могут учитываться ими.

Опережающее внедрение корпоративных ПС позволит не только упорядочить работу по управлению персоналом, но и осуществить постепенный переход к реализации стратегии постоянного обучения и обеспечения конкурентоспособности рабочей силы. Эта задачу можно решить только при запуске процессов управления знаниями.

Разумеется, как невозможно построить коммунизм в отдельно взятой стране, так невозможно создать полностью сбалансированную систему в рамках отдельной, пусть даже очень крупной корпорации.

В целом этот путь может быть реализован за счет процессов, направленных на переход к обществу, основанному на знаниях,

на построении национальных квалификационных структур. Здесь имеется в виду возможность достижения сравнимости квалификаций, расширения возможностей их освоения, признания квалификаций, полученных ранее, и т. п.

Уже сейчас наличие корпоративной системы ПС имеет большое количество плюсов для всех участников процесса. Рядовые работники на основе ПС могут определить свой профессиональный уровень и улучшить знания, повысить квалификацию, подтвердить ее сертификатом, получить основу для дальнейшего профессионального роста. Руководители всех уровней могут оценить и повысить профессионализм своих работников, активизировать их мотивацию, добиться эффективности и качества труда, а значит и высоких экономических результатов организации.

Для корпоративного университета ПС становятся основой для разработки образовательных стандартов, учебных программ и модулей; они применяются для оценки качества обучения, развития системы профессионального образования и обучения в соответствии с потребностями рынка труда, работодателей.

Система корпоративных ПС полезна и региональным органам занятости населения, и органам исполнительной власти: она дает возможность ориентироваться на потребности потенциальных работодателей, качественное профессиональное обучение незанятого населения, формировать региональный прогноз потребности рынка труда, планировать социально-экономическое развитие регионов.

С введением системы ПС более понятными становятся и требования к образовательному процессу. По существу, программы обучения должны быть направлены на удовлетворение требований ПС, стать более содержательными и практически направленными на восполнение у работника недостающих компетенций, приближены к потребностям работодателя и работника.

Разработка системы корпоративных ПС позволит сделать более понятной и динамичной систему оценки и аттестации персонала в РФ для признания квалификаций. Она позволит мотивировать работников на непрерывное обучение на протяжении всей трудовой деятельности в компании.

Национальные профессиональные стандарты

В перспективе необходимость разработки национальных ПС по ключевым профессиям не вызывает сомнений. Только в этом случае можно согласовать потребности работодателей и требования образовательных программ.

Национальный ПС может быть полезен в качестве основы для сопряжения с образовательными стандартами всех уровней с целью формирования программ обучения в системе дополнительного образования.

Он также может использоваться организациями всех форм собственности в определенной отрасли экономики как ориентир при найме сотрудников, для системы внутрипроизводственного обучения персонала, аттестации, при обновлении организации труда работников.

Наличие такого стандарта позволит работодателям на языке компетенций по уровням квалификации взаимодействовать с образовательными учреждениями всех уровней, со службами занятости населения, органами, занимающимися трудовыми отношениями, и т. д.

Работник также мог бы использовать этот стандарт в качестве ориентира для идентификации своего уровня квалификации и требуемых компетенций, независимо от того, в какой компании он трудится в данный момент. Это, безусловно, будет способствовать его мотивации для непрерывного повышения квалификации. Однако пока такой возможности нет, что является реальной проблемой в области совершенствования качества рабочей силы: отсутствует эффек-

тивный механизм непрерывного взаимодействия обновляющихся квалификационных требований по профессиям и образовательных стандартов всех уровней.

Рынок и требования конкретных производств меняются с каждым годом, ускоренно формируются новые требования к базовым знаниям, умениям и профессиональным навыкам. В то же время подготовка специалистов по программам обучения в системе государственного образования «не успевает» оперативно изменяться в соответствии с изменяющимися требованиями к профессиям.

Таким образом, именно непрерывно обновляющаяся система корпоративных ПС по экономической деятельности может являться связующим звеном между сферами труда и образования.

Безусловно, большое влияние на содержание ПС оказывают процессы глобализации, которые необходимо учитывать при гармонизации требований по ключевым профессиям в различных странах.

Большой блок вопросов связан с внедрением и необходимостью соответствия международным стандартам качества серии ИСО 9000 — системы управления качеством. В частности, в отношении управления персоналом выдвигаются конкретные требования по достижению, поддержанию и развитию стандартов качества в организациях. ПС позволяют обеспечивать эти процессы, в том числе и при подготовке и аттестации персонала.

Оценка персонала в стратегии обеспечения конкурентоспособности фирмы с помощью корпоративного обучения

Разработка ПС будет бесполезной без их применения при оперативной и качественной оценке персонала. Важно понимать, что ПС не только препятствуют попаданию неконкурентоспособных работников в штат предпринимательской структуры. Они слу-

жат нормативным базисом объективной и всесторонней оценки персонала, которая позволяет не только принимать оптимальные кадровые решения, но и предоставляет работникам компании возможность узнавать свои сильные и слабые стороны, а структурам, ответственным за обучение, формировать программы корпоративного обучения, учитывая ее результаты.

В этой области наиболее важная задача заключается в формировании единой корпоративной подсистемы оценки персонала, которая представляется ключевым элементом реализации стратегии обеспечения конкурентоспособности предпринимательской структуры через корпоративное управление.

Каждая предпринимательская структура в рамках своих конституционных правомочий предпринимательской активности имеет право на повышение собственной конкурентоспособности путем проведения разнообразных корпоративных мероприятий, внедрения институтов и организации подсистем корпоративных отношений. Это право реализуется разными управленческими мерами воздействия и противоположными им обязательными действиями персонала. То есть работодатель в качестве мер повышения конкурентоспособности наделен возможностью проводить разнообразные оценочные, опрашивающие и обучающие мероприятия, распространять на персонал обязанности по соблюдению ПС, иным образом управлять человеческими ресурсами фирмы.

Аттестация персонала — это только одно из нескольких мероприятий, входящих в широкую систему оценки персонала. Так, подсистема оценки персонала, как правило, включает:

- периодическую оценку персонала;
- аттестацию персонала;
- оценку работников в системе трудовых договоров с особыми условиями.

Предполагается, что все руководители подразделений должны проводить периодическую оценку всех своих работников

один раз в год. Кроме реализации внутренних коммуникаций, периодическая оценка должна обеспечивать выявление работников как с позитивной кадровой тенденцией, так и со снизившимся трудовым потенциалом.

Работники, показавшие высокие компетентностные характеристики в результате периодической оценки, должны попасть в программу оценки в системе трудовых договоров с особыми условиями. Это позволит выделить и поддержать таланты, мотивировать кадры на творческий поиск резервов производительности. Данную оценку необходимо проводить ежегодно, по итогам работы за год. Работники, отнесенные в результате периодической оценки к категории с понизившимся трудовым потенциалом, должны попадать в программу аттестации персонала, а далее — в программы повышения квалификации, перемещения или высвобождения (см. рис. 1).

При этом важно различать программы повышения квалификации, реализуемые для работников с понизившимся трудовым потенциалом, в целях распространения на своих работников известных и освоенных компанией профессиональных компетенций, и программы корпоративного обучения, реализуемые для работников с высокими компетентностными характеристиками, для освоения новых предпринимательских компетенций.

Еще одна задача в этой области состоит в более активном привлечении линейных руководителей к участию в планировании и реализации мероприятий по оценке и аттестации персонала. Линейные руководители должны выработать привычку регулярно (не реже двух раз в год) оценивать своих работников, сообщать им о результатах оценки и необходимых действиях для того, чтобы двигаться вперед.

Относительно методологии оценки персонала необходимо сделать несколько замечаний.

Прежде всего, следует отделить подсистему оценки персонала от методологии измерения человеческого капитала. Как спра-

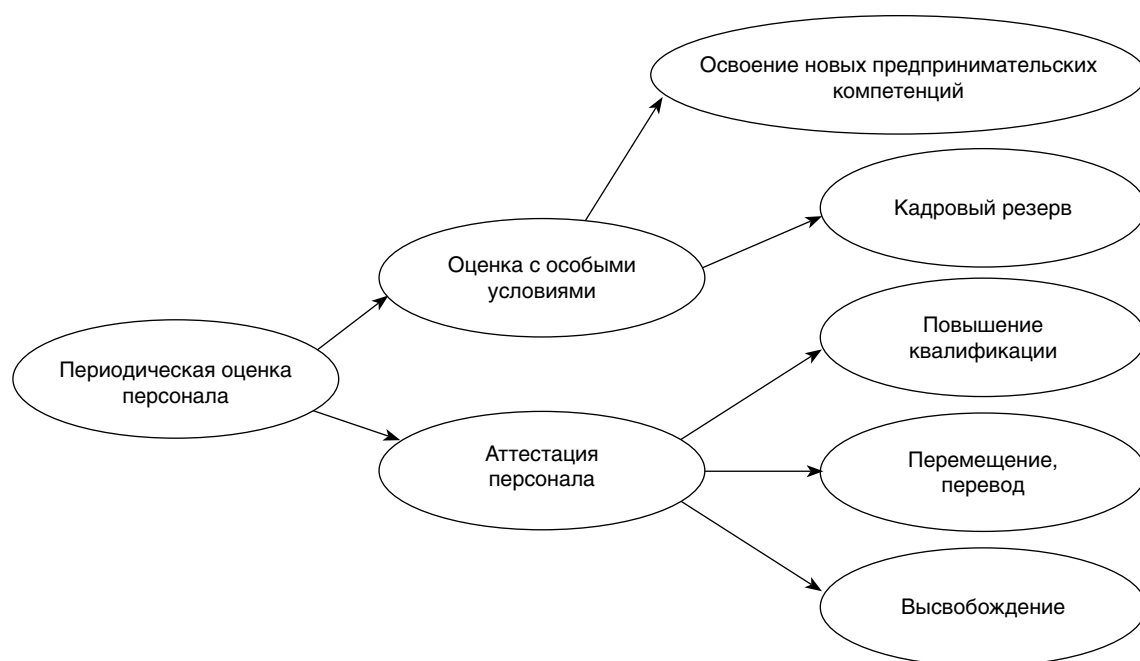


Рис. 1. Подсистема оценки персонала предпринимательской структуры

ведливо отмечает К. К. Арабян, анализ основных методов оценки интеллектуальных активов показывает, что сегодня нет единой методики, позволяющей надежно оценить совокупность интеллектуальных активов компании. Кроме того, имеющиеся методики не являются в полной мере адекватным отражением их справедливой стоимости, и, как правило, выражают стоимость оцениваемых компонентов достаточно приближенно. Можно сделать вывод о невозможности оценки компонентов капитала знаний, в том числе фундамента знаний компании — человеческого капитала — по каждому сотруднику в отдельности⁴.

Наиболее репрезентативные результаты оценки персонала получаются благодаря использованию методологии, позволяющей проводить периодическую оценку работника не на основании специальных оценочных мероприятий, а в результате длительного

наблюдения за непосредственной реализацией работником профессиональных компетенций.

Важным положением теории конкурентоспособности является посылка о «перетекании» конкурентоспособности между уровнями экономической системы. Конкурентоспособность предпринимательской структуры обеспечивается реализацией конкурентоспособности персонала. Чтобы задействовать конкурентоспособность персонала, необходимо строить подсистему его оценки на основании конкурентного подхода, предполагающего внутрифирменную конкуренцию персонала, используя наравне с абсолютными сравнительные показатели производительности, качества и иных характеристик деятельности персонала.

При этом модель внутрифирменной конкуренции персонала не обязательно должна постулироваться в качестве ценностного и целевого ориентира работы персонала. Конкурентный подход предлагается применять именно к подсистеме оценки персонала, но не к организации его работы, так как

⁴ Арабян К. К. Измерение человеческого капитала // Российское предпринимательство. 2007. № 4. Вып. 2 (89). С. 105–109.

известны неоднозначные результаты применения конкурентного подхода к реализации функций мотивации персонала и управления им.

Аттестация работников

Аттестация — это комплексная оценка работника (эффективности и качества выполнения должностных обязанностей, результатов производственной деятельности, деловых, профессиональных и личностных характеристик, уровня и степени реализации профессионально-квалификационного и творческого потенциала) и установление на этой основе степени его соответствия требованиям занимаемой должности.

Аттестации работников — это не только эффективный механизм кадровой политики, но и серьезный мотиватор для постоянного повышения квалификации сотрудников, улучшения показателей производительности.

Все процедуры, связанные с аттестацией, должны быть четко и детально регламентированы предпринимательской структурой: выводы и решения, которые принимаются по итогам аттестации, влияют на эффективность управления производственным процессом, определяют и служебный рост, и уровень вознаграждения, а в некоторых случаях — судьбу человека.

Основные цели аттестации работников:

- повышение качества отбора и улучшение расстановки работников на должности руководителей и специалистов предпринимательской структуры;
- выявление и устранение недостатков в работе руководителей и специалистов предпринимательской структуры;
- стимулирование руководителей и специалистов предпринимательской структуры к повышению своей квалификации, а также к повышению качества и эффективности труда.

По итогам аттестации должна быть предусмотрена подготовка мотивированных рекомендаций по развитию трудовой карьеры

и стимулированию работника как для руководства компании или подразделения, так и для самого аттестуемого — по устранению недостатков в работе и поведении, повышению качества и эффективности труда, дополнительному профессиональному обучению.

Важно понимать, что аттестация персонала — это процедура, предусмотренная трудовым законодательством России. Ее порядок, периодичность, круг субъектов и формы документов нормативно предусмотрены и обязательны для исполнения кадровыми службами предпринимательских структур. Именно поэтому, помимо аттестации, предпринимательская структура должна иметь ряд иных мер оценки персонала, не предусмотренных трудовым законодательством, системно увязанных с аттестацией, но ею не являющихся.

Для руководства результаты аттестации являются одним из оснований для принятия серьезных кадровых решений в отношении конкретного работника: повышение в должности; повышение должностного оклада; пересмотр размеров надбавок к должностному окладу; направление на повышение квалификации или переподготовку; зачисление в кадровый резерв более высокого уровня управления; проведение повторной аттестации для проверки устранения работником отмеченных недостатков в работе; увольнение работника в связи с несоответствием занимаемой должности вследствие недостаточной квалификации⁵.

Аттестация работников на соответствие занимаемым должностям проводится аттестационными комиссиями — постоянно действующими коллегиальными органами, осуществляющими по закрепленной номенклатуре должностей аттестацию работников.

В компетенцию данных комиссий входит аттестация начальников структурных под-

⁵ Каганов В. Ш. Корпоративный университет «Норильский никель»: опыт лидера. Москва: Вершина, 2008.

разделений главного офиса (непосредственно подчиняющихся генеральному директору), заместителей руководителей филиалов, руководителей функциональных направлений, главных бухгалтеров филиалов компании, а также начальников функциональных управлений филиалов компании.

Заключение

Итак, подсистемы профессиональных стандартов и оценки персонала представляются ключевыми элементами стратегии обеспечения конкурентоспособности предпринимательской структуры, реализуемой с помощью корпоративного обучения. Только видение добавленной ценности в программах корпоративного обучения персонала и осознание лицами, принимающими решения, принципиальной важности профессиональных стандартов и моделей компетенций, знаменуют собой переход от индустриальной экономики к постиндустриальной экономике, экономике знаний и компетенций.

Компетентностный подход может послужить методологическим основанием интеграции подсистем профессиональных стандартов и оценки персонала. Его применение для повышения конкурентоспособности предпринимательских структур не нуждается в дополнительном обосновании.

Повышение конкурентоспособности предпринимательских структур на основе компетентностного подхода предполагает:

- планирование компетенций;
- формирование компетенций (наполнение компетентностной модели);
- обеспечение компетенций;
- реализацию компетенций в процессе предпринимательской конкуренции.

Подсистемы профессиональных стандартов и оценки персонала позволяют осуществлять функции планирования и формирования компетенций. Планирование предполагает выявление по результатам оценки персонала необходимых и недостающих персоналу компании компетенций. Формирование компетенций заключается в наполнении компетентностной модели содержательными компетенциями, соответствующими релевантному профессиональному стандарту.

Список литературы

1. Арабян К. К. Измерение человеческого капитала // Российское предпринимательство. 2007. № 4. Вып. 2 (89).
2. Каганов В. Ш. Информационные технологии как инструмент повышения конкурентоспособности образовательных программ в системе корпоративного обучения // Прикладная информатика. 2011. № 6.
3. Каганов В. Ш. Корпоративный университет «Норильский никель»: опыт лидера. Москва: Вершина, 2008.
4. Рубин Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М.: Маркет ДС, 2008.
5. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Маркет ДС, 2008.

B. Kaganov, PhD, First Deputy Head of Moscow Department of Education, iac@educom.ru

KEY ELEMENTS OF A STRATEGY TO ENSURE THE COMPETITIVENESS OF BUSINESS STRUCTURE WITH THE HELP OF CORPORATE TRAINING

The author describes the corporate professional standards and assessment subsystems, as key elements of a strategy to ensure the competitiveness of business structure with the help of corporate training. The author proposes to use competence and competitive approaches as a methodological basis of the integration of these subsystems.

Key words: competitiveness of business organizations, corporate training, professional standards, assessment of personnel.

Куропаткина О. С., аспирант Всероссийской государственной налоговой академии
Министерства финансов РФ, г. Москва, Sha7797@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье в теоретическом аспекте рассматриваются определения экономических категорий «конкуренция» и «конкурентоспособность». Выделение различий в анализируемых определениях позволяют проанализировать их в контексте развития страхового рынка.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, страховой рынок, страховые организации.

Введение

Основы экономической политики Российской Федерации на современном этапе определяют необходимость решения задач, связанных с обеспечением конкурентоспособности российского рынка страховых услуг в целом и страховых организаций в частности. Это обуславливает рост интереса к трансформации страховых отношений и вызывает необходимость изучения вопросов конкуренции и конкурентоспособности в контексте анализа развития страхового бизнеса. Поэтому систематизация представлений о понятии рынка страховых услуг и исследование концептуальных подходов к определению конкуренции и конкурентоспособности страховых организаций является важной экономической и социальной задачей и представляет несомненный научный и прикладной интерес.

В этих целях в рамках настоящей статьи будут рассмотрены следующие аспекты:

- критическая оценка смыслового значения понятия «рынок страховых услуг»;
- определение содержания дефиниций «конкуренция» и «конкурентоспособность»

в целях выявления их специфики в ракурсе изучения развития страховых организаций.

Анализ смыслового значения понятия «рынок страховых услуг»

В целях освещения первого аспекта обозначенной проблемы обратимся к трактовке термина «рынок страховых услуг». Несмотря на частое употребление рассматриваемой экономической категории, как в научной литературе, так и в нормативно-правовых документах, устоявшейся точки зрения в отношении его содержания не существует.

Для определения понятия «рынок страховых услуг» отметим, что в литературе существуют многочисленные определения категории «рынок». Рынок существует как целостный, интегральный, комплексный экономический и социальный феномен, хотя наряду с этим уместно выделять различные его составляющие, такие как отраслевые рынки¹.

¹ Афанасьева Е. А., Шакина Е. А. Предмет конкуренции на страховом рынке: страховая услуга или страховой продукт // Страховое право. 2010. №3.

Одним из отраслевых рынков является и страховой рынок. Рынок, как система экономических отношений возмездного эквивалентного обмена, представлен двумя основными экономическими формами: формой товаров (продуктов труда) и заказного обмена в форме услуги (обмен деятельностью). Услуга — это не специфическая форма конкретного труда и не особая форма полезного результата этого труда, а специфическая экономическая форма общественной реализации труда в обмене. Услуга, в отличие от товара — это форма возмездного обмена труда в обществе непосредственно в виде полезной работы².

Страховая услуга — это одна из форм договорной реализации особых экономических отношений по поводу специфической страховой деятельности, для нее характерна прямая (субъект-объектная) и непосредственная связь между страховщиком и страхователем.

Категория «страховой рынок» вошла в деловой и научный оборот России вместе с переходом к рыночным методам управления экономикой на рубеже 1990-х годов. В экономической, в том числе страховой, науке имеется множество определений страхового рынка. Анализ существующих подходов к определению позволяет утверждать, что современные определения данной категории объединяет общее понимание его сущности как совокупности специфических *экономических отношений*.

Так, одни авторы рассматривают страховой рынок как форму организации экономических отношений по формированию и распределению страхового фонда для обеспечения страховой защиты общества³ или как совокупность *экономических отношений*, где объектом купли-продажи выступает

страховая защита и формируется предложение и спрос на нее⁴. Другие авторы, в том числе К. Е. Турбина, под страховым рынком предлагают понимать способ организации *экономических отношений*, в которых персонифицируется генеральная цель страхования и его основная экономическая цель для участников рынка посредством обмена страхового товара на деньги⁵.

Спрос на страховые услуги, по мнению того же автора, определяется двумя главными факторами: потребностью в страховании как в элементе риск-менеджмента хозяйствующего субъекта и отдельно взятого гражданина, а также покупательной способностью страхователей, позволяющей удовлетворить спрос на страхование путем приобретения страховой услуги.

Страховой рынок с позиции важного сегмента финансового рынка, представляющего собой совокупность страховщиков и иных субъектов страхового дела, принимающих участие в оказании страховых услуг, рассматривает Л. А. Орланюк-Малицкая⁶.

Однако, анализируя данное определение, необходимо отметить, что Закон «Об организации страхового дела в Российской Федерации» к субъектам страхового дела причисляет страховщиков, общества взаимного страхования, страховых брокеров и страховых актуариев. Такие важные участники страховых отношений, как страхователи, без которых не будет сформирован спрос на страховые услуги, в данном определении не рассматриваются, поэтому предлагается его более детальное уточнение.

Объективная основа развития страхового рынка — возникающая в процессе воспро-

² Бакиров А. Ф., Кличик Л. М. Формирование и развитие рынка страховых услуг. М.: Финансы и статистика, 2007.

³ Гомелля В. Б. Очерки экономической теории страхования. М.: Финансы и статистика, 2010.

⁴ Юлдашев Р. Т., Цветкова Л. И. Практика развития страхового бизнеса. М.: АНКЛП, 2011.

⁵ Теория и практика страхования / под ред. Турбиной К. Е. М.: АНКЛП, 2003.

⁶ Страхование / под ред. Орланюк-Малицкой Л. А., Яновой С. Ю. М.: Юрайт, 2010.

изводства потребность обеспечения бесперебойности финансово-хозяйственной деятельности и оказание финансовой поддержки в случае наступления непредвиденных неблагоприятных событий.

Так же как и рынок любых других товаров (работ, услуг), страховой рынок подвержен цикличности или экономически закономерным колебаниям в росте и снижении цен на страховые услуги.

Перечислим факторы, определяющие цикличность страхового рынка:

- привлечение избыточного капитала в страхование в благоприятные годы и, как следствие, снижение цен на страховые услуги;
- рост эффективности превентивных мероприятий, способных снизить негативные последствия неблагоприятных, непредвиденных явлений;
- относительное снижение последствий неблагоприятных событий в благоприятные годы;
- наступление катастрофических убытков, которые ведут к удорожанию стоимости страховой и перестраховочной защиты.

Основаниями для существования страхового рынка являются: свободная рыночная экономика; многообразие форм собственности; свободное ценообразование, связанное с расчетом тарифных ставок и формированием инвестиционного дохода; свобода выбора, зависящая от волеизъявления страхователя при заключении договора добровольного страхования, наличие конкуренции между страховыми организациями и т. д.

Таким образом, мы подходим к пониманию того, что конкуренция является важнейшим фактором развития рынка страховых услуг. Более того, без конкуренции рыночные отношения невозможны, так как она является важной предпосылкой упорядочения цен, стимулов инновационных процессов, причиной научно-технического, управленческого прогресса, возникающего при столкновении интересов производителей и потребителей.

Специфика содержания дефиниции «конкуренция» в ракурсе рассмотрения страховых организаций

Понятие «конкуренция», согласно исследованию Д. А. Микрюковой, появилось в XVII веке в процессе формирования политической экономики как науки, и затем усложнялось в процессе политико-экономических реалий⁷. Благодаря учению А. Смита термин «конкуренция» прочно и надолго закрепился в науке, прежде всего, экономической. Он методологически обогатил представления о конкуренции как о поведении экономических агентов на макро- и микроуровне рыночной среды.

Определение конкуренции, используемое в российской законодательной практике, построено согласно представлениям поведенческого подхода. Так, в соответствии с определением, данным в ст. 4 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135 «О защите конкуренции», конкуренция представляет собой *соперничество* хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем рынке⁸.

Этот же подход использован при определении конкуренции в толковом словаре рыночной экономики, который определяет конкуренцию как «соперничество, соревнование между выступающими на рынке предприятиями, имеющие целью обеспечить лучшие возможности сбыта своей продукции, удовлетворяя разнообразные потребности покупателей⁹.

⁷ Микрюкова Д. А. Этапы развития неоклассической теории конкуренции // Вестник Московского университета. Экономика. 2007. № 6.

⁸ ФЗ от 26 июля 2006 г. № 135 «О защите конкуренции» в ред. от 06.12.2011.

⁹ Толковый словарь рыночной экономики. Издание 2-е дополненное. М.: Глория, 1993.

Таблица 1

Подходы к определению конкуренции

Подход	Характеристика	Представители
Поведенческий	Конкуренция как состязательность, соперничество, направленное на достижение результатов	К. Макконел, С. Брю
Функциональный	Конкуренция как сила, обеспечивающая взаимодействие спроса и предложения и уравнивающая рыночные цены	М. Портер
Структурный	Конкуренция как свойство рынка, основанное на степени зависимости общих рыночных условий от поведения отдельных участников	Э. Чемберлин, Дж. Робинсон, Г. фон Штакельберг

В рамках *структурного* подхода конкуренция рассматривается как определенное *рыночное состояние* и в этом значении — как ценообразующий фактор, предпосылка определенной модели ценообразования, которая может тяготеть к рынку совершенной конкуренции, несовершенной конкуренции, олигополистическому или же монопольному рынку¹⁰.

И третий подход (*функциональный*), определяет конкуренцию как функциональную сущность, которая выступает в качестве силы, обеспечивающей взаимодействие спроса и предложения и уравнивающей рыночные цены. Согласно мнениям сторонников данного подхода, в любой отрасли экономики, неважно, действует она только на внутреннем рынке или на внешнем тоже, суть конкуренции выражается пятью силами М. Портера. Значение каждой из этих сил меняется от отрасли к отрасли и в конечном счете предопределяет прибыльность отраслей.

Взаимная обособленность представленных подходов, по мнению Ю. Б. Рубина, становится абсолютно очевидной при обращении к сравнительному анализу источников, авторы которых представляют разные современные направления обособившихся отраслей науки, каждый из которых не опирается на общность понимания явлений, лежащих в основе анализируемой терминологии¹¹.

Для структурирования представлений конкуренции, данных выше, в табл. 1 представлены их сравнительные характеристики, позволяющие упорядочить представления о содержании рассматриваемой экономической категории.

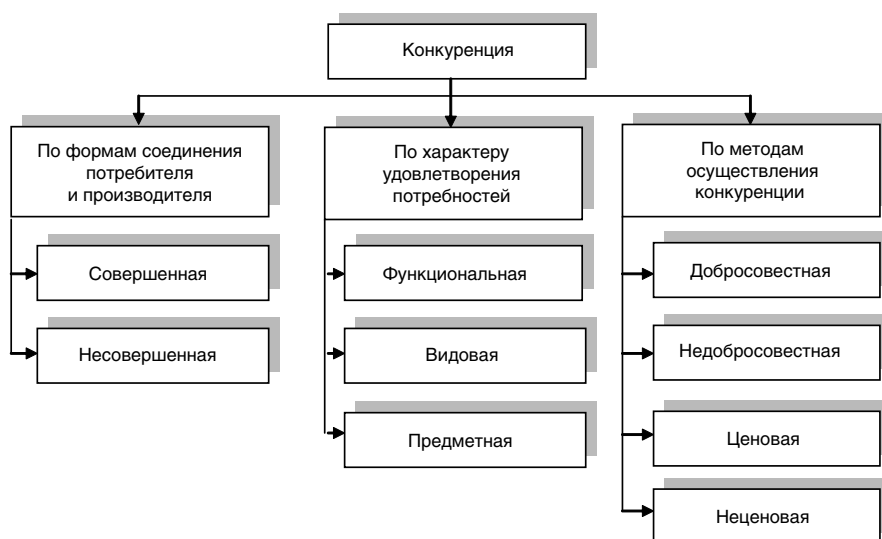
Анализ существующих многочисленных разработок в области теории конкуренции позволяет выделить следующую классификацию видов конкуренции (рис. 1), которые различаются по принципам и механизмам взаимодействия субъектов и объектов экономических отношений.

Безусловно, приведенная классификация общеизвестна, однако в целях анализа конкуренции на рынке страховых услуг ее изучение представляется весьма продуктивным. Конкуренция на рынке страховых услуг определяется как соперничество между страховыми организациями за долю страхового рынка, которое служит формой экономической связи между страхователем и страховщиком. Наличие конкуренции обеспечивает возможность выбора страхователем наиболее привлекательной страховой компании, подбора необходимой ему страховой услуги на выгодных условиях.

Страхователь свободен в выборе страховщика как по добровольным, так и по обязательным видам страхования (за исключением обязательного государственного страхования). Свобода выбора страховщика является одним из основных условий организации страхового дела на рыночной основе при наличии свободной конкуренции среди страховщиков. При этих услови-

¹⁰ Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 3 (21).

¹¹ Там же.

Рис. 1. Классификация конкуренции¹²

ях свобода выбора страховщика выступает способом противодействия внедрению монополизма на рынке страховых услуг.

В условиях конкуренции на рынке страховых услуг цена страхового товара формируется под влиянием соотношения спроса и предложения, т. е. основывается, как правило, на соглашении сторон и является договорной. Однако при обязательных видах страхования цена страхового товара может устанавливаться государством в фиксированных размерах.

Главным средством в конкурентной борьбе у страховых организаций является предложение новых *видов* страховых продуктов, отражающих возникновение новых потребностей страхователей. В частности, предложение страхования рисков утраты или повреждения пластиковых карт, титула собственности по договорам купли-продажи недвижимости и др.

Видовая конкуренция может сочетать в себе ценовые и неценовые методы. В основе ценовой конкуренции лежит цена страховой услуги или страховая премия. В по-

следние годы усиление ценовой конкуренции на российском рынке страховых услуг, проявляющейся в виде демпинговой политики, привело к финансовой неустойчивости многих страховых организаций и невозможности своевременной выплаты страховых возмещений (обеспечений). В связи с этим можно утверждать, что ценовая конкуренция в страховании весьма ограничена, поскольку между страховыми премиями и страховыми выплатами должен соблюдаться принцип экономического равенства при прочих равных условиях.

Неценовая конкуренция в страховании выдвигает на первый план дополнительные услуги, качественное послепродажное обслуживание страхователей, увеличение процентных ставок по банковским депозитам при заключении договора страхования жизни и др.

В настоящее время на рынке страховых услуг в традиционных видах страхования конкуренция развивается по таким направлениям, как:

- предложение разнообразных страховых продуктов, позволяющих вариацию различных комбинаций страховых рисков в интересах страхователей;
- снижение страховых тарифов в сравнении с другими страховыми организация-

¹² Пехтерев В. В. Конкурентоспособность российских компаний в условиях глобализации // Инновации и инвестиции. 2008. № 4.

ми благодаря сокращению расходов на ведение дела (РВД);

- улучшение качества предоставления страховых услуг и послепродажного обслуживания страхователей в рамках вопросов урегулирования убытков и решения страховых споров.

Можно утверждать, что чем выше уровень конкуренции на страховом рынке, тем эффективнее деятельность страховых организаций с точки зрения удовлетворения потребностей страхователей и интересов общества.

Конкуренция выступает как неременная предпосылка развития страхового дела, расширения страховых услуг и повышения их качества, побуждает страховые организации разрабатывать и внедрять новые виды страховых продуктов, постоянно их совершенствовать, расширять ассортимент предлагаемых услуг, ориентированных на интересы конкретных социально-экономических групп населения, а также предприятий и организаций различных форм собственности.

Конкуренция — один из важнейших инструментов саморегулирования развития страхового рынка. Однако, учитывая технические особенности страхования и важность этого сектора экономики для полноценного и бесперебойного общественного воспроизводства, тенденция к образованию монополий на страховом и перестраховочном рынке достаточно велика. Их появление может быть связано как со стихийной тенденцией страхового рынка к выработке единых условий страхования, установлению единых страховых тарифов и т. п., так и с определенными мерами государственного регулирования, выражающимися в унификации условий страхования, введении обязательного перестрахования, обеспечивающего дальнейшую передачу страховых рисков перестраховочным организациям, введение государственной монополии на проведение определенных видов (как правило, социально значимых) страхования. Учитывая приведенные выше основания, государственное регулирование конкурен-

ции на страховом рынке является сложной и неоднозначной задачей¹³.

Основными формами государственного регулирования конкуренции на страховом рынке является недопущение каких бы то ни было соглашений между страховщиками, ограничивающими конкуренцию (в частности, устанавливающими дискриминационные условия для других страховщиков при проведении некоторых видов страхования среди определенного круга потребителей страховых услуг, или устанавливающими монопольно высокие или монопольно низкие страховые тарифы на проведение определенных видов страхования), недопущение контроля одним страховщиком и аффилированными с ним страховыми организациями над определенной долей страхового рынка, недопущение приобретения одной страховой организацией контрольных пакетов других страховщиков, проводящих те же виды страхования, что и страховщик-покупатель.

Согласно выводам зарубежных специалистов в области теории конкуренции, основные преимущества свободной конкуренции на страховом рынке состоят в открытости нововведениям, формировании конкурентоспособных цен и др. (табл. 2).

Таким образом, конкуренция является естественным атрибутом рыночных отношений, который предполагает непрерывный поиск путей повышения конкурентоспособности страховых организаций.

Особенности определения конкурентоспособности страховых организаций

Термин «конкурентоспособность» является непосредственной производной термина «конкуренция», поскольку состоит из двух слов (конкуренция и способность),

¹³ Теория и практика страхования / под ред. Турбиной К. Е. М.: АНКЛ, 2003.

¹⁴ Хаасен У., Ван дер Берг Л. Страхование в условиях рыночной экономики. М.: 1992.

Таблица 2

Особенности свободной конкуренции и жесткого административного регулирования в условиях страхового рынка¹⁴

Свободная конкуренция	Жесткое регулирование
Услуги, ориентированные на потребности рынка и удовлетворяющие реальные нужды клиентов	Стандартизованная бюрократическая и техническая продукция
Нововведения	Закостенелое давление с чрезвычайно ограниченными нововведениями
Отсутствие стандартизации услуг, значительный недостаток информации для потребителя	Транспарентность рынка
Конкурентоспособные цены	Выгодные и стабильные цены, конкуренция лишь в оказании услуг
Опасность деструктивной ценовой конкуренции и нестабильность	Высокостабильный рынок

сочетание которых с экономической точки зрения означает способность, возможность, состоятельность какого-либо субъекта хозяйственной деятельности либо его продукта не просто противостоять своим соперникам в процессе экономической состоятельности, борьбы за платежеспособный спрос потребителей и овладение рыночной нишей, а суметь получить наибольший уровень дохода от этого противостояния, борьбы за счет повышения качества и эффективности использования имеющихся у него ресурсов, придания новых свойств и т. п.¹⁵

Если трактовать категорию «конкурентоспособность» в узком смысле, то на первый план выходят количественные и качественные характеристики производимого товаропроизводителями товара (работ, услуг) в сравнении со средними для рынка показателями затрат и качества поставляемых товаров. При этом, чем ниже средние индивидуальные затраты на производство товаров (работ, услуг) и выше их потребительские характеристики, тем выше уровень конкурентоспособности.

Что касается расширенной трактовки конкурентоспособности, то в этом случае имеют значение количественные и качест-

венные показатели производства, определяющие потенциальные возможности экономического роста.

Понятие «конкурентоспособность» многофункционально и может быть адекватно определено во взаимосвязи с категорией конкурентных преимуществ, которые могут выражаться через совершенствование качества продукции, эффективности использования имеющихся ресурсов, придания новых свойств и т. п. К таким преимуществам также можно отнести всю совокупность внутренних и внешних возможностей эффективного функционирования организаций и хозяйственных систем, которые могут быть частично реализованы при определенных обстоятельствах или не реализованы вовсе.

Европейский форум по развитию менеджмента трактует конкурентоспособность как способность предпринимателей в настоящем и будущем производить и продавать на национальном и мировом рынках товары, которые по цене и качеству более привлекательны, чем у иностранных или национальных конкурентов. Европейская Консультативная группа предлагает следующие определения конкурентоспособности:

- конкурентоспособность подразумевает элементы производительности, эффективности и прибыльности. Они не являются конечной целью, так как это мощное сред-

¹⁵ Мигранян А. В. Особенности развития конкурентоспособности страны на этапе перехода к рыночной экономике // Общество и экономика. 2004. № 10.

ство для повышения жизненных стандартов и общественного благосостояния, инструмент для достижения целей;

- конкурентоспособность является основой для повышения жизненных стандартов, уничтожения бедности, обеспечения работой безработных.

Общим для представленных определений конкурентоспособности является подход, заключающийся в том, что динамичное развитие экономики, повышение ее эффективности характеризуется конкурентными преимуществами, позволяющими повысить уровень жизни населения. То есть основной целью конкурентоспособности, судя по представленным определениям, является повышение качества жизни, а наиболее объемно и точно характеризует качество жизни населения индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП), который состоит из индикаторов гендерного неравенства, бедности, дохода, здоровья и образования. В качестве справочной информации отметим, что в конце 1980-х годов группой экспертов Программы развития ООН на основе концепции человеческого капитала была разработана новая концепция развития человеческого потенциала (Human Development). Она возникла в противовес традиционному пониманию развития как роста объема материальных благ и услуг.

Возвращаясь к целям конкурентоспособности, рассмотрим ее содержание применительно к рынку страховых услуг и отметим, что любые страховые продукты реализуются с целью удовлетворения общественных потребностей, которые выражаются в коллективных, групповых и индивидуальных страховых интересах. Эта реализация осуществляется на страховом рынке, где каждый страхователь приобретает именно тот страховой продукт, который наиболее полно удовлетворяет его страховые интересы. Таким образом, конкурентоспособность страховой организации следует определять как возможность реализации страховых продук-

тов на конкретном рынке с учетом имеющихся страховых интересов.

Понятие конкурентоспособности не имеет четкого единого определения. Вместе с тем вряд ли подлежит сомнению, что конкурентоспособность проявляется на рынке в ходе реальных экономических сделок, характеризуется универсальностью для различных предпринимательских структур и распространяется как на объект рыночных отношений (товар, услуга), так и на субъект (организация, отрасль, страна в целом)¹⁶.

При этом для понимания конкурентоспособности важно определить ее уровень: предпринимательской структуры (микроуровень), отрасли или группы отраслей (мезоуровень) или национальной экономики в целом (макроуровень).

Разделение понятия «конкурентоспособность» на уровни имеет в большей степени методологический аспект, поскольку в реальном деловом мире между ними (за редким исключением) существует теснейшая взаимосвязь. Однако такое разделение оправдано в связи с тем, что для каждого уровня конкурентоспособности применяются различные показатели, критерии и, естественно, разрабатываются различные рекомендации и предложения.

Предметом изучения понятия «конкурентоспособность» применительно к страховым организациям является микроуровень, в связи с этим оно в первую очередь связывается с эффективностью функционирования и предполагает наличие множества покупателей — физических и юридических лиц — потребителей страховых услуг.

Поскольку существенных противоречий в позициях исследователей на определение конкурентоспособности страховых организаций не просматривается, то правомерно их обобщение. Результатом синтеза является утверждение, что конкурентоспособ-

¹⁶ Бараненко С. П. Факторы конкурентоспособности предпринимательских структур // Путеводитель предпринимателя. Выпуск XII, 2011.

ностью обладают те страховые организации, которые эффективно функционируют и предоставляют страхователям (застрахованным) конкурентоспособные страховые продукты.

Заключение

Выделенные терминологические особенности понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» в контексте рассмотрения страховых организаций опосредуют их изучение в качестве взаимодополняемых экономических категорий. Это позволяет анализировать конкуренцию на страховом рынке с позиции необходимости обеспечения конкурентоспособности страховых организаций.

Список литературы

1. ФЗ от 26 июля 2006 г. № 135 «О защите конкуренции» в ред. от 06. 12.2011.
2. *Афанасьева Е. А., Шакина Е. А.* Предмет конкуренции на страховом рынке: страховая услуга или страховой продукт // *Страховое право*. 2010. №3.
3. *Бакиров А. Ф., Клинич Л. М.* Формирование и развитие рынка страховых услуг. М.: Финансы и статистика, 2007.
4. *Бараненко С. П.* Факторы конкурентоспособности предпринимательских структур // *Путеводитель предпринимателя*. Выпуск XII, 2011.
5. *Гомелля В. Б.* Очерки экономической теории страхования. М.: Финансы и статистика, 2010.
6. *Мигранян А. В.* Особенности развития конкурентоспособности страны на этапе перехода к рыночной экономике // *Общество и экономика*. 2004. № 10.
7. *Микрюкова Д. А.* Этапы развития неоклассической теории конкуренции // *Вестник Московского университета*. Экономика. 2007. №6.
8. *Пехтерев В. В.* Конкурентоспособность российских компаний в условиях глобализации // *Инновации и инвестиции*. 2008. №4.
9. *Рубин Ю. Б.* Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // *Современная конкуренция*. 2010. №3 (21).
10. *Страхование* / под ред. Орланюк-Малицкой Л. А., Яновой С. Ю. М.: Юрайт, 2010.
11. *Теория и практика страхования* / под ред. Турбиной К. Е. М.: АНКЛП, 2003.
12. *Толковый словарь рыночной экономики*. Издание 2-е дополненное. М.: Глория, 1993.
13. *Хаасен У., Ван дер Берг Л.* Страхование в условиях рыночной экономики. М.: 1992.
14. *Юлдашев Р. Т., Цветкова Л. И.* Практика развития страхового бизнеса. М.: АНКЛП, 2011.

O. Kuropatkina, Postgraduate Student, Tax Academy of the Russian Federation, Moscow, Sha7797@mail.ru

TERMINOLOGY DEFINING CHARACTERISTICS OF COMPETITION AND COMPETITIVE OF INSURANCE COMPANIES IN THE RUSSIAN INSURANCE MARKET

This paper discusses the theoretical aspect of the definition of economic categories «competition» and «competitiveness». Highlight the differences in the analyzed definitions allow the author to analyze the data categories in the context of the insurance market.

Key words: competitiveness, competition, insurance market, insurance companies.

Тумаланов Н. В., докт. экон. наук, профессор, заведующий кафедрой экономических дисциплин Чувашского государственного университета, г. Чебоксары, tumalanovnv@mail.ru

Иванов В. В., канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры информационных систем Чувашского государственного университета, г. Чебоксары, sprintxxx@mail.ru

Тумаланов Э. Н., канд. экон. наук, старший научный сотрудник проблемной научно-исследовательской лаборатории Чувашского государственного университета, г. Чебоксары, tumalanov@mail.ru

ИЗМЕНЕНИЕ УСЛОВИЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ¹

В статье рассмотрен процесс изменения структурных характеристик рынка агропродовольственной продукции, масштабов предприятий, условий дифференциации продукции, входа в рынок и выхода из него, действие «эффекта неверных представлений», многоукладности и эффекта дуалистической экономики. Дана оценка некоторых последствий вступления страны в ВТО для рынка сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: структура рынка, дифференциация продукции, масштаб производств, вход в отрасль, оплата труда.

Введение

Изменения, происходящие на отраслевых рынках, не оставили в стороне и агропродовольственный рынок. Связаны эти изменения, с одной стороны, с общей тенденцией развития отраслей, диктуемой научно-техническим прогрессом, глобализацией, процессом модернизации. С другой стороны, происходит естественная эволюция отраслей, ее адаптация к новым условиям, формируемым изменениями структуры рынка (количество фирм в отрасли, тип продукции, вход в отрасль и выход из него, влияние на цены), появ-

лением новых сегментов рынка, сдвигами в спросе.

Приходится по-другому подходить и к оценке таких явлений, как многоукладность хозяйств, эффект «неверных представлений» (описанный Р. Лукасом²), эффект дуалистической экономики, присущих аграрной отрасли.

Исследование и характеристика изменений структур отраслевого рынка осуществляются с позиции структурной теории конкуренции в сочетании с историческим и логическим, сущностным и феноменологическим, единичным и общим подходами. Познание этого процесса посредством его углубленного исследования позволяет

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проекты 11-02-00569а, 11-12-21011а/в, 11-02-00027а, 12-12-21002а/в).

² Robert E. Lucas, Jr. Expectations and the Neutrality of Money. Journal of Economic Theory, 1972. № 4. pp. 103–124.

получить новые возможности в выработке и осуществлении конкурентной стратегии на уровне фирмы и отрасли в целом.

Необходимо исходить из того, что значительные изменения в условиях конкуренции в отрасли внесет вступление страны в ВТО и то, что его правила касаются не только торговли, но и производства. Ограничиваются меры поддержки сельскохозяйственного производителя. Очевидно, что государственную политику в отношении аграрной отрасли придется менять в сторону ее адаптации к новым требованиям с пониманием того, что без поддержки государства в новых условиях отрасли не выжить.

Укрупнение аграрных хозяйств

В современных условиях рынок продовольствия со стороны предложения меняется. Сельскохозяйственные предприятия укрупняются, а их количество сокращается. С особой интенсивностью этот процесс происходит в ведущих индустриальных странах. Если полвека тому назад при рассмотрении аграрного сектора США имелось в виду пять миллионов фермерских хозяйств, то сегодня речь идет о 180 тысячах крупных предприятий, которые производят 75% товарной продукции отрасли. В целом укрупнение происходит по закономерной последовательности и причинно-следственным связям. Используется эффект масштаба производства, когда рост размеров предприятия позволяет сокращать издержки, облегчает амортизацию основных средств, активизирует маркетинговую деятельность.

Практика свидетельствует о том, что наиболее благоприятные условия укрупнения предприятий в аграрном секторе складываются в индустриально развитых странах. Рост доли крупных предприятий на агропродовольственном рынке и сокращение доли мелких хозяйств стало обычным явлением. Объем производства, вовлечение земельных площадей, число работников, общая

выручка от реализации, размеры прибыли имеют тенденцию меняться в пользу крупных производственных единиц.

Однако в аграрной отрасли российской экономики укрупнение носит своеобразный характер. Это вызвано тем, что выделяются три группы субъектов рынка, работающих в отрасли: производители сырого продовольствия, торговые посредники, обрабатывающие предприятия. При этом в хозяйствах, производящих сырое продовольствие, укрупнение масштабов производства не достигает таких размеров, которые нарушали бы антимонопольное законодательство.

Например, в России 300 крупнейших по общей площади используемых сельскохозяйственных угодий аграрных предприятий (по версии «Агро-300») уступали всем остальным сельскохозяйственным предприятиям (13209 предприятий): 4,4 млн га против 72,5 млн га. Уступали они и по выручке от реализации: 273,4 млрд руб. против 409,2 млрд руб. Однако по балансовой прибыли они их превосходили: 44,3 млрд руб. против 39,2 млрд руб. (табл. 1).

Меняются условия и входа в отрасль, и выхода из нее. Если при преобладании мелких хозяйств издержки входа были невысокими, то с образованием прослойки крупных хозяйств, когда условия конкуренции меняются, войти в отрасль с малым капиталом в большинстве случаев означает обрекать себя на конкурентную несостоятельность. И хотя приток в отрасль новых производителей в целом не прекращается, структура притока значительно меняется: в нем все меньше мелких и средних по величине производителей. Относительно структурных характеристик это означает, что структура рынка меняется в сторону роста стоимости входа в отрасль и выхода из нее.

Таким образом, укрупнение выгодно, оно идет, хотя и не столь стремительно, как в ряде крупных индустриальных стран. Сдерживают процесс укрупнения хозяйств

Таблица 1

**Сравнительная характеристика показателей 300 хозяйств-лидеров аграрной отрасли
и остальных сельхозпредприятий России**

	300 крупнейших сельхозпредприятий			Остальные сельхозпредприятия		
	2001 г.	2008 г.	2008 г. в % к 2001 г.	2001 г.	2008 г.	2008 г. в % к 2001 г.
Кол-во хозяйств	300	300	100	24695	13209	54
Среднегодовая численность работников, тыс. чел.	266	252	94,7	4003	1599	40
Сельскохозяйственные угодья, тыс. га	2575	4364	170	157112	72543	46
Посевная площадь, тыс. га	2232	3311	148	63453	39667	63
Среднегодовое поголовье коров, тыс. голов	201	176	88	5597	3000	54
Выручка от реализации, млн руб.	52325	$\frac{237399}{107420^*}$	205	242642	$\frac{409183}{185150^*}$	76
Балансовая прибыль (убыток), млн руб.	12941	$\frac{44324}{20056^*}$	155	12483	$\frac{39201}{17738^*}$	142

Примечание: * Сопоставимая сумма показателя, дисконтированная к сумме показателя 2001 г.

Источник: По данным автореферата диссертации Е. Ю. Акимова на соискание ученой степени кандидата экономических наук «Формирование конкурентоспособных отраслей экономики региона в условиях эволюции отраслей и внутрифирменной среды», Чебоксары, 2012, С. 9.

трудности в реализации продукции, вызванные главным образом экспансией иностранных конкурентов на рынке агропродовольственной продукции, которым отечественный производитель уступает в конкуренции.

Дифференциация продукции

Происходят значительные изменения на рынке отрасли и в возможностях дифференциации продукции. Меняется характер спроса, происходит дифференциация каждого вида продовольствия. В ряде стран Западной Европы и Северной Америки постепенно выделились две группы

агропродовольственной продукции: экологически чистой, высококачественной, рассчитанной на состоятельных потребителей, и менее качественной продукции, ориентированной на массового потребителя. Дифференциация начинается на стадии производства сырого продовольствия. Завершается она на стадии обработки: происходит дифференциация по вкусу, внешнему виду, запаху, упаковке, привлекательности и другим признакам.

На российском рынке агропродовольственной продукции дифференциация как способ повышения конкурентоспособности используется слабо. В производстве сырого продовольствия дифференциация сильно

ограничена особыми природными свойствами продукта: его биологической природой, короткими сроками хранения, характером потребления и тем, что он удовлетворяет первичные физиологические потребности человека. Ограничена дифференциация и особенностями производства. У производителя растениеводческой продукции — жесткие условия выбора. Он вынужден выбирать сорт, наиболее подходящий для данных природно-климатических условий. Производитель животноводческой продукции также связан узкими рамками функционирования. Возможности выбора у него ограниченные, он исходит при этом, как правило, из наличных ресурсов.

Значительно облегчен процесс дифференциации на стадии переработки и приведения продукта в состояние, готовое к потреблению. Обработывающие предприятия наряду с торговыми посредниками получают основную массу добавленной стоимости, увеличивая цену конечной реализации по отношению к закупочной цене сырого продовольствия в 5–9 раз. Во многом это происходит за счет дифференциации продукции: например, молочная продукция нескольких десятков видов позволяет извлечь из базового продукта огромную массу добавленной стоимости. Для производства используются вещества, которые не увеличивают пищевую ценность продукта, но дешевы и сокращают себестоимость конечной продукции.

Однако, как бы то ни было, дифференциация воздействует на условия конкуренции на рынке отрасли и в значительной степени меняет их. Переработчики улучшают свое рыночное положение. Для них дифференциация продукции — это переход от рыночной структуры атомистического типа, близкой к совершенной конкуренции, к типу более щадящего режима, где производитель отрасли уже не ценополучатель, а ценоискатель. В значительно меньшей степени это относится к производителю сырого продовольствия.

Многоукладность, «неверные представления» и эффект дуалистической экономики

В течение долгого времени в отрасли существовал широкий спектр специализации каждого отдельно взятого производителя. Многие хозяйства имели возможность сохранения многоукладности, которая обеспечивала выживаемость и дальнейшее место хозяйства в отрасли, стабильность его доли на рынке отрасли в трудных условиях конкуренции. Ныне использовать этот фактор для аграрного хозяйства становится все труднее. В современных рыночных условиях аграрный производитель теряет даже ту свою особенность, которая была ему характерна во все времена: самому потреблять часть произведенной им продукции. В условиях, когда все остальные блага и услуги, кроме продуктов питания, приходится покупать у других, аграрный производитель обнаруживает, что потреблять некоторые виды своей продукции накладно. Например, чтобы заколоть свинью и обработать тушку, требуются дополнительные трудозатраты, уменьшается объем товарной продукции, часть продукции теряется. В итоге все это приводит к росту удельных издержек. В ряде стран, например в Великобритании, требуется специальное разрешение на внеплановый забой скотины. Возникают проблемы с учетом продукции и с налоговой отчетностью. Поэтому использование фактора многоукладности нередко приносит аграрному хозяйству не выгоду и рост эффективности производства, а потери и ухудшение рентабельности.

В конечном итоге, если у фермера или крестьянина нет достаточного объема товарной продукции, он, чтобы сносно жить, находит дополнительную работу и источники доходов в другой сфере. И хотя он может некоторое время продолжать производить для себя, это не является товарным хозяйством. Он, как субъект рынка сельскохозяйственной продукции, долго не удерживается и выбывает из отрасли. Если привязан-

Таблица 2

Среднемесячная заработная плата в целом по экономике и аграрной отрасли ЧР

	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	1868,7	2362,0	4137,7	5809,7	7240,7	7452,6	8366,0
Транспорт	7652,7	8052,7	10194,9	12943,1	12769,8	14537,2	16527,2
Финансовая деятельность	11891,2	14185,2	18775,5	23633,4	21872,0	25644,0	26844,0
В среднем по всем отраслям	5073,1	6436,7	8703,2	11146,6	11529,0	13004,4	14081,1

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Чувашской Республике: <http://gov.cap.ru>.

ный к своей земле и хозяйству, он в качестве участника рынка труда был несравненно менее мобилен, чем промышленный работник, то выходя из числа товарных производителей, он становится таким же мобильным, как обычный участник рынка труда. Бывший сельскохозяйственный производитель ищет другой источник существования в новой сфере, нередко в другой местности.

Значительную роль в выживаемости аграрного хозяйства играет эффект «неверных представлений» (описание такой ситуации дано Р. Лукасом). Нередко аграрий увеличивает объем производства, видя, что закупочные цены выросли. В то же время он не обращает внимания на то, что цены на промышленную продукцию, которую он закупает для производственных целей, растут более быстрыми темпами. Однако в современных условиях деятельности любой отрасли информационное обеспечение резко возросло. Легко безошибочно выявить ценовые соотношения и пропорции обмена самых разных видов товаров и услуг. Поэтому все меньше таких производителей, которые наращивают или хотя бы продолжают производить при таких обстоятельствах. То, что такой эффект на рынке отрасли сходит на нет, в определенной мере способствует снижению количества производителей и объема производства в отрасли.

В переходной экономике в некоторый период действует эффект дуалистической экономики. Обосновал эту концепцию У. Льюис в работе «Теория экономического роста»³. Эффект дуалистической экономики в России особо сильно действовал в 1990-е и начале 2000 гг. Было возможно в сельской местности нанять работника по значительно меньшей цене, чем в городских условиях. В промышленности оплата труда имела тенденцию осуществляться по предельной его производительности, а в сельском хозяйстве складывалась по некоему среднему продукту, по сути — институционально, по утвердившемуся обычаю. Хотя Россия сегодня не является страной избыточных трудовых ресурсов, но относительно низкая оплата труда работников сельского хозяйства, характерная дуалистической экономике, в большинстве регионов сохраняется. Она сложилась еще в крепостническую эпоху, возродилась и укрепилась в колхозно-совхозный период и продолжает действовать в настоящее время (табл. 2).

Оплата труда квалифицированных специалистов сельскохозяйственных предприятий, в сравнении с оплатой труда специалистов аналогичной квалификации в промышленности, транспорте, связи, сфере

³ Lewis A. The Theory of Economic Growth. New York, 1955.

услуг и в других секторах экономики, значительно ниже.

Однако условия найма рабочей силы и оплаты труда под воздействием рыночных отношений претерпевают эволюционные изменения. Идет процесс выравнивания оплаты труда работников одинаковой квалификации по отраслям. В аграрном секторе России эффект дуалистической экономики действует уже слабо. Трудоспособная часть населения находит работу в других отраслях или в других регионах. Денежное хозяйство, рыночное функционирование, необходимость выживать в условиях жесткой конкуренции в конечном счете сводит на нет возможность существования дуалистической экономики и проявления ее последствий. И чем меньше незанятого трудоспособного населения в сельской местности, чем интенсивней происходит модернизация экономики, тем сильнее проявляется тенденция выравнивания уровня оплаты труда по отраслям, включая и аграрную отрасль. Поэтому возможность использования относительно дешевой рабочей силы в аграрном секторе исчезает, и этот фактор не может в дальнейшем поддерживать выживаемость аграрных хозяйств, положительно влиять на предложение сельскохозяйственной продукции.

Таким образом, изменения условий функционирования аграрной отрасли в настоящее время выражаются в изменении масштаба производства, дифференциации продукции, в возможностях входа в отрасль и выхода из нее, в исчезновении эффекта дуалистической экономики в оплате труда. При этом более активная дифференциация продукции, укрупнение хозяйств и более трудный, чем прежде, вход в отрасль, означают изменение структуры отраслевого рынка: от атомистического в сторону более крупноэлементного. Постепенное исчезновение эффекта многоукладности, а в оплате труда — эффекта дуалистической экономики, означает, что условия функционирования в отрасли становятся сугубо рыночными.

В целом формирование единого агропродовольственного рынка в национальной экономике приводит к тому, что все труднее становится использовать те преимущества, которые давали особенности региональных условий воспроизводства и те особые условия, которые характерны для аграрного производства.

Последствия вступления России в ВТО для аграрной отрасли

Серьезные испытания ожидают аграрную отрасль в связи со вступлением страны в ВТО. Ограничения на ввоз иностранных товаров станут слабее. Сразу после начала действия правил ВТО в России снизятся импортные пошлины: на молочные продукты — с 19,8% до 14,9%; на зерновые — с 15,1% до 10%; на масличные — с 9% до 7,1%. В связи с этим следует ожидать дальнейшего сокращения на внутреннем рынке доли отечественных производителей. Выдержать ценовую конкуренцию с иностранной продукцией они не смогут по условиям производства (например, если себестоимость 1 кг говядины у российских производителей — в среднем 2 доллара США, то у производителей Аргентины и Новой Зеландии — около 10 центов).

Существует угроза углубления и без того непомерного диспаритета цен (аграрии в современных условиях ежегодно из-за диспаритета цен теряют 250 млрд руб). Возможности для возмещения этих потерь сузятся. Уже к 2018 году придется отказаться от льготной поставки аграриям удобрений и топлива, включенных ВТО в так называемую «желтую корзину».

Кроме того, особая опасность подстерегает отечественное сельскохозяйственное машиностроение. Президент союза Росагромаш К. Бабкин считает, что отрасли грозит полное выбытие из рынка. Это, безусловно, отразится на конкурентных возможностях производителей агропродовольственной продукции. Придется покупать исключительно импортную технику, более

дорогую, что приведет к еще большему углублению диспаритета цен.

Вступление в ВТО повысит интерес к российскому аграрному сектору и рынку агропродовольственной продукции крупных иностранных компаний, поставщиков биотехнологий, агрохимической продукции, семян. Мощные транснациональные корпорации: *Monsanto, Dupont, Syngento, Bayer Group*, занимающие доминирующее положение на этих рынках, являются поставщиками аграрных хозяйств по всему миру. Их рыночная власть на этих рынках достигла опасных пределов. По оценкам *International Seed Federation*, рыночная концентрация, измеренная с помощью показателя *CR-4*, демонстрирующего долю рынка четырех крупнейших фирм, действующих на рынке, составляла в 2008 году: по биотехнологиям — 42%, по семенам — 33%, по продукции агрохимии — 60%⁴. И этот показатель ежегодно возрастает.

Опасности подвергается и рынок агропродовольственной продукции, и отрасль в целом. Поскольку выжить агрофирмам становится все труднее, есть вероятность того, что в поисках рентабельности многие из них перейдут на возделывание ГМ-культур, на разведение ГМ-животных. Самое страшное для отрасли то, что корпорации держат под контролем рынок семян, поскольку ГМ-семена могут производить только они. Может быть создана монопольная структура в самом уязвимом и жизненно важном секторе экономики, производящем базисную для национальной экономики продукцию, обеспечивающем как продовольственную, так и национальную безопасность страны. Когда аграрные хозяйства будут вынуждены ежегодно обращаться за семенным материалом к корпорациям-монополистам, последние могут поставить им любые условия: покупать агротехнологии, агрохимическую

продукцию, семена только у них, реализовывать произведенную продукцию только им, возделывать только ГМ-культуры, разводить только ГМ-животных и др. Таким образом, на рынках агропродовольственной продукции и в самой отрасли может сформироваться всемогущая монопольная власть, трудная для применения к ней российской антимонопольной политики. Крупные компании рынка олигополии обычно действуют, вступая в тайный сговор. С его помощью они могут и на российском рынке аграрной продукции осуществлять свою маркетинговую политику так, чтобы формально не нарушать антимонопольные законы, установленные ФАС.

Заключение

Для достойного противостояния этим новым вызовам и предотвращения (или ослабления) опасностей необходимо придерживаться определенных принципов в аграрной политике, а также в создании и укреплении рыночных позиций отечественных аграрных производителей. В качестве основных можно предложить соответствующие принципы действий в этой среде.

1. Извлечь максимальную отдачу из новых технологий и перехода на новый технологический уклад в отрасли.

2. Использовать все ресурсы и способности для успешной интеграции в новые конкурентные отношения: нормализовать бизнес-среду, сделать прозрачными государственные заказы, инвестиционные правила.

3. Удерживать и усилить позиции на внутреннем рынке, использовать в полной мере возможности сокращения издержек и дифференциации продукции, осуществлять своевременное перераспределение ресурсов.

4. Рационализировать рынок ссудного капитала с тем, чтобы аграрным производителям стали легкодоступны как краткосрочные, так и долгосрочные кредиты.

⁴ Сельское хозяйство на службе развития // Доклад о мировом развитии 2008. Всемирный банк. Вашингтон / Пер. с англ. М.: Весь мир, 2008. С. 152.

5. Не связываться с биотехнологиями и с корпорациями, доминирующими на их рынках, не пускать на внутренний рынок семена ГМ-растений, сохранить традиционное производство, дающее естественные продукты, восстановить применение натуральных добавок-ингредиентов при обработке — они дороже обходятся, но спрос на такую продукцию на рынке будет расти.

6. АПК страны должен максимально эффективно и в полном объеме использовать меры поддержки из «зеленой корзины», которые допускаются ВТО (пока они составляют 9 млрд долларов США в год, но сократятся до 4,4 млрд долларов к 2018 г.).

7. Продолжать переговоры внутри ВТО, добиваясь у нее уступок по разным направлениям и ослабления ограничений по разным позициям. ВТО — не законодательный орган мировой торговли, а скорее форум для переговоров. Позиции же нашей страны в этом процессе очень сильные. В отличие от большинства стран мира, в том числе и самых мощных, у России ничтожный государственный долг, можно сказать, что его почти нет (у США он составляет 1,5 годовых ВВП, около 18 трлн долларов). Россия располагает 40% всех природных ресурсов мира. Эти преимущества позволяют ей выдерживать намеченную линию на будущих переговорах уже в рамках ВТО и добиваться в них нужных уступок.

Список литературы

1. Акимов Е. Ю. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук «Формирование конкурентоспособных отраслей экономики региона в условиях эволюции отраслей и внутрифирменной среды». Чебоксары, 2012. С. 9.
2. Сельское хозяйство на службе развития // Доклад о мировом развитии 2008. Всемирный банк. Вашингтон / пер. с англ. М.: Весь мир, 2008. С. 406.
3. Тумаланов Н. В. Рынок и цена: институциональный аспект теории ценообразования / Н. В. Тумаланов // Вестник Чувашского университета. 2010. № 1. С. 500–505.
4. Тумаланов Н. В. Формирование условий межотраслевого обмена в национальной экономике / Н. В. Тумаланов. Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2011.
5. Шерер Ф. М. Структура отраслевых рынков: Пер. с англ. М.: Ф. М. Шерер, Д. Росс. М.: ЭФМ-ГУ; Инфа-М, 1997. С. 698.
6. Эпштейн Д. Б. Аллокативная эффективность использования ресурсов сельхозпредприятиями / Д. Б. Эпштейн // АПК: экономика, управление. 2006. № 3. С. 39–42.
7. Robert E. Lucas, Jr. Expectations and the Neutrality of Money. *Journal of Economic Theory*, 1972. № 4. pp. 103–124.
8. Lewis A. The Theory of Economic Growth. New York, 1955.

N. Tumalanov, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Economic Disciplines, Chuvash State University, Cheboksary, tumalanovnv@mail.ru

V. Ivanov, PhD in Economics, Senior Teacher of Chair of Information Systems, Chuvash State University, Cheboksary, sprintxxx@mail.ru

E. Tumalanov, PhD in Economics, Senior Scientific Employee of Problem Scientific Research Laboratory, Chuvash State University, Cheboksary, tumalanov@mail.ru

CHANGE OF COMPETITION TERMS IN THE MARKET AGROFOOD PRODUCTION

Process of change of structural characteristics of the market of agricultural production, scales of the enterprises, conditions of differentiation of production, an entrance in the market and an exit from it, action of «effect of incorrect representations», effect of presense of many social and economic structures and effect of dualistic economy are considered. The assessment of some consequences of the introduction of the country in the WTO for the market of agricultural production is given.

Key words: market structure, production differentiation, scale of productions, an entrance in industry, labor costs.

Ярошевич Н. Ю., канд. экон. наук, доцент кафедры экономики предприятий Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург, iarnat@mail.ru

КОНСОЛИДАЦИЯ АЭРОПОРТОВОЙ ОТРАСЛИ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА



С середины 90-х годов прошлого века в мировой аэропортовой отрасли наблюдается развитие процессов консолидации, в результате процессов слияний и поглощений формируются крупные аэропортовые компании. Данная статья посвящена изучению этой тенденции и формам ее проявления за рубежом и в России.

Ключевые слова: аэропортовая отрасль, консолидация отрасли, формы консолидации аэропортов.

Введение

Процесс консолидации мировой аэропортовой отрасли начался с середины 90-х годов прошлого века, на волне глобальной приватизации государственной собственности, когда частные инвесторы, участвовавшие в создании аэропортовых холдингов, стали переводить акции через национальные границы. В результате были созданы аэропортовые холдинги, работающие на международном уровне. Одними из первых это сделали *Hochtief AG* — крупная немецкая строительная компания, и *Aer Rianta* — подразделение, находящееся в собственности администрации аэропорта Дублина. Объединив силы, они создали консорциум, который теперь владеет большей частью акций объединения Европейских аэропортов, под названием *Airport Partners*. В дальнейшем инвестиционные фонды вышли на рынок акций аэропортов. Например, оператор аэропортов *Macquarie* в настоящее время владеет пакетами акций аэропортов Австралии, Бельгии, Дании и Великобритании. В некоторых

случаях аэропорты объединяются в стратегические альянсы. Примером такого объединения является альянс *Pantares* (между аэропортами *Shiphof* и *Frankfurt*), который был образован в 2001 году. В России также прослеживается тенденция консолидации отрасли. На сегодняшний день существует три крупных игрока: Ренова (аэропорт Кольцово), Базэл Аэро и Новапорт.

Может показаться, что консолидация аэропортовой отрасли копирует тенденцию, наблюдаемую среди авиакомпаний. Некоторые мировые эксперты считают, что формирование крупных аэропортовых холдингов на мировом уровне неизбежно из-за отмены государственного регулирования деятельности авиакомпаний и проведения политики открытого неба¹.

Развитие процессов консолидации в отрасли ставит вопрос о влиянии этой тенденции на уровень конкуренции и эффективность деятельности аэропортов: не приведет ли процесс формирования аэропор-

¹ *Doganis, R.* The Airline Business in the 21st Century. Routledge, London, 2001.

товых холдингов к снижению конкуренции на рынке услуг аэропортов и неэффективному управлению со стороны собственников.

Мировой опыт консолидации авиакомпаний

Для анализа процесса консолидации, происходящего в отрасли аэропортов, обратимся к существующему опыту авиакомпаний.

И аэропорты, и авиакомпании — сетевые компании, что означает возможность получения эффекта масштаба только в условиях тесного взаимодействия между участниками рынка. Они оказывают спектр разнообразных услуг, дополняющих друг друга, удовлетворяют потребность общества по перевозке авиатранспортом².

Однако, говоря о консолидации авиакомпаний, следует отметить:

- возможности для слияний ограничены: участие большинства стран мира в международных соглашениях достаточно сдержано. Процесс консолидации на рынке услуг авиакомпаний происходил за счет формирования стратегических союзов, хотя есть и примеры слияний;

- стратегические союзы между сетевыми перевозчиками распространены, в то время как альянсы между низкобюджетными авиакомпаниями или чартерными авиаперевозчиками остаются редкими. Это объясняется тем, что первые эксплуатируют интегрированные сети маршрутов, сосредоточенные вокруг одного или нескольких аэропортов — хабов, предлагая пассажирам разветвленную сеть направлений. В то время как вторые способны обеспечивать низкую стоимость только на прямых маршрутах.

Именно возможность объединения маршрутных сетей и, как следствие, появление

эффекта масштаба, явилось мощным стимулом к консолидации отрасли авиаперевозчиков.

Зарубежные исследователи выделяют следующие причины консолидации авиакомпаний³:

- **повышение технологической эффективности:** совместная деятельность позволяет партнерам реализовывать эффект масштаба производства. Развитие код-шеринговых соглашений позволяет авиакомпаниям предлагать пассажирам большее количество направлений и частот;

- **сокращение операционных издержек:** в рамках альянсов авиакомпании имеют возможность увеличить прибыль за счет совместных продаж, по принципу «одного окна». Пассажиры, покупающие транзитную перевозку, имеют возможность обратиться только к одной авиакомпании, что экономит время и улучшает репутацию авиакомпании и альянса в целом;

- **устранение недостатков рынка:** авиакомпании получают большую прибыль и снижение операционных издержек на дальнемагистральных направлениях и высокой частоте. Отдельной авиакомпании обеспечить эти условия удастся только при высоких ценах на услуги, что не всегда приемлемо для потребителя. Совместное ценообразование в рамках альянса уменьшает разброс цен на одни и те же услуги, потенциально увеличивая возможности прибыли для всех авиакомпаний. Единое ценообразование также выгодно клиентам, поскольку цены на транзитные перевозки ниже у авиакомпаний, находящихся в альянсе, чем у отдельных авиакомпаний на каждом участке маршрута;

- **преодоление нормативных ограничений,** которые не позволяют авиакомпаниям выходить на новые рынки или расши-

² Ярошевич Н. Ю. Конкуренция на рынке аэропортовых услуг: особенности развития и формы существования // Современная конкуренция, 2011, № 2 (26), с. 47.

³ См. подробнее: Brueckner, J. K., Pels, E., 2005. European airline mergers, alliance consolidation, and consumer welfare. *Journal of Air Transport Management* 11, p. 27–41; M. Z. F., 2000; Forsyth, P., Gillen, D., Muller, J., Niemeier, H. M. *Competition in European Airports*. Ashgate, Aldershot, 2010.

рять существующие. Они принимают разные формы, например, обход ограничений на перевозки, установленные в международных воздушных сообщениях;

- **проблема в получении доступа к ресурсам**, нехватка слотов на взлет и посадку в аэропортах;

- **ослабление конкуренции при ценовом сговоре** позволяет авиакомпаниям заработать сверхнормативную прибыль. Однако реализация этой стратегии возможна только при наличии барьеров входа для потенциальных конкурентов. Наличие нормативных ограничений, а также маркетинговые стратегии участников отрасли, такие как программы для часто летающих пассажиров, становятся препятствием для новичков, выходящих на сформировавшиеся рынки.

Причины консолидации аэропортов: зарубежный опыт

Аэропортовая отрасль имеет следующие особенности.

Структура рынка: отрасль характеризуется горизонтальной и вертикальной структурой. В рамках горизонтальной структуры существует конкуренция между аэропортами за зону охвата, прилегающие территории. Аэропорт является как пунктом отправки, так и пунктом назначения, соответственно деятельность аэропорта будет зависеть и от других аэропортов, связанных рейсами авиакомпаний. Вертикальная структура аэропортового бизнеса определяется комплексностью предоставляемых услуг и количеством контрагентов, задействованных в этом процессе. Это транспортные компании, торговые компании и организации, предоставляющие услуги в самом аэропорту, хэндлинговые, топливо-заправочные компании и инжиниринговые фирмы, обслуживающие воздушные суда и т. п.

Особенности услуг: аэропорт предоставляет комплекс разнообразных услуг — авиационные услуги (они однотипны для всех аэропортов), неавиационные услуги

и наземное обслуживание (не регулируются государством и развиваются в рамках политики и стратегии самого аэропорта).

Неавиационная деятельность аэропортов представляет собой спектр услуг, напрямую не связанных с воздушными перевозками. Например, сдача в аренду площади терминала для коммерческих фирм, магазинов, конференций, автостоянок и т. д. Это локальные услуги, они не передаются через аэропорты. Поставщики услуг конкурируют с аналогичными поставщиками в аэропорту и с поставщиками в конкурирующих аэропортах. Таким образом, поставщики неавиационных услуг действуют в пределах горизонтальных структур рынка, но не в пределах вертикальных.

Услуги наземного обслуживания весьма специфичны. Они включают очистку, загрузку, заправку воздушных судов, буксировку, предоставление пассажирского трапа и перрона и т. д. Эти услуги в одном аэропорту могут оказываться несколькими компаниями, конкурирующими за контракты с авиакомпаниями, но чаще всего одной (особенно в России).

Еще одна особенность предоставления услуг наземного обслуживания заключается в том, что эти услуги обязательно присутствуют как в аэропорту отправления, так и в аэропорту назначения. Поэтому услуги в обоих аэропортах дополняют друг друга издержками и качеством, потенциально влияя на график полетов, конечные затраты и готовность авиакомпаний платить за эти услуги.

Существенное влияние на деятельность и перспективность развития аэропортового бизнеса также оказывает инфраструктура аэропорта. Она состоит из объектов, непосредственно связанных с предоставлением авиационных услуг. Это перроны, взлетно-посадочные полосы, терминалы, системы обработки багажа и т. д. Этими фондами аэропорт управляет на правах собственности или аренды. Аэропорты, обслуживающие одни региональные рынки и имеющие пересечение зоны притяжения аэропорта, конкурируют между собой за привлечение авиа-

компаний, предоставляя им дополнительные услуги и скидки.

В отличие от наземного обслуживания, наличие соответствующего уровня инфраструктуры требует существенных капитальных вложений. Также следует отметить ограничения территориального развития и экологических стандартов для перспективного расширения некоторых аэропортов. Это можно рассматривать как высокие барьеры входа на рынок, поэтому появление потенциальных конкурентов в этом сегменте маловероятно.

В таблице 1 представлены мотивы консолидации аэропортовой отрасли в указанных сегментах.

Таким образом, основными причинами консолидации является получение доступа

к инфраструктуре и получение передового опыта в области управления и маркетинга, передачи ноу-хау. При этом формирование стратегических союзов или альянсов незначительно уменьшает операционные затраты и недостатки рынка в деятельности аэропортов.

Дальнейший процесс консолидации в отрасли может быть вызван желанием сгладить или нейтрализовать несовершенство рынка в случае роста монопольной власти объединившихся компаний.

Типы консолидации аэропортов

Консолидация аэропортов происходит путем формирования стратегических аль-

Таблица 1

Мотивы консолидации аэропортовой отрасли

	Неавиационные услуги	Наземное обслуживание	Развитие инфраструктуры
Совершенствование технической эффективности	Передача технологий в области управления и маркетинга	Возможна экономия от совместной покупки оборудования, передача технологий обслуживания	Передача технологий в области управления и маркетинга
Сокращение операционных издержек клиентов	Возможности использования совместного бренда, совместного маркетинга ограничены	Отсутствует	Отсутствует
Устранение недостатков рынка	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
Преодоление законодательных ограничений	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
Получение доступа к ресурсам	Возможность расширения рынка за счет предложения подобных услуг в аэропортах сети	Отсутствует	Есть ограничения, связанные с участием государственных структур в собственности аэропортов
Ослабление конкуренции при ценовом сговоре	Возможно, при контроле над всей инфраструктурой аэропортов	Сговор между агентами этого сегмента рынка может привести к получению сверхприбылей и повысить барьеры для входа в отрасль	Сговор между агентами этого сегмента рынка может привести к получению сверхприбылей и повысить барьеры для входа в отрасль

янсов или создания систем мульти-аэропортов. Определим причины возникновения таких союзов.

Стратегические альянсы — это объединения независимых аэропортов, координирующих свои стратегии с другими аэропортами, входящими в альянс. Решения в рамках альянса принимаются децентрализованно, т. е. каждый аэропорт принимает его самостоятельно, но с учетом стратегий партнеров по альянсу.

Мульти-аэропорты — это объединения аэропортов в централизованные структуры управления, где решения принимаются для всех аэропортов.

Выбор формы консолидации зависит от размера операционных издержек. Если в рамках объединения операционные издержки удастся существенно снизить, то лучшей формой становятся мульти-аэропорты. Если же операционные издержки низки, то аэропорты могут выбирать более выгодных для себя партнеров самостоятельно.

Стратегические альянсы чаще используются для формирования единого бренда, передачи технологий и ноу-хау, развития маркетинга, т. е. тех сфер деятельности, которые не требуют серьезных инвестиций. Это чаще всего неавиационные услуги и хэндлинг.

Для привлечения крупных инвестиций в развитие инфраструктуры аэропортов используется схема формирования мульти-аэропортов.

Приведем ряд примеров существования тех и других форм сотрудничества в аэропортовой отрасли за рубежом.

Одним из ярких примеров аэропортового альянса является *GICA*, созданный аэропортами *Washington Dulles International* и *Chateroux-Doelsa* в 1999 году. На данный момент этот альянс насчитывает 21 аэропорт. Цель *GICA* заключается в том, чтобы «создать международную организацию аэропортов, объединившихся с целью продвижения и развития грузовых авиаперевозок

и логистики»⁴. Также поставленными целями являлись: создание глобального бренда перевозки грузов, улучшение имиджа аэропортов в сфере грузоперевозок, совместного международного маркетинга, повышение привлекательности участников аэропортов в грузовых союзах, создание соглашения общих эксплуатационных стандартов, создание общего сайта и программы стажировки. Союз главным образом был сформирован, чтобы способствовать совместному маркетингу путем создания общего бренда для аэропортов.

Альянс *AHS*, созданный в 2000 году как совместное предприятие трех немецких аэропортов: Бремен, Гамбург и Ганновер, своей основной целью определил обеспечение единых стандартов качества наземной обработки в аэропортах. Как и в случае с *GICA* — это улучшение маркетинга. Кроме того, это привело к передаче ноу-хау в эксплуатационной деятельности.

Pantares, созданный в 2000 году между *Fraport and Schiphol Group*, представляет стремление двух компаний участвовать в оперативном управлении аэропортом. В то время как *Fraport* преуспевал в наземной обработке, но отставал в розничной торговле, *Schiphol* имел обратные сильные и слабые стороны. Таким образом, стратегической целью формирования альянса *Pantares* стал обмен ноу-хау относительно улучшения производительности каждого партнера в смежных сегментах бизнеса. Однако эффективность этого союза не оправдала ожиданий.

В 2008 году создается новый альянс аэропортов *Schiphol Group* и *Aeroporto De Paris (ADP)*. Целями слияния стали:

- в сегменте авиационной деятельности — улучшение конкурентоспособности через создание системы двойного хаба и обслуживание уровня «лучший в своем классе»;

⁴ *Morgan Stanley*. ADP (Aeroports de Paris). Quick Comment: Strategic Alliance with Schiphol. Equity Research, London, 2008.

- в сегменте неавиационной деятельности — использование передового опыта в розничных продажах, управлении недвижимостью и телекоммуникационной деятельности.

Ожидалось, что слияние принесет доход в 71 млн евро в год к 2013 году и обеспечит сокращение капитальных расходов на 18 млн евро в год в последующем. Предполагаемая экономия аэропортов оценивалась в 45–50% от авиационной деятельности, 30–35% от розничной торговли и 20–25% по сравнению с другими видами деятельности⁵.

Хотя еще рано оценивать эффективность этого объединения, оно сталкивается с явными проблемами. Прогнозируемый потенциал взаимодействия оценивается в 6% от операционной прибыли на 2012 год, при этом для аэропорта *Schiphol* экономия эксплуатационных издержек составит 4,5%, а операционных расходов — 2,5%. Эти показатели невелики по сравнению с аналогичными показателями альянсов в других отраслях.

Следует отметить еще одну стратегическую альтернативу для развития — *ADP-Schiphol*. Это стратегия формирования двойного хаба (*Schiphol* и *Airports De Paris*). Слияние компаний *KLM* и *Air France* вместе со снятием ограничений с двухстороннего соглашения о воздушном сообщении усилило конкуренцию между этими двумя хабами. Вместе эти аэропорты предоставляют порядка 10 уникальных направлений полетов, выполняемых альянсом авиакомпаний *SkyTeam*, неограничены по пропускной способности, что позволяет в рамках выбранной стратегии существенно увеличить объем перевозок.

Таким образом, за исключением последнего примера, существование стратегических альянсов в аэропортовой отрасли носит временный характер и неэффективно в долгосрочной перспективе.

Мульти-аэропорты — компании, имеющие в общей собственности несколько аэропортов и владеющие контрольным или стратегическим миноритарным пакетом акций аэропортов-участников.

Можно выделить следующие виды мульти-аэропортов:

- национальные или региональные, принадлежащие государству корпорации аэропортов с (например, *ADP*) или без (например, *AENA*) незначительного пакета частных акций;

- компании, которые сформировались в результате продажи группы аэропортов, принадлежащих правительству, таких как *BAA*;

- основные аэропорты, которым принадлежат региональные филиалы (*Fraport* принадлежали аэропорт *Frankfurt* (хаб) и аэропорт низкобюджетных авиакомпаний *Hahn* до 2009 г.);

- перекрестное владение аэропортов, владеющих незначительными долями акций друг друга (например, интерес аэропорта *Amsterdam Schiphol's* к аэропорту *Brisban*);

- частные владельцы, владеющие и управляющие некоторым количеством аэропортов (*Infratil*, которому принадлежат несколько небольших аэропортов);

- специализированные инвестиции, такие как фонды развития инфраструктуры (*Colonial First State*);

- владельцы и операторы, такие как компании, которым принадлежат терминалы в аэропорту.

Примеры компаний мульти-аэропортов приведены в табл. 2.

В списке представлены наиболее известные, разнообразные по форме собственности и конкурентоспособности компании.

Процесс их формирования происходил по-разному. В некоторых случаях государственные аэропорты были объединены в корпорацию, в то время как другие были куплены у государства частными инвесторами во время приватизации (*BAA*), или были куп-

⁵ Forsyth, P., Gillen, D., Muller, J., Niemeier, H. M. Competition in European Airports. Ashgate, Aldershot, 2010.

Таблица 2

Аэропортовые компании: структура собственности и конкурентоспособность

Компании мульти-аэропорты	Контрольный пакет больше чем в одном в одном аэропорту	Стратегический холдинг в аэропортах	Владение потенциально конкурентоспособными аэропортами	Операционные концессии для других аэропортов
Abertis (TBI)	+	+	–	+
AENA	+	+	+	+
Aéroports de Paris	+	+	+	+
Dublin Airport Authority	–	+	–	–
Ferrovial\BAA	+	+	+	–
Fraport	+	+	–	+
Hochtief (HTA)	+	+	–	–
Infratil	+	+	–	–
Macquarie	+	+	–	–
Peel	+	+	+	–
Schiphol	+	+	+	+

Примечание: «+» да, «–» нет.

лены пакеты акций, представленные на свободный рынок (*Macquarie*).

Можно выделить несколько различных типов владельцев мульти-аэропортов: некоторые группы аэропортов принадлежат правительству (*ADP*, *AENA*), некоторые принадлежат частным инвесторам (*Ferrovial*/*BAA*, *Macquarie*), другие находятся в смешанной собственности (*Fraport*), и есть аэропорты в государственной собственности, но управляющиеся частными компаниями в соответствии с контрактом.

Некоторые частные инвесторы, формирующие компании мульти-аэропорты, развились как специализированные операторы аэропорта. Такие корпорации накапливают серьезный опыт по полному управлению аэропортами, что делает *Macquarie*, или по некоторым отдельным сегментам аэропортовых услуг, например, наземном обслуживании и управлении терминалами.

Консолидация аэропортов в группы обусловлена стратегическими соображениями,

например, стремлением изменить структуру рынка в пределах участников мульти-аэропортов, стремлением преодолеть недостатки рынка, во избежание многократных наценок на предельные издержки предоставления услуг.

Структура рынка может измениться, если компания владеет двумя или более аэропортами, обслуживающими одни и те же географические рынки. Наиболее ярким примером служит *BAA*, который является монополистом. В период формирования *BAA* многие эксперты рекомендовали приватизировать аэропорты *Stansted*, *Heathrow* и *Gatwic* по отдельности, спустя двадцать лет Комиссия по конкуренции (*UK Competition Commission*) подняла проблему роста монопольной власти *BAA* и рекомендовала принудительную продажу ряда аэропортов⁶.

⁶ Forsyth, P., Gillen, D., Muller, J., Niemeier, H. M. Competition in European Airports. Ashgate, Aldershot, 2010.

Горизонтальная интеграция возможна с целью получения экономического эффекта от координации операций. Это имеет место, когда происходит объединение соседних аэропортов, обслуживающих те же самые или перекрывающиеся географические рынки. Некоторые группы аэропортов действительно координируют свою деятельность, разделяясь по типу и сегментам перевозок. Например, аэропорт *Hahn* предназначается для авиакомпаний-дискаунтеров, в то время как аэропорт *Fraport* стремится привлечь авиакомпании полного сервиса.

Единственный владелец группы аэропортов может координировать инвестиции эффективнее, чем отдельные аэропорты самостоятельно. Единоличный собственник позволит избежать дублирования мощностей и последующего недоиспользования новых. Инвестиции в объекты аэропорта — медленный процесс, и маловероятно, что отдельные аэропорты будут инвестировать в капитал, потому что они не имеют информации о размерах инвестиций, запланированных в конкурирующий аэропорт.

Поскольку строительство новых объектов инфраструктуры аэропортов обычно требует формального одобрения контактных аудиторий на страновом или региональном уровнях, непонятно, будут ли инвестиционные решения, принятые независимыми собственниками, скоординированы, или разовьется ненужное дублирование.

Владение пакетами акций позволяет мульти-аэропортам использовать стратегию сотрудничества в рамках вертикальной структуры рынка. Однако перекрестное владение акциями устраняет недостатки рынка, предлагая более высокую доходность, только при условии наличия сильных вертикальных связей в рамках группы. Формирование такой связи предполагает разработку единой стратегии распределения слотов в рамках единой сети. При этом в мировой практике не существует ни одной мульти-

аэропортовой компании, которая разработала и реализовала такую стратегию. Таким образом, сотрудничество аэропортов в рамках формирования вертикальных структур не является доминирующим основанием для консолидации.

Российская практика формирования консолидированных групп аэропортов

Начиная с 1990-х годов, авиатранспортная отрасль переживает процесс трансформации. Это процесс можно поделить на три основных этапа. Первый этап — в результате приватизации произошло разделение объединенных авиаотрядов на авиакомпании и аэропорты; второй этап — в 2005 году начался процесс разгосударствления собственности аэропортов; в 2008 году начался третий этап — процесс формирования аэропортовых холдингов-сетей.

Существенный рост объемов перевозок в последние годы повышает привлекательность авиатранспортной отрасли в глазах российских и иностранных инвесторов.

Сегодня на рынке услуг аэропортов в России существует три крупных холдинга.

Аэропортовый холдинг «Новаяпорт» управляет шестью российскими аэропортами: новосибирским Толмачево (88% акций), барнаульским Алтай (48% акций), аэропортами Томска (75% акций), Читы (100%), Челябинска (88,6%), Астрахани (43%) и Волгограда (51%), также следует отметить участие «Новойпорта» в развитии аэропорта Сухум. Держателем акций аэропортов «Новойпорта» является *Aeol Corporation* Романа Троценко и казахская *Meridian Capital*. Стратегией холдинга является создание сети региональных аэропортов РФ и развитие каждого отдельного аэропорта в соответствии с преимуществами его географического расположения, потребностями региона, а также современ-

ными стандартами качества обслуживания пассажиров и авиакомпаний⁷.

Аэропортовый холдинг «Базэл Аэро» (Аэропорты Юга) основан в мае 2007 года и объединяет аэропорты в городах Краснодар, Сочи, Анапа, Геленджик, Ейск. Входит в группу Базовый Элемент. «Базэл Аэро» является самой крупной и быстрорастущей группой региональных аэропортов России. Суммарный пассажиропоток в 2010 году составил 4,7 млн пассажиров, что на 36,2% больше аналогичного показателя в 2009 году. В первом полугодии 2011 года аэропорты группы уже обслужили 2,04 млн пассажиров. По итогам 2011 года пассажиропоток ожидается на уровне 5,3 млн человек (по данным сайта). Общая цель формирования консолидированной группы аэропортов предполагает создание единой системы закупок, в частности, авиатоплива, единого предложения площадок для работы крупным розничным ритейлерам.

Основные цели группы: повышение эффективности коммерческой и операционной деятельности за счет роста производительности труда, реконструкции и обновления инфраструктуры, развития неавиационных видов деятельности; создание централизованного аэропортового узла (Хаба) на Юге России с центром в городе Краснодаре; расширение бизнеса группы за рамки Юга России, распространение передовой модели управления аэропортами в других регионах⁸.

Третьим крупным аэропортовым холдингом является ОАО «Кольцово-Инвест», входящий в группу «Ренова», он контролирует аэропорт «Кольцово» в Екатеринбурге (50,19% акций), нижегородский МАНН (73,6%) и самарский «Курумоч» (71%).

Стратегическая цель формирования аэропортового холдинга компанией Ренова

в официальных источниках еще не обозначена, но скорее всего она будет аналогична Новапорту.

На Дальнем Востоке формируется еще один аэропортовый холдинг, который объединит аэропорт Хабаровска (90% акций), часть бизнеса аэропорта Владивостока (19% акций) и Южно-Сахалинска.

Консолидация аэропортовой отрасли в России привлекает и крупные иностранные управляющие и инвестиционные компании.

Договор о стратегическом партнерстве подписали аэропорт Хабаровска и корейская государственная компания *Incheon International Airport Corporation* (владеет аэропортом Сеула). В его рамках Incheon стала владельцем 10% акций «Хабаровского аэропорта».

В конкурсе на управление аэропортом Самары принимали участие австрийский оператор аэропортов *Macquarie*, владелец и оператор франкфуртского аэропорта *Fraport AG* и греческая инвестиционно-финансовая группа *Copelouzos*.

Формирование аэропортовых холдингов в России происходит путем покупки части государственного пакета акций, выставленного на продажу с условием проведения модернизации аэропортовой инфраструктуры. Все аэропортовые компании характеризуются централизованной системой управления, т.е. их можно отнести к мульти-аэропортам.

На сегодняшний день аэропорты не объединены между собой единой стратегией развития в рамках консолидированных структур, хотя такие перспективы есть у «Базэл Аэро» и «Новапорта». Следующим этапом в развитии аэропортовых холдингов станет поиск управленческих технологий и ноу-хау, их использование в области неавиационных услуг, наземного обслуживания. И, скорее всего, в поиске управленческих инноваций российские мульти-аэропорты будут обращаться к опыту международных альянсов.

Если говорить о развитии уровня конкуренции, то следует отметить возросший

⁷ Официальный сайт компании «Новапорт». URL: <http://novaport.ru/ru/aboutus/functions.php>.

⁸ Официальный сайт компании «Базэл Аэро». URL: http://www.basel.aero/about/basel_aero/history/.

уровень концентрации отрасли и рост конкуренции между аэропортами, входящими в ту или иную мульти-аэропортовую компанию.

Особенно это проявляется на региональных рынках услуг аэропортов, находящихся в пересекающихся зонах притяжения. Например, аэропорт «Кольцово» и аэропорт Челябинска, которые принадлежат разным аэропортовым холдингам.

Заключение

Проведенное исследование показало, что консолидация в отрасли может происходить как по горизонтали, так и по вертикали. Горизонтальная консолидация аэропортов имеет отрицательные эффекты для развития конкуренции и неопределенные социально-экономические последствия. Вертикальная консолидация устраняет несовершенства рынка и имеет потенциал, для того чтобы быть полезной для общества. Проведенный анализ показывает, что аэропорты часто сотрудничают для передачи ноу-хау, но это вряд ли станет основным условием длительных отношений и имеет ограниченный потенциал. Формирование консолидированных компаний аэропортов имеет положительные эффекты при необходимости привлечения крупных инвести-

ций в модернизацию и строительство новых объектов инфраструктуры, что активно реализуется при совершенствовании аэропортового комплекса России.

Список литературы

1. *Doganis, R.* The Airline Business in the 21st Century. Routledge, London, 2001.
2. *Ярошевич Н. Ю.* Конкуренция на рынке аэропортовых услуг: особенности развития и формы существования // Современная конкуренция, 2011, № 2 (26), с. 47.
3. *Brueckner, J. K., Pels, E.*, 2005. European airline mergers, alliance consolidation, and consumer welfare. *Journal of Air Transport Management* 11, p. 27–41, M. Z. F., 2000.
4. *Gateway A.* Publication of the Metropolitan Washington Airports Authority, vol. 3. Spring. 2000. URL: <http://www.metwashairports.com>.
5. *Morgan Stanley.* ADP (Aeroports de Paris). Quick Comment: Strategic Alliance with Schiphol. Equity Research, London, 2008.
6. *Forsyth, P., Gillen, D., Muller, J., Niemeier, H. M.* Competition in European Airports. Ashgate, Aldershot, 2010.
7. Официальный сайт компании «Новопорт». URL: <http://novaport.ru/ru/aboutus/functions.php>.
8. Официальный сайт компании «Базэл Аэро». URL: http://www.basel.aero/about/basel_aero/history/.

N. Yaroshevich, PhD in Economics, Assistant Professor of Business Economics, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, iarnat@mail.ru

THE CONSOLIDATION OF THE AIRPORT INDUSTRY: FOREIGN EXPERIENCE AND RUSSIAN PRACTICE

From the middle of the 90th in the global airport industry is experiencing the development process of consolidation, as a result of mergers and acquisitions formed the major airport of the company. This article is devoted to the study of trends and forms of its manifestations abroad and in Russia.

Key words: the airport sector, industry consolidation, a form of consolidation of airports.

Ботнарюк М. В., канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Морской государственной академии имени адмирала Ф. Ф. Ушакова, г. Новороссийск, Mia-marry@mail.ru



МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ МОРСКОГО ТРАНСПОРТНОГО УЗЛА КАК ИНСТИТУТА СЕТЕВЫХ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ

В статье исследованы предпосылки, условия и особенности формирования партнерских отношений компаний морского транспортного узла с учетом специфики их деятельности. В результате автор приходит к заключению, что современные условия развития экономики требуют изменения подхода к формированию деловых отношений, акцентируя внимание на маркетинге взаимодействия. Поскольку долгосрочные партнерские связи предоставляют компаниям дополнительные возможности получения конкурентных преимуществ за счет возникновения эффекта от маркетингового межфирменного взаимодействия, предлагается сформировать МТУ как институт сетевых партнерских отношений, для чего необходимо разработать методологические принципы его создания.

Ключевые слова: морской транспортный узел, конкурентоспособность, межфирменное взаимодействие, сетевые партнерские отношения.

Введение

В современных условиях развития экономики, характерной чертой которой являются интеграционные и глобализационные процессы, при разработке конкурентных стратегий происходит смещение акцентов в сторону доминирования маркетинговых концепций. При этом изменяются парадигмы и в самом маркетинге. Если раньше маркетинговая ориентация компании рассматривалась как элемент роста прибыли¹, то сегодня все больше считают, что конкурентоспособность фирмы дос-

тигается не только благодаря ее личным достижениям в области стратегического управления и навыкам, но и умению плодотворно сотрудничать как с покупателями, так и с деловыми партнерами (поставщиками, контрагентами и др.), т. е. способность компании работать в предпринимательской сети. В этой связи вопрос разработки методологических принципов формирования института сетевых партнерских отношений на основе маркетинга взаимодействия (или маркетинга партнерских отношений, как его трактует часть ученых) является, безусловно, актуальным.

¹ Цит. по: Третьяк О. А. Эволюция маркетинга: этапы, приоритеты, концептуальная база, доминирующая

логика // Российский журнал менеджмента. 2006. № 2. Т. 4. С. 135.

Предпосылки и условия формирования института сетевых партнерских отношений на основе маркетинга взаимодействия

Существует огромное количество трактовок маркетинга взаимодействия. Некоторые ученые определяют его как процесс, в котором обе стороны — покупатель и продавец — организуют эффективные, комфортные, взаимовыгодные взаимоотношения для обеих сторон². Я. Х. Гордон считает, что маркетинг партнерских отношений — это «непрерывный процесс определения и создания новых ценностей совместно с индивидуальными покупателями, совместного получения и распределения выгоды от этой деятельности между участниками взаимодействия»³. К. Грёнроос подчеркивает, что маркетинг призван устанавливать, поддерживать и развивать взаимоотношения с потребителями и другими партнерами с целью достижения общих целей и извлечения прибыли⁴.

Соглашаясь с мнением вышеуказанных авторов, приходим к заключению, что маркетинг взаимодействия (в данной статье остановимся именно на этом определении) акцентирует внимание на взаимодействии и долговременных отношениях, что представляет хозяйствующим субъектам новые конкурентные преимущества. Однако при этом он обуславливает необходимость умения работать в сети.

Западные экономисты подчеркивают, что межфирменную сеть следует рассматривать как один из наиболее эффективных инстру-

ментов формирования конкурентных преимуществ компании. Тем не менее, как показали проведенные исследования⁵, в настоящее время менее 8% российских компаний воспринимают свое внешнее окружение как сеть.

Рассматривая феномен межфирменных сетей в России, и между участниками морского транспортного узла (МТУ), в частности, необходимо выделить несколько особенностей их развития⁶.

Первая особенность заключается в том, что во времена плановой экономики многие предприятия были связаны так называемыми плановыми отраслевыми сетями, инициатором которых выступало государство, отвергшее рыночные принципы их формирования.

Вторая особенность состоит в том, что российские межфирменные сети разделены на две группы: сети выживания и предпринимательские сети. В первую группу входят компании, которые были объединены плановой экономикой, при этом их маркетинговые отношения не имеют ничего общего с маркетингом взаимодействия. Ко второй группе принадлежат компании, успешно реализующие новые концепции и инструменты, активно внедряющие инновации, в том числе маркетинговые.

Третьей особенностью является направление, предусматривающее развитие межфирменных отношений с партнерами и клиентами.

В данном случае речь идет о том, что специфика обработки судозахода в морском транспортном узле заключается в необходимости одновременного сотрудничества нескольких компаний (партнеров), предоставляющих услуги по разным направлениям (стивидорное, агентское, экспедиторское и т. д.). В этой связи самостоятельно

² Цит. по: Куш С. П. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках: монография. Санкт-Петербургский государственный университет, факультет менеджмента. СПб.: 2006. С. 43.

³ Гордон Я. Х. Маркетинг партнерских отношений / Пер. с англ. Под ред. О. А. Третьяк. СПб.: Питер, 2001. С. 35.

⁴ Gronroos C. Service Management and Marketing. Managing the Moments of Truth in service Competition. Lexington, M. A.: Lexington, 1990. P. 138.

⁵ Куш С. П., Афанасьев А. А. Маркетинговые аспекты развития межфирменных сетей: российский опыт // Российский журнал менеджмента. 2004. № 1. С. 50.

⁶ Там же. С. 38–40.

хозяйствующие, но связанные производственными взаимоотношениями компании находятся в постоянных контактах. Для примера поясним следующее. Стивидорная компания оказывает услуги по погрузке груза на судно. Экспедиторская компания, экспедирующая данный груз (как представитель интересов грузоотправителя), вступает во взаимоотношения со стивидорной компанией, предоставляя ей инструкции по погрузке груза, оформлению документов и т.д. Агентствующая компания, представляя интересы судна, также взаимодействует со стивидорной компанией, заключая договоры на швартовку/отшвартовку судна, предоставление услуг по снятию мусора и т.д. Учитывая, что компании работают на территории отдельно взятого МТУ, они постоянно вступают в деловые отношения, что и определяет необходимость именно длительного сотрудничества.

При построении отношений с клиентами многие компании МТУ оказываются в ситуации, когда в течение длительного периода приходится сотрудничать с одними и теми же покупателями услуг. В данном случае речь идет о регулярных рейсах, что предусматривает обслуживание судов одной и той же судоходной компании, или об обслуживании значительных по объему грузопотоков, которые экспедируются, как правило, одними и теми же экспедиторами в течение многих лет. В связи с этим между «покупателями» и «продавцами» услуг формируются длительные отношения, ориентированные на перспективу, что и предполагает их дальнейшее плодотворное сотрудничество.

Четвертая особенность заключается в том, что в силу специфики производственного процесса некоторые деловые партнеры могут обладать специфическими ресурсами, это обуславливает некоторую степень оппортунизма в их поведении.

Пятая особенность носит отраслевой характер и обусловлена спецификой производственного процесса (в нашем случае

оказание услуг судовладельцам и грузовладельцам). Она состоит в том, что в некоторых отраслях результат, получаемый при обслуживании покупателя, зависит от слаженной работы нескольких независимых друг от друга фирм, находящихся, тем не менее, в постоянном взаимодействии, причем как в формальном (состоят в договорных отношениях), так и в неформальном (отсутствие заключенного контракта). При этом выбор делового партнера не всегда зависит от желания компании, а обусловлен необходимостью выполнения пожеланий клиентов или ранее заключенных контрактов.

Влияние отраслевого фактора на формирование межфирменных сетей также выражено в количестве их участников. Например, развитие индивидуальных двусторонних (дуальных) взаимоотношений наиболее характерно для фармацевтических и инженеринговых компаний, в то время как в деятельности машиностроительных, телекоммуникационных и сервисных компаний (т.е. оказывающих услуги) доминирующим является сетевой аспект⁷.

Шестая особенность состоит в достаточно низком на данный момент уровне доверия, который определяет долгосрочность и эффективность сотрудничества.

При этом следует отметить, что низкий уровень доверия характерен для многих как промышленных (что отмечают в своих исследованиях С. П. Куц и А. А. Афанасьев⁸), так и морских компаний.

Однако, как показали исследования, проведенные автором при изучении коммерческой работы (работы с клиентами) стивидорной и других компаний МТУ, в последнее время многие объекты исследования (особенно это касается небольших компаний) ориентированы на снижение форма-

⁷ Куц С. П., Афанасьев А. А. Маркетинговые аспекты развития межфирменных сетей: российский опыт. С. 42.

⁸ Там же.

лизации деловых отношений между партнерами, которые сотрудничают в течение достаточно длительного периода (как правило, более пяти лет). Это обусловлено желанием ускорить процесс обслуживания клиента (покупателя) и проявляется в стандартизации условий договоров и решении производственных вопросов, в первую очередь на вербальном уровне, т. е. при высокой степени неформальности партнерских отношений (без корректировки существующего договора или при условии корректировки, но без остановки производственного процесса).

Вышеуказанные особенности развития межфирменных сетей создают серьезные барьеры при организации эффективной

деятельности МТУ, что отрицательно влияет на его конкурентоспособность.

Особо отметим, что, по результатам нашего исследования, между концепциями построения деловых отношений (используется компаниями МТУ в настоящий момент) и межфирменного партнерского взаимодействия есть существенные различия (табл. 1).

Представленные в табл. 1 основные отличия наглядно показывают, что формирование долгосрочных партнерских связей, сформированных под влиянием формальных и неформальных отношений, предоставляет компаниям дополнительные возможности получения конкурентных преимуществ за счет возникновения эффекта от марке-

Таблица 1

Отличия концепций деловых отношений и межфирменного партнерского взаимодействия⁹

Отличительные признаки	Деловые отношения	Межфирменное партнерское взаимодействие
Уровень сложности взаимоотношений	Простые отдельные или повторяющиеся транзакции, ограниченные сроком договора	Долгосрочные отношения, направленные на построение партнерского взаимодействия в рамках длительных как формальных, так и неформальных отношений
Уровень взаимозависимости отношений	Низкая взаимозависимость, частая смена партнеров	Высокая взаимозависимость, акцент на формирование общих ресурсов
Ценность взаимоотношений	Практически полное отсутствие понимания выгоды от долгосрочного сотрудничества	Является институциональным ресурсом, на основе которого формируются новые конкурентные преимущества
Факторы, влияющие на результативность деятельности	Грамотное управление ресурсным потенциалом	Акцент на межфирменное сотрудничество при управлении ресурсным потенциалом отдельных компаний
Степень формализации отношений	Высокая, все транзакции осуществляются только в рамках формального контракта	Считается, что результативность деятельности каждого партнера обусловлена, прежде всего, построением неформальных отношений с высоким уровнем доверия
Условия получения конкурентных преимуществ	Наличие и использование собственного ресурсного потенциала, внутрифирменный синергизм	Наличие и использование собственного ресурсного и маркетингового межфирменного потенциала, что обуславливает появление не только внутрифирменного, но и межфирменного эффекта

⁹ Куц С. П. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках: монография. С. 48–51.

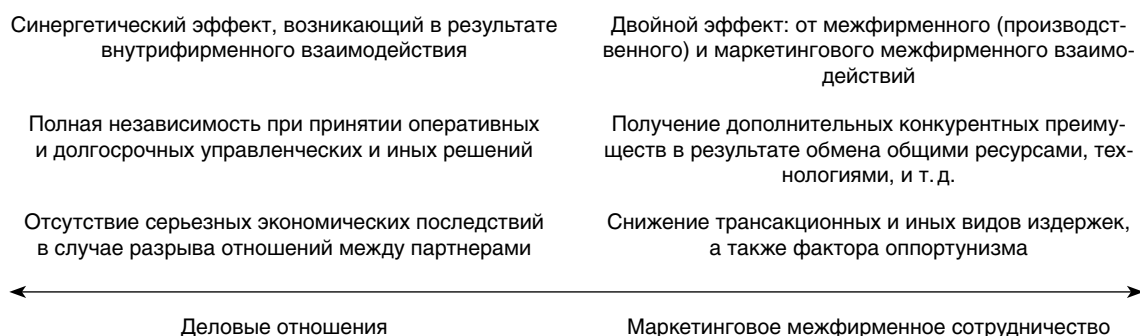


Рис. 1. Выгоды от деловых отношений и маркетингового межфирменного взаимодействия

тингового межфирменного взаимодействия, который является недостижимым при сотрудничестве в рамках простых деловых отношений.

При этом выгоды, получаемые при деловых отношениях и межфирменном сотрудничестве, существенно различаются (рис. 1).

Отметим, что в рамках авторской концепции деловые отношения — это отношения между компаниями (деловыми партнерами), взаимодействующими в течение определенного (как правило, краткосрочного) периода на основе заключенного договора с высокой степенью формализации отношений и низким уровнем доверия.

Под маркетинговым межфирменным сотрудничеством понимаются отношения между деловыми партнерами, взаимодействующими в течение длительного периода на основе заключенного договора (или при условии его отсутствия) с низкой степенью формализации отношений и высоким уровнем доверия, что обусловлено пониманием всеми партнерами ценности взаимоотношений.

Под межфирменным взаимодействием понимается сотрудничество в рамках производственного процесса (т. е. просто деловые отношения). Таким образом, возникает двойной синергетический эффект: от взаимоотношений в контексте производства и от глубокого понимания важно-

сти сотрудничества, что обуславливает высокую степень доверия между партнерами и усиливает неформальную сторону деловых отношений. В этом случае существенно экономится время на согласование решений и формальное оформление контракта: вопрос решается на вербальном уровне, и только потом происходит корректировка его условий.

Синергетический эффект, возникающий в результате внутрифирменного взаимодействия, представляет собой результат скоординированной работы всех сотрудников, направленной на завоевание и удержание покупателей услуг, но только в рамках одной компании. В данном случае компания работает как самостоятельное предприятие и не анализирует последствия своих действий по отношению к другим компаниям — продавцам услуг (работает только на себя) при условии обслуживания единого покупателя. Таким образом, компания обладает полной независимостью при принятии оперативных и долгосрочных управленческих и иных решений, а также не страдает от отсутствия серьезных экономических последствий в случае разрыва отношений между партнерами, поскольку все условия делового сотрудничества определены контрактом.

Вместе с тем, при обслуживании единого покупателя данная тактика отражается на его впечатлении о совершенной сдел-

ке негативно. Например, если стивидорная компания своевременно не сообщила агентствующей фирме время окончания погрузочных работ (а договором, как правило, это не предусмотрено), последняя не может качественно (без задержек) организовать комиссию «на отход», что обусловит задержку судна у причала (а для судовладельца это деньги).

При построении отношений на основе маркетинга взаимодействия появляется возможность обмена информационными ресурсами (без детального перечня пунктов в контракте, так как все ситуации предусмотреть невозможно), что обусловит получение компаниями, обслуживающими единого покупателя, дополнительных конкурентных преимуществ вследствие завоевания его лояльности (под которой автор понимает желание покупателя приобретать услугу у одного и того же продавца в течение длительного периода) в результате согласованной работы всех продавцов.

Кроме того, в результате тесного сотрудничества на основе маркетинга взаимодействия произойдет снижение трансакционных (информационных) и иных видов издержек (производственных), а также фактора оппортунизма вследствие понимания всеми партнерами ценности взаимоотношений.

Особо следует отметить, что внедрение данной концепции не подразумевает создание объединения, в котором партнеры теряют свою независимость. Каждая компания остается самостоятельной, но в результате понимания, что вследствие оппортунистического поведения пострадают ее деловые партнеры (а в некоторых случаях и сама компания), фактор оппортунизма минимизируется.

В этой связи для повышения конкурентоспособности МТУ следует формировать его как институт партнерских отношений, целью создания которого является эффективное управление межфирменным взаимодействием.

Особенности и методологические принципы формирования сетевых партнерских отношений участников МТУ

Как показывают проведенные автором исследования, сети могут создаваться не только участниками производства и потребления продукции, но и конкурирующими компаниями¹⁰, что обусловлено спецификой производственного процесса, например, необходимостью получения доступа к ресурсам, обладание которыми существенно повышает эффективность деятельности компании, усиливая ее конкурентоспособность. При этом речь идет о создании деловой сети на основе сотрудничества, которая не усугубляет единые правила ведения бизнеса или тарифы, выступая в качестве монополиста. В данном случае конкуренция между компаниями сохраняется (что является одним из факторов повышения качества оказываемых услуг), а эффективность производства повышается в результате скоординированных действий компаний, обслуживающих одного покупателя.

В состав МТУ входят как конкурирующие (в рамках одного профессионального направления, например, оказание агентских услуг), так и не конкурирующие, но взаимодействующие между собой компании. При этом для выполнения своего производственного процесса каждая из компаний, входящих в МТУ, пользуется, как правило, одной и той же информацией: о дате и времени подхода судна, постановки его к причалу, окончании погрузочно-разгрузочных работ и т. д.

В обработке каждого судна участвуют компании из разных профессиональных направлений (агенты, стивидоры, экспедиторы и т. д.), образуя временную (на момент обслуживания судна) деловую сеть, которая распадается по окончании выпол-

¹⁰ Куц С. П. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках: монография. С. 155.

нения услуг. Одновременно на территории МТУ может работать более 20 таких сетей (в зависимости от количества обрабатываемых судов). Состав каждой новой сети, как правило, отличается от предыдущего, что обусловлено особенностями ведения портового бизнеса. При этом следует отметить, что изменяется состав именно коммерческих компаний (агентирующие, экспедиторские, стивидорные и т.д.), в то время как государственные структуры (таможня, портнадзор и т.д.) являются постоянными участниками любой деловой сети, что обусловлено спецификой деятельности узла. Таким образом, участники обработки судозахода могут быть каждый раз новые, но выбранные исключительно из одних и тех же профессиональных блоков: агент, стивидор, экспедитор, иные компании, предоставляющие свои услуги на территории МТУ.

Представим деятельность МТУ в виде схемы (рис. 2).

На основании вышеизложенного приходим к выводу о том, что МТУ представляет собой совокупность отдельных сетей, появление которых детерминировано партнерскими отношениями взаимодействующих компаний.

Учитывая, что участники каждой сети могут быть одновременно участниками разных сетей (например, агент может обслуживать судно, которое грузится в различных стивидорных компаниях, поэтому он участник сразу двух и более деловых сетей), что на рис. 2 показано штриховыми дугами, делаем следующий вывод.

Как конкурирующие, так и не конкурирующие между собой, но взаимодействующие при оказании услуг судовладельцам и грузовладельцам компании образуют общую деловую сеть (в настоящий момент неформальную, обусловленную спецификой работы), результатом деятельности которой является качественное обслуживание поку-

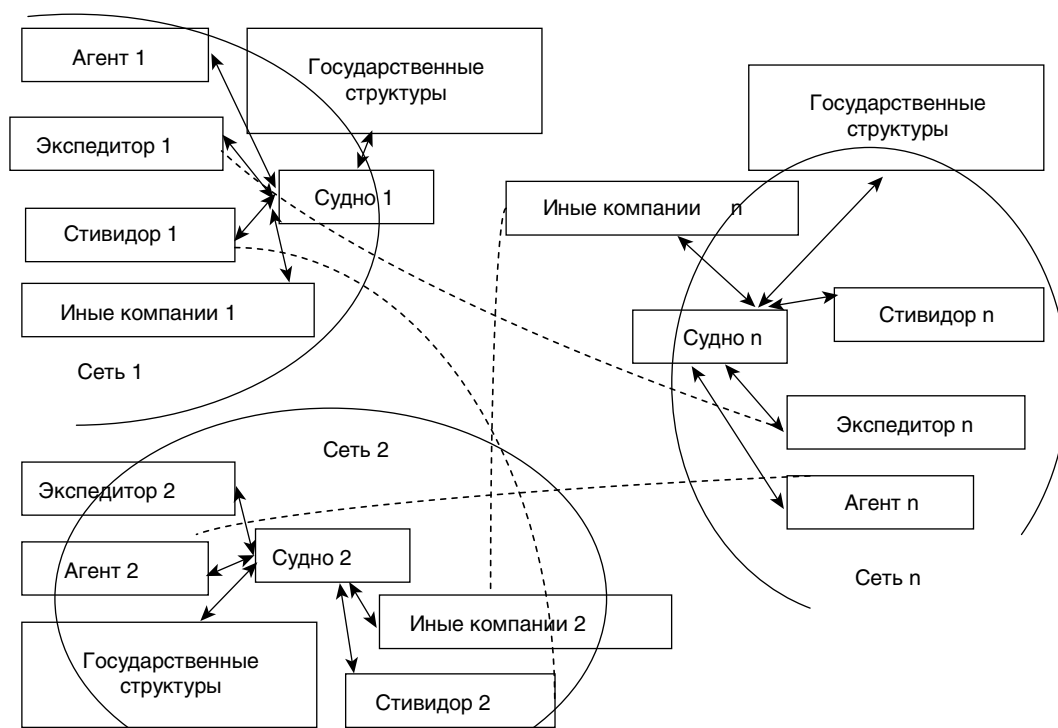


Рис. 2. Деятельность МТУ в контексте отдельных деловых сетей по обработке судозахода

пателей, что в итоге обуславливает приобретение новых конкурентных преимуществ вследствие завоевания их лояльности.

Обобщая вышеизложенное, автор предлагает определять МТУ как институт партнерских отношений, базирующийся на маркетинге взаимодействия, что обеспечит достижение Парето-улучшения не только вследствие использования его аллокативной и адаптивной эффективности (умение института распределять ресурсы оптимальным образом в конкретный момент времени), но и получения дополнительного эффекта от маркетингового межфирменного взаимодействия. При этом следует отметить, что речь идет о сетевых партнерских отношениях, это обусловлено особенностями ведения бизнеса морскими компаниями.

Основные отличия сетевых партнерских отношений от обычных контрактных состоят в том, что, во-первых, они требуют от партнеров перехода на более доверительный уровень (снижение оппортунизма), во-вторых, механизм их реализации предусматривает принцип обратного удара (при невыполнении контрактных обязательств одним из партнеров теряют выгоду все участники, и «виновник» в том числе), в-третьих, они делают обязательным изменение стереотипов мышления акторов, что обусловлено прямо пропорциональной зависимостью между их действиями и получаемыми результатами, а в-четвертых, — акцентируют внимание на приоритетности устоявшихся связей.

Также в качестве отличия партнерских отношений от сетевых партнерских отношений следует отметить, что первые объясняют необходимость формирования межфирменного сотрудничества с позиции получения выгоды от грамотного использования ресурсов, в то время как последние акцентируют внимание на ценности взаимоотношений, что и является залогом получения компанией дополнительных конкурентных преимуществ.

В качестве методологических принципов формирования института сетевых партнер-

ских отношений предлагаются следующие инструменты:

- достижение Парето-улучшения (такое перераспределение ресурсов, при котором благосостояние части экономических агентов повышается без понижения благосостояния другой части или когда повышается благосостояние всех экономических агентов, в том числе за счет достижения устойчивого конкурентного преимущества¹¹);

- методологический индивидуализм (рассмотрение экономических агентов как рациональных, автономных и равноправных, являющихся базисом для определения направленности и совокупности свойств системы из свойств ее элементов (индивидов), т. е. индивиды первичны, а институты вторичны¹²). Соблюдение данного принципа обуславливает гетерогенность отдельных элементов института, что повышает успешность стратегий достижения их устойчивого конкурентного преимущества;

- эффективные правила, создаваемые институтом (согласно трактовке Д. Норта это правила, которые прекращают неудачные и поддерживают удачные усилия, что также повышает успешность стратегий достижения их устойчивого конкурентного преимущества¹³);

- принцип детерминизма отношений, который присутствует в межфирменном взаимодействии и предполагает дальнейшее развитие отношений в рамках деловой сети;

- принцип маркетингового взаимодействия, предполагающий использование эффекта взаимосвязи сетевых партнерских отношений в маркетинговом аспекте и ориентированный на ценность взаимоотношений.

¹¹ Литвинцева Г. Словарь терминов по институциональной экономике // URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/96/page/8>.

¹² Олейник А. Н. Институциональная экономика: учеб. пособие. М.: Инфра-М, 2004. С. 27.

¹³ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. С. 107.

Организационный аспект формирования института сетевых партнерских отношений на основе маркетинга взаимодействия

При формировании института сетевых партнерских отношений ($I_{nst,rel}$) на основе альянса в организационном аспекте его предлагается представить как совокупность компаний, организаций и структур (C), осуществляющих свою деятельность в соответствии с нормами и правилами (N): $I_{nst,rel} = \{C, N\}$.

Поскольку в состав МТУ входит значительное количество отдельных элементов (C), а нормы и правила классифицируются на внутренние и внешние, институт партнерских отношений представим в следующем виде:

$$I_{nst,rel} = \langle (C^1, N_{vn} N_{vnutr}), (C^2, N_{vn} N_{vnutr}), (C^3, N_{vn} N_{vnutr}) \dots (C^m, N_{vn} N_{vnutr}) \rangle, \quad (1)$$

где $C^1 \dots C^m$ — компании, организации и структуры, входящие в состав МТУ; $N_{vn} N_{vnutr}$ — внешние и внутренние нормы и правила, в соответствии с которыми функционируют составляющие МТУ.

При этом следует отметить, что под внутренними нормами понимаются общие правила и нормы, устанавливаемые для всех участников узла (нормы межфирменного взаимодействия), а под внешними — нормы и правила, устанавливаемые государством. Учитывая, что каждая компания работает в соответствии со своими внутренними нормами ($N_{vnutr comp}$), которые устанавливаются самостоятельно, но подчиняются общим правилам и нормам ведения бизнеса (N_{vnutr}), т.е. $N_{vnutr comp} = N_{vnutr}$, в рамках данной статьи влияние внутренних норм и правил отдельно взятой компании не рассматривается. Учитывая, что внешние и внутренние нормы и правила являются обязательными и в значительной степени одинаково влияющими на все элементы узла (что обусловлено спе-

цификой его деятельности), в формуле (1) они обозначены без индексов.

На территории МТУ работает несколько секторов (элементы узла как экономической системы) по профессиональным направлениям (стивидоры, экспедиторы и т.д.), которые также в свою очередь представлены множеством компаний и организаций и подчинены определенным нормам и правилам поведения: внутренним, отражающим специфику деятельности каждого элемента и внешним — правилам отрасли и государства. При этом внешние и внутренние нормы следует структурировать на формальные и неформальные. В рамках статьи под формальными внешними правилами и нормами ($RSH_{vn f}$) понимаются такие, которые устанавливаются законами, подзаконными актами, постановлениями Правительства и другими официальными документами и являются первичными. Неформальные внешние правила и нормы ($RSH_{vn n/f}$) появляются в результате разъяснений формальных норм (первичных документов) государственными структурами в случае необходимости (например, если требуется более четкая трактовка или разъяснение какого-либо пункта закона, но без его официальной корректировки).

Внутренние формальные нормы и правила ($RSH_{vnutr f}$) определяются условиями договора, заключаемого между контрагентами, в то время как неформальные ($RSH_{vnutr n/f}$) устанавливаются вербально для каждой отдельной транзакции при необходимости. Учитывая, что институт сетевых партнерских отношений предназначен для управления взаимоотношениями отдельных компаний, организаций и структур МТУ, которые являются составляющими компонентами элементов узла (по профессиональным направлениям), а также тот факт, что партнерские отношения формируются под воздействием норм и правил, представим его как систему партнерских отношений отдельных профессиональных направлений (SIS_{prof}) в следующем виде (2):

$$\begin{cases} SIS'_{prof} = < (RSH'_{vn f}, RSH'_{vnutr f}), (RSH'_{bvn n/f}, RSH'_{vnutr n/f}) > \in SIS_{prof} \\ SIS''_{prof} = < (RSH''_{vn f}, RSH''_{vnutr f}), (RSH''_{bvn n/f}, RSH''_{vnutr n/f}) > \in SIS_{prof} \\ SIS^l_{prof} = < (RSH^l_{bvn f}, RSH^l_{vnutr f}), (RSH^l_{bvn n/f}, RSH^l_{vnutr n/f}) > \in SIS_{prof} \end{cases} \quad (2)$$

где l — количество секторов по профессиональным направлениям, работающих на территории МТУ.

При формировании института сетевых партнерских отношений ($I_{nst.net.rel}$), на основе сети, в организационном аспекте его предлагается представить как совокупность компаний, организаций и структур (С), осуществляющих свою деятельность в соответствии с нормами и правилами (N), а также при условии влияния на его деятельность маркетингового межфирменного взаимодействия (M): $I_{nst.net.rel} = \{C, N, M\}$.

Следовательно, институт сетевых партнерских отношений на основе сети можно представить как

$$I_{nst.net.rel} = < (C^1, N_{vn} N_{vnutr}, M^1), (C^2, N_{vn} N_{vnutr}, M^2) \dots (C^m, N_{vn} N_{vnutr}, M^m) >, \quad (3)$$

где $M^1 \dots M^m$ — маркетинговое межфирменное взаимодействие каждой отдельной компании с ее партнерами по бизнесу.

систему сетевых партнерских отношений отдельных профессиональных направлений (SIS_{prof}) представим в виде (4), где l — количество секторов по профессиональным направлениям, работающих на территории МТУ.

Поскольку определение МТУ как института, формирующего эффективные правила, обеспечивает повышение его конкурентоспособности, основным критерием которой выступает грузооборот и грузооборот, экономический эффект от его создания предлагается рассчитать по формуле (5), где $\Delta\Pi_{судооборот\ ij}$ — прибыль, получаемая i -й компанией МТУ в результате увеличения числа судоходов;

$\Delta\Pi_{грузооборот\ ig}$ — прибыль, получаемая i -й компанией МТУ в результате увеличения количества грузов по g -му клиенту или появления нового клиента;

n — количество компаний МТУ;

k — количество обслуживаемых судов каждой компанией МТУ;

$$\begin{cases} SIS'_{prof} = < (RSH'_{vn f}, RSH'_{vnutr f}), (RSH'_{vn n/f}, RSH'_{vnutr n/f}), (RSH_M) > \in SIS_{prof} \\ SIS''_{prof} = < (RSH''_{vn f}, RSH''_{vnutr f}), (RSH''_{vn n/f}, RSH''_{vnutr n/f}), (RSH_M) > \in SIS_{prof} \\ SIS^l_{prof} = < (RSH^l_{bvn f}, RSH^l_{vnutr f}), (RSH^l_{vn n/f}, RSH^l_{vnutr n/f}), (RSH_M) > \in SIS_{prof} \end{cases} \quad (4)$$

$$\Theta = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \Delta\Pi_{судооборот\ ij} \cdot K_{ож.поступ.} + \sum_{i=1}^n \sum_{g=1}^m \Delta\Pi_{грузооборот\ ig} \cdot K_{ож.поступ.} + \sum_{i=1}^n \Delta\Pi_{сокращ. ТИи}}{\sum_{i=1}^n 3_i + \sum_{v=1}^f 3_v}, \quad (5)$$

Принимая во внимание вышеизложенное, а также тот факт, что сетевые партнерские отношения формируются под воздействием норм, правил и маркетингового межфирменного взаимодействия (RSH_M),

m — количество покупателей услуг со стороны груза (грузоотправители и грузополучатели);

$K_{ож.поступ.}$ — коэффициент ожидаемых поступлений, учитывающий выполнение кли-

ентами компании МТУ контрактных обязательств (своевременная оплата оказанных услуг: рекомендуемые значения от 0,9 до 1,0 — *прим. автора*):

$$K_{\text{ож.поступ.}} = \frac{\sum_{i=1}^{m,n} D_{\text{ожид.}}}{\sum_{i=1}^{m,n} D_{\text{получен.}}}, \quad (6)$$

где $D_{\text{ожид.}}$ — доходы, ожидаемые к получению за оказанные услуги i -й компанией МТУ;

$D_{\text{получен.}}$ — доходы, своевременно полученные i -й компанией МТУ за оказанные услуги;

$\sum_{i=1}^n \Delta \Pi_{\text{сокращ. Тиi}}$ — величина трансакционных издержек, сократившихся в i -й компании МТУ при условии формирования института; Z_i — затраты каждой i -й компании МТУ на создание и функционирование института; Z_v — суммарные затраты на создание и функционирование института органов государственной власти региона, в котором располагается МТУ;

f — количество органов власти, занятых в решении проблемы создания и функционирования МТУ.

При этом следует отметить, что суммарные затраты на создание и функционирование института всех органов государственной власти региона, в котором располагается МТУ, сводятся, в основном, к «формальным» затратам: оформлению бумаг, подтверждающих легитимность его функционирования, протекционной политике и т. д.

На основании вышеизложенного приходим к заключению, что сегодня для победы в конкурентной борьбе компаниям необходимо уходить от традиционного понимания маркетинга (как инструмента оптимизации работы каналов сбыта), а также от рыночной, и особенно от иерархической (централизованной) координации усилий отдельных хозяйствующих субъектов, акцентируя приоритетность межфирменного взаимодействия, что обусловлено сменой парадигмы ведения бизнеса. При этом особое внима-

ние следует уделять готовности партнеров к межфирменному сотрудничеству и пониманию ими ценности взаимоотношений, что и определяет степень доверия.

С целью выявления готовности компаний морского узла на примере новороссийского морского транспортного узла (НМТУ) к формированию института на основе маркетинга взаимодействия автором был проведен опрос среди менеджеров морских компаний среднего и высшего звеньев узла, участникам которого предлагалось ответить на вопросы, представленные в анкете (табл. 2).

В результате исследований приходим к выводу о том, что сегодня к доверительным партнерским отношениям готовы в основном агентские и экспедиторские компании. На вопрос о трактовке понятия «ценность взаимоотношений» практически все участники анкетирования ответили, что это, на их взгляд, соблюдение контрактных обязательств.

Незначительное число менеджеров из агентских и стивидорных компаний (5%) отметили, что под этим понятием они подразумевают доверие между партнерами. И никто из респондентов не акцентировал внимание на том, что ценность взаимоотношений может являться источником приобретения дополнительных конкурентных преимуществ.

На вопрос о целесообразности формирования партнерских сетей с партнерами по бизнесу утвердительно ответили в основном представители агентского и экспедиторского бизнеса (80%), в то время как «стивидоры» считают, что данный аспект в их работе не главный (83% опрошенных).

Следовательно, некоторые морские компании, составляющие МТУ при построении партнерских отношений, к стремительным переменам пока не готовы. Вместе с тем, представители среднего бизнеса (агентствующие, экспедиторские компании) придерживаются иного мнения: являясь представителями покупателей услуг, они признают важность сотрудничества и необходимость

Таблица 2

Результаты опроса менеджеров морских компаний на предмет их готовности к партнерским отношениям

Вопросы и варианты ответов	Стивидорные компании, %	Агентские компании, %	Экспедиторские компании, %
1. Считаете ли вы деятельность своей компании при обслуживании судоходства доминирующей?			
Да	90	70	80
Нет	0	0	0
Для меня это не главное	10	30	20
2. Для вашей компании имеет значение акцентирование внимания на поддержании репутации «главной» при дуальных отношениях?			
Да, в бизнесе это важно	90	5	70
Иногда, если так сложатся обстоятельства	10	5	25
Я считаю, что на это не стоит обращать внимание, так как важен результат	0	90	5
3. Считаете ли вы переход от дуальных отношений к межфирменному взаимодействию необходимым условием ведения бизнеса сегодня?			
Нет, а зачем?	90	45	70
Только в исключительных случаях	7	20	10
Да, это открывает новые перспективы	3	35	20
4. Считаете ли вы долгосрочное сотрудничество основой ведения бизнеса?			
Да	95	100	100
Нет	0	0	0
Скорее да, чем нет	5	0	0
5. Что для вас означает понятие «ценность взаимоотношений»?			
Выполнение контрактных обязательств	100	95	95
Доверие между партнерами	0	5	5
Источник получения дополнительных конкурентных преимуществ	0	0	0
6. Считаете ли вы целесообразным формировать партнерские сети с партнерами по бизнесу (не с клиентами)?			
Да	7	80	80
Нет	10	3	5
Для меня это не главное	83	17	15

работы на основе долговременных партнерских отношений.

Это означает, что проблема остается неразрешенной, в то время как реальная практика морского бизнеса требует от компаний смещения акцентов существующих стереотипов поведения, что детерминировано ужесточением конкуренции, а также «сетевой» направленностью их деятельности. Речь идет о том, что сегодня морские компании вне зависимости от их желания работают в рамках определенной се-

ти по обслуживанию судовладельцев и грузовладельцев. Следовательно, де-факто сеть уже существует, но пока она трактуется участниками как дуальные контрактные отношения компаний с целью обслуживания покупателей услуг. Обобщая вышеизложенное, отметим, что формальное признание всеми акторами необходимости перехода к сотрудничеству на основе маркетинга взаимодействия — лишь вопрос времени, что актуализирует дальнейшую разработку данной проблемы.

Заключение

Как показали проведенные автором исследования, для компаний, составляющих МТУ и принимающих участие в обслуживании общего покупателя, серьезным барьером в формировании партнерского сотрудничества также является высокая степень их закрытости, обусловленная формальной конфиденциальностью информационных ресурсов, и желание быстрого обогащения за счет расширения ресурсного потенциала. В настоящий момент не все компании узла готовы к доверительным партнерским отношениям. Вместе с тем, сложившиеся сегодня предпосылки диктуют новые условия ведения бизнеса, смещая акценты в первую очередь на деловое сотрудничество в рамках маркетинга взаимодействия. Формирование партнерских отношений на основе данной концепции окажет положительное влияние на повышение конкурентоспособности МТУ вследствие приобретения им дополнительных конкурентных преимуществ за счет завоевания лояльности покупателей услуг, что обуславливается более четкой координацией действий компаний узла, принимающих участие в их обслуживании.

Список литературы

1. Гордон Я. Х. Маркетинг партнерских отношений / Пер. с англ. Под ред. О. А. Третьяк. СПб.: Питер, 2001. — 384 с.
2. Куц С. П., Афанасьев А. А. Маркетинговые аспекты развития межфирменных сетей: российский опыт // Российский журнал менеджмента. 2004. № 1. С. 33–52.
3. Куц С. П. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках: монография. Санкт-Петербургский государственный университет, факультет менеджмента. СПб., 2006. — 272 с.
4. Литвинцева Г. Словарь терминов по институциональной экономике. Электронный ресурс. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/96/page/8>.
5. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. С. 107.
6. Олейник А. Н. Институциональная экономика: учеб. пособие. М.: Инфра-М, 2004. С. 27.
7. Третьяк О. А. Эволюция маркетинга: этапы, приоритеты, концептуальная база, доминирующая логика // Российский журнал менеджмента. 2006. № 2. Т. 4. С. 129–144.
8. Третьяк О. А., Румянцева М. Н. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена // Российский журнал менеджмента. 2003. № 2. С. 25–50.
9. Ботнарюк М. В. К вопросу повышения конкурентоспособности морского транспортного узла в современных условиях // Современная конкуренция. 2011. № 3.

M. Botnaryuk, PhD, Docent of Chair «Economics and management», Admiral Ushakov Maritime State Academy, Novorossiysk, Mia-marry@mail.ru

METHODOLOGY OF FORMING OF SEA TRANSPORT JUNCTION AS AN INSTITUTION OF NET PARTNERSHIPS (IN THE CONTEXT OF RELATIONSHIP MARKETING)

In the article the prerequisites, conditions and peculiarities of forming of sea transport junction's companies partnerships under specific character of their activity are investigated.

As a result of investigations, author comes to the conclusion that the modern conditions of economy development require changing of approach to the creating of business partnerships under the relationship marketing.

Since longtime partner connections give to the companies the additional opportunities of taking the competitive advantages owing to the effect from marketing inter-companies interaction, author offers to create STJ as an institution of net partnership. It is determined the necessity of working out of methodological principals of it's forming.

Key words: sea transport junction, competitiveness, inter-companies interaction, net partnership.

Кацман В. Е., докт. техн. наук, профессор, директор
Учебно-методического центра подготовки профессиональных
оценщиков МФПУ «Синергия», г. Москва, courses@mail.ru



СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ ОЦЕНЩИКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье представлен анализ рынка подготовки оценщиков в Российской Федерации. Рассмотрена структура системы региональной подготовки оценщиков и предложены пути повышения конкурентоспособности программы их подготовки.

Ключевые слова: программа подготовки оценщиков, конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности, системный подход.

Введение

Оценочная деятельность возродилась в Российской Федерации в начале 90-х годов прошлого века в период перехода к рыночной экономике. Масштабная приватизация государственной собственности и не менее масштабная переоценка основных фондов предприятий создали предпосылки для организации подготовки оценщиков.

Первоначально подготовку оценщиков в Российской Федерации осуществляли несколько ведущих экономических вузов:

- Финансовый университет при Правительстве РФ;
- Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;
- РЭУ им. Г. В. Плеханова;
- Государственный университет управления;

- Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов;

- Московский финансово-промышленный университет «Синергия».

Образовательные услуги в области оценочной деятельности осуществлялись в форме краткосрочных семинаров по отдельным узким направлениям оценки:

- стоимости недвижимости;
 - стоимости машин и оборудования;
 - стоимости автотранспортных средств;
 - стоимости интеллектуальной собственности;
 - стоимости предприятий;
 - ликвидационной стоимости
- и ряду других направлений.

В начальный период времени конкуренция на рынке образовательных услуг подготовки оценщиков практически отсутствовала, поскольку в большинстве столичных вузов и почти во всех регионах России не было преподавательских кадров в облас-

ти оценочной деятельности. Практикующие оценщики неохотно участвовали в этом образовательном процессе из-за нежелания готовить себе конкурентов.

В 2000 году Министерством имущественных отношений и Министерством образования России были утверждены государственные требования к программе профессиональной переподготовки оценщиков на базе высшего образования. Эта восьмимесячная программа объемом более 800 учебных часов содержит 25 дисциплин, охватывающих все основные направления оценочной деятельности. Программа включает следующие блоки дисциплин:

- экономико-правовые;
- базовые;
- теорию и практику оценки стоимости недвижимости;
- теорию и практику оценки стоимости машин, оборудования и транспортных средств;
- теорию и практику оценки стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности;
- теорию и практику оценки стоимости предприятий (бизнеса);
- подготовку и защиту в Государственной аттестационной комиссии выпускной квалификационной работы.

Образовательные услуги по этой программе подготовки оценщиков являются доминирующими на рассматриваемом сегменте образовательных услуг.

В то же время пятилетняя программа высшего образования со специализацией «Оценка собственности» в рамках специальности «Финансы и кредит» мало востребована на рынке образовательных услуг в связи с ее большой продолжительностью и высокой стоимостью.

Анализ рынка образовательных услуг в области оценочной деятельности

Количественные данные по рынку образовательных услуг в области оценочной

деятельности представлены в табл. 1П¹, где перечислены все регионы России. Таблица разделена на две части, соответствующие стадиям развития анализируемого сегмента рынка образовательных услуг:

- 1) период с 2000 г. по 2005 г.;
- 2) период с 2006 г. по 2011 г.

В период 2000–2005 гг. проходило формирование рынка услуг по принятой в 2000 году образовательной программе подготовки оценщиков в РФ. Этот период совпадает с периодом государственного лицензирования оценочной деятельности в соответствии с Федеральным законом «Об оценочной деятельности в Российской Федерации»². Для осуществления практической деятельности оценщик, прошедший подготовку по образовательной программе, был обязан оформить лицензию на оценочную деятельность в Минимуществе России. Именно поэтому при построении первой части табл. 1 были использованы данные Минимущества по лицензиатам в области оценочной деятельности, сгруппированные по регионам России.

В этот период подготовкой оценщиков по рассматриваемой программе занимались порядка 150 вузов России, включая вузы ранее указанной первой шестерки.

Как видно из табл. 1П, основные усилия столичные вузы сосредоточили на подготовке специалистов в московском регионе, включающем Москву и Московскую область. Соответственно, доля московского региона на рынке образовательных услуг по подготовке оценщиков составила около 14%, что намного превосходит доли других отдельных регионов. В результате возрос уровень конкуренции столичных вузов, занимающихся подготовкой оценщиков, и сократился набор слушателей-оценщиков в большинстве этих вузов.

¹ См. Приложение.

² Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» № 137-ФЗ от 29.07.2008 г. (с последующими изменениями и дополнениями).

Таблица 1

Анализ рынка подготовки оценщиков по федеральным округам России

№ п/п	Федеральный округ	Подготовка оценщиков за период 2000 – 2005 годы							Подготовка оценщиков МФПУ за 2006 – 2011 годы	
		Общее количество, чел.	Доля федерального рынка, %	Выпуск МФПУ, чел.	Доля МФПУ на региональном рынке, %	Выпуск конкурентов, чел.	Доля конкурентов на региональном рынке, %	Относительная доля рынка	Выпуск МФПУ, чел.	Коэффициент роста за период
1	Центральный	3187	27,52	816	25,60	2371	74,40	0,34	1053	1,29
2	Северо-Западный	1138	9,83	148	13,01	990	86,99	0,15	285	1,93
3	Южный	1300	11,23	77	5,92	1223	94,08	0,06	94	1,22
4	Приволжский	2548	22,00	336	13,19	2212	86,81	0,15	627	1,87
5	Уральский	1286	11,11	225	17,50	1061	82,50	0,21	273	1,21
6	Сибирский	1314	11,35	208	15,83	1106	84,17	0,19	211	1,01
7	Дальневосточный	436	3,76	101	23,17	335	76,83	0,3	205	2,03
8	Северо-Кавказский	371	3,20	54	14,56	317	85,44	0,17	84	1,56
	Итого по РФ	11580	100,00	1965	16,97	9615	83,03	0,20	2832	1,44

При такой ситуации на московском рынке основным конкурентным преимуществом МФПУ «Синергия», в отличие от других московских вузов, была стратегия захвата региональных рынков, которые в совокупности составляют порядка 86%, на основе развития региональной программы подготовки оценщиков. Результаты практического воплощения этой стратегии подтверждаются данными табл. 1П.

На федеральном уровне можно выделить регионы, в которых подготовлено наибольшее количество оценщиков (с долями федерального рынка более 3%): Москва и Московская область (13,83%), Краснодарский край (4,7%), Тюменская область и автономные округа (4,02%), Республика Башкортостан (3,8%), Ростовская область (3,68%), Санкт-Петербург и Ленинградская область (3,54%), Свердловская область (3,25%), Челябинская область (3,18%), Республика Татарстан (3,06%).

Доля рынка, занимаемая МФПУ «Синергия», определена как процентное отношение числа оценщиков, подготовленных МФПУ по региональной программе, к общему числу оценщиков, подготовленных в регионе всеми вузами. При этом, в целом по России за период 2000–2005 гг. доля рынка, занимаемая МФПУ «Синергия» по анализируемой программе, составила около 17%.

Конкурентные преимущества МФПУ «Синергия» в анализируемом периоде достигнуты, прежде всего, за счет инноваций: впервые в России внедрена заочная форма подготовки оценщиков с элементами дистанционного образования и проведением очных сессий, создана широкая сеть региональных представителей, занимающихся организацией набора слушателей.

Можно выделить регионы, в которых региональная программа подготовки оценщиков МФПУ «Синергия» реализовывалась наиболее успешно (с долей регионального рынка более 25%): Рязанская область (93,62%), Владимирская область (90,77%), Республика Бурятия (85,42%), Че-

ченская Республика (77,78%), Магаданская область (75,00%), Удмуртская Республика (73,08%), Пензенская область (69,70%), Омская область (59,09%), Тамбовская область (53,66%), Сахалинская область (53,33%), Тульская область (51,96%), Саратовская область (51,14%), Калужская область (51,04%), Липецкая область (48,86%), Кировская область (42,50%), Тюменская область (40,77%), Камчатская область (34,38%), Новгородская область (29,73%), Мурманская область (27,63%), Псковская область (26,19%), Республика Саха (Якутия) — 25,51%, Республика Марий Эл (25,00%), Республика Северная Осетия — Алания (25,00%).

Следует отметить, что в качестве регионального партнера выбирался не обязательно традиционный вуз-партнер МФПУ «Синергия» по высшему образованию — предпочтения отдавались вузам, имеющим наилучшую базу для подготовки оценщиков и соответствующие производственные и административные связи. Например, если в Республике Удмуртия региональная программа подготовки оценщиков осуществляется на базе Удмуртского филиала МФПУ «Синергия», то в Омской области она успешно реализуется на базе Омского регионального института.

Поскольку на каждом региональном рынке присутствует, как правило, один конкурент — ведущий региональный или столичный вуз, то относительная доля рынка, занимаемая МФПУ «Синергия» по региональной программе подготовки оценщиков, определялась соотношением долей рынка по каждому региону. Наибольшая относительная доля рынка достигнута в Рязанской, Владимирской, Пензенской и Магаданской областях, Удмуртской и Чеченской республиках, Республике Бурятия.

Анализируя данные за период 2000–2005 гг. на уровне федеральных округов (см. табл. 1) можно сделать вывод, что наибольшая относительная доля рынка МФПУ «Синергия» достигнута в Центральном, Уральском, Сибирском и Северо-Кавказ-

ском федеральных округов, а наименьшая доля рынка — в Южном и Дальневосточном федеральных округах.

До 2006 года учет количества подготовленных оценщиков осуществлялся Минимуществом в процессе лицензирования оценочной деятельности. В связи с переходом к саморегулированию оценочной деятельности, начиная с 2006 года такой общий учет не проводится. Каждая саморегулируемая организация оценщиков ведет свой учет членов без указания вузов, которые они окончили. Поэтому в табл. 1 и 1П за период 2006–2011 гг. приведены только собственные данные по региональной программе подготовки оценщиков МФПУ «Синергия».

Коэффициент роста определялся как отношение числа выпускников региональной программы оценщиков МФПУ «Синергия» за соответствующие периоды. Общий коэффициент роста по программе составил 1,44. Наибольшие значения коэффициента роста (более 3) получены в Костромской области (16,00), Республике Калмыкия (11,00), Республике Хакасия (8,00), Алтайском крае (7,00), Чукотском АО (6,00), Челябинской области (5,30), Республике Татарстан (5,06), Пермском крае (4,60), Белгородской области (4,50), Республике Дагестан (4,50), Курганской области (4,00), в Санкт-Петербурге и Ленинградской области (3,60), Кабардино-Балкарской Республике (3,25), Республике Ингушетия (3,00).

Видно, что самый большой рост наблюдается в наиболее отдаленных регионах России. Такой рост стал возможен в основном за счет применения технологии дистанционного обучения в сочетании с очными занятиями и контрольными мероприятиями. Можно утверждать, что существенный рост в Санкт-Петербурге и Ленинградской области основан на повышении имиджа МФПУ «Синергия» по сравнению с ведущими петербургскими вузами на анализируемом сегменте рынка образовательных услуг. Более подробно факторы, обеспечивающие конкурентоспособность программы региональ-

ной подготовки оценщиков, будут рассмотрены далее.

Система региональной подготовки оценщиков

Как показал проведенный анализ, региональная программа подготовки оценщиков МФПУ «Синергия» занимала монопольные позиции на ряде региональных рынков.

Осуществление программы подготовки оценщиков является сложной проблемой, поскольку требует от вуза больших затрат ресурсов (кадровых, материальных, финансовых). Реализация программы подготовки оценщиков, как показал проведенный анализ, проходит в условиях конкуренции ведущих столичных и региональных вузов, которые в последние годы стали использовать аналогичные методики обучения на рынке региональных программ подготовки оценщиков.

Для успешной реализации программы подготовки оценщиков, повышения ее конкурентоспособности в МФПУ «Синергия» было предложено использовать системный подход, который внедрялся на второй стадии развития программы в период с 2006 по 2011 гг. Такой подход позволяет найти эффективные пути решения проблемы на основе структуризации системы, анализа и оптимизации связей между субъектами образовательного процесса, формализации цели, нахождения оптимальных путей достижения цели. Можно выделить следующие этапы системного анализа, которые ниже будут адаптированы под рассматриваемую тематику³.

1. Анализ проблемы.
2. Определение системы региональной подготовки оценщиков и ее структуры.
3. Формирование общей цели.
4. Декомпозиция цели.

³ Волкова В. Н., Денисов А. А. Основы теории систем и системного анализа. Санкт-Петербург: изд-во СПбГТУ, 2003.

5. Выявление ресурсов.
6. Прогнозирование и анализ будущих условий развития анализируемого сегмента образовательных услуг.
7. Отбор вариантов.
8. Диагноз существующей системы.
9. Совершенствование организационной структуры системы.

Анализ проблемы подготовки оценщиков в современных условиях конкуренции проведен в начале данной статьи.

Структура системы региональной подготовки оценщиков в вузе представлена на рис. 1.

Главным подразделением вуза, организующим реализацию на рынке рассматриваемой образовательной услуги, является Учебно-методический центр подготовки профессиональных оценщиков (УМЦ ППО). Перечислим основные функции УМЦ ППО:

- организационное и методическое руководство процессом подготовки оценщи-

ков, поиск региональных партнеров и представителей;

- выработка предложений ректорату о заключении договоров о сотрудничестве с региональными партнерами и представителями;

- анализ региональных рынков и выработка предложений Финансовому Департаменту об установлении региональных цен на реализацию образовательной услуги по подготовке оценщиков;

- организация рекламных акций по продвижению образовательных услуг по подготовке оценщиков в регионах;

- организация учебного процесса в регионах;

- подбор преподавателей, включая ведущих российских оценщиков;

- организация подготовки кафедрами учебно-методических материалов, ориентированных на использование регионами, в том числе для дистанционного обучения;

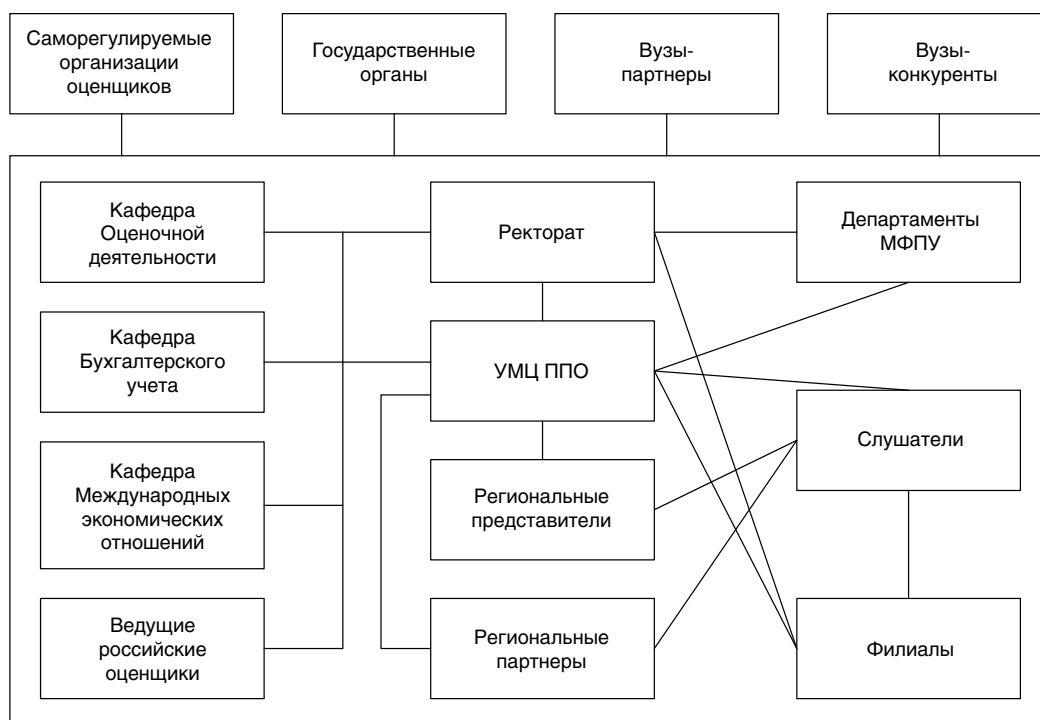


Рис. 1. Состав и структура системы региональной подготовки оценщиков на примере МФПУ «Синергия»

- сбор и представление в Финансовый Департамент данных из регионов для определения финансово-экономических показателей программы подготовки оценщиков (выручка, затраты, прибыль).

Механизм обеспечения конкурентоспособности региональной программы подготовки оценщиков основан на территориальной диверсификации.

Реализация образовательных услуг по подготовке оценщиков в регионах возможна на различных уровнях:

- филиалы;
- региональные партнеры;
- региональные представители.

На первый взгляд, наилучшим представляется вариант подготовки оценщиков в регионе на базе соответствующего филиала. В этом случае обеспечивается единство организации учебного процесса с головным вузом, оперативно контролируется качество учебного процесса, минимизируются затраты. Это создает благоприятные возможности для ценовых маневров. Кроме того, программа подготовки оценщиков, включающая 25 учебных дисциплин, требует привлечения большого числа квалифицированных преподавателей и практикующих оценщиков. Однако в настоящее время филиалы вуза имеются лишь в нескольких регионах России.

При отсутствии собственного филиала сотрудничество с региональным партнером-вузом становится приемлемым вариантом организации подготовки оценщиков в регионе. Региональный партнер в этом случае должен иметь соответствующую учебную базу, организовать набор слушателей, обеспечить проведение базовых общеэкономических дисциплин, используя методическую и кадровую поддержку МФПУ «Синергия».

Слушатель заключает два договора: с вузом-партнером на обучение по базовым экономическим дисциплинам в соответствии с лицензионными условиями этого вуза, с МФПУ «Синергия» на обучение по полной программе подготовки оценщика с использованием дистанционных методов обучения

и очной защитой диплома. Набор и зачисление слушателей каждый вуз проводит в соответствии со своими лицензионными и аккредитационными требованиями. По окончании обучения в соответствии с Государственными требованиями к программам подготовки оценщиков, утвержденных Минимуществом РФ и Минобразованием РФ, можно осуществлять перезачет дисциплин, пройденных слушателем в вузе-партнере.

Опыт взаимодействия более чем с 30 региональными партнерами показывает, что на определенной стадии сотрудничества ряд региональных вузов-партнеров достигает в процессе взаимодействия с МФПУ «Синергия» определенного уровня развития, позволяющего самостоятельно осуществлять подготовку оценщиков. Такой вуз из категории партнеров становится конкурентом.

Региональные представители являются, по существу, посредниками, позволяющими вузу реализовывать предлагаемые образовательные услуги на региональном рынке. При этом возрастает цена образовательной услуги, но возрастает и объем реализуемых услуг в результате увеличения набора слушателей в данном регионе. Следует отметить, что слушатели в этом случае обучаются по заочной форме с использованием дистанционных технологий образования и выездом в головной вуз только на сессии.

Внешнюю среду системы подготовки оценщиков составляют государственные органы, саморегулируемые организации оценщиков, вузы-конкуренты и вузы-партнеры.

Государство устанавливает рамки реализации услуг. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» устанавливает обязательные требования к уровню образования оценщика. Минимуществом России проводилась аккредитация вузов, занимающихся подготовкой оценщиков. МФПУ «Синергия» входит в список аккредитованных вузов.

В 2006 году в Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» были внесены кардинальные

изменения, на основании которых была отменена государственная система лицензирования оценочной деятельности. Многие функции государства в этой сфере перешли к саморегулируемым организациям оценщиков (СРО). Сегодня подготовка оценщиков проводится в тесном сотрудничестве с саморегулируемыми организациями, которые формируют актуальные требования к уровню подготовки оценщиков. В этой связи отметим, что руководители трех СРО проводят в МФПУ «Синергия» занятия со слушателями программы подготовки оценщиков.

Некоторые ведущие вузы, например, Финансовый университет при Правительстве РФ и РЭУ им. Г. В. Плеханова, выступили инициаторами создания на своей базе саморегулируемых организаций для повышения конкурентоспособности. Однако практика показала, что саморегулируемым организациям, функционирующим в условиях конкуренции, свойственны конфликтные ситуации: как между СРО, так и внутри отдельной организации. В таких ситуациях необходимо учитывать риски снижения имиджа как самой СРО, так и связанного с ней вуза. Кроме того, в любом регионе имеются члены различных СРО. Поэтому связывание вуза только с одной из них неизбежно приведет к уменьшению набора слушателей в этом регионе. Следовательно, независимая и открытая позиция вуза в отношениях со всеми СРО представляется наиболее эффективной.

Пути повышения конкурентоспособности программы подготовки оценщиков

Конкурентоспособность отдельной образовательной программы, в частности, программы региональной подготовки оценщиков, во многом определяется конкурентоспособностью вуза. В то же время конкурентоспособность вуза напрямую зависит от конкурентоспособности реализуемых им образовательных программ.

Для повышения конкурентоспособности образовательной программы как товара, реализуемого на рынке, необходимо выявить соответствующие факторы⁴. Можно выделить следующие группы факторов конкурентоспособности образовательной программы:

- ценовые;
- качественные;
- маркетинговые.

С позиций системного подхода предлагается упорядочить факторы конкурентоспособности с учетом их иерархических взаимосвязей и построить дерево целей, позволяющее детализировать процесс достижения цели. Фрагмент дерева целей повышения конкурентоспособности региональной программы подготовки оценщиков представлен на рис. 2.

В соответствии с методикой системного подхода проводится декомпозиция основной цели на подцели, которые были выделены на основе основных факторов конкурентоспособности:

- установить оптимальные цены;
- повысить качество подготовки слушателей;
- совершенствовать маркетинговое обеспечение программы.

Затем проводится дальнейшее ветвление, при этом каждый новый уровень обладает большей детализацией. Процесс декомпозиции продолжается до тех пор, пока каждая подцель не станет полностью понятной, конкретной с точки зрения обеспечения ресурсами для ее достижения.

Подцель установления оптимальных цен сводится к трем составляющим ее подцелям:

- провести анализ региональных рынков;
- провести расчет финансово-экономических показателей программы подготовки оценщиков по регионам;
- установить скидки на обучение.

⁴ Рубин Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М.: Маркет ДС, 2010.

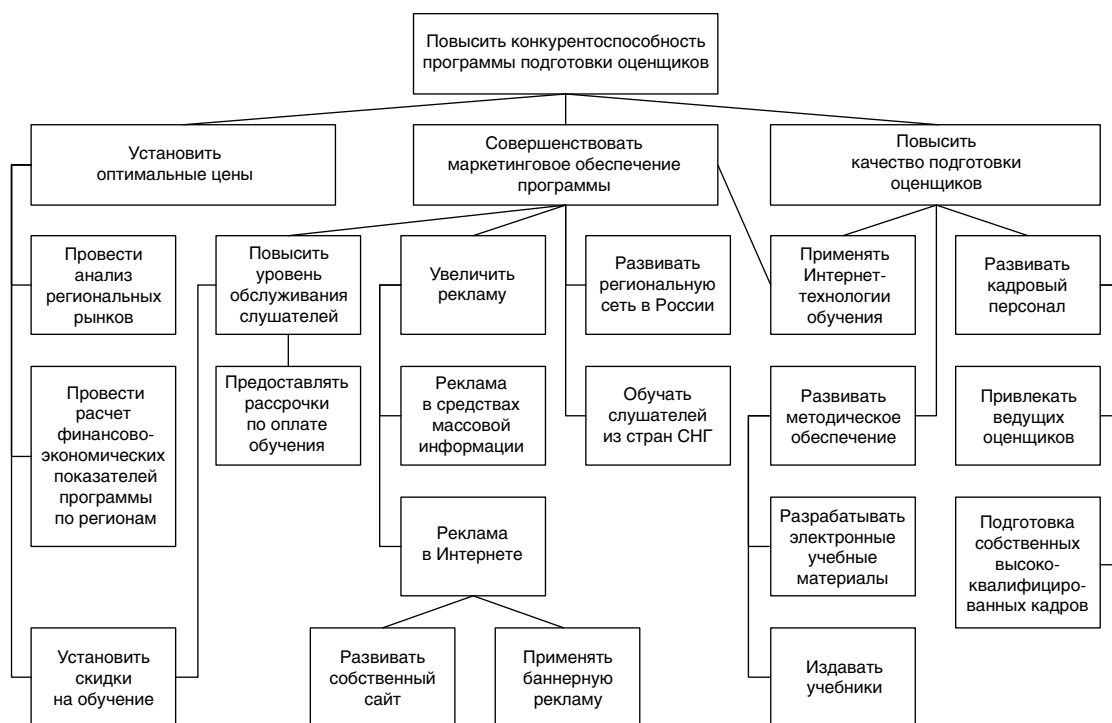


Рис. 2. Фрагмент дерева целей повышения конкурентоспособности региональной программы подготовки оценщиков

Более подробно рассмотрим подцель совершенствования маркетингового обеспечения программы, которая делится на следующие подцели:

- повысить уровень обслуживания слушателей;
- увеличить (расширить) рекламу;
- развивать региональную сеть в России;
- обучать слушателей из стран СНГ;
- применять Интернет-технологии обучения.

Приведенный на рис. 2 пример показывает, что дерево целей позволяет учитывать взаимосвязи между различными подцелями. В частности, подцель установления скидок на обучение связана как с подцелью установления оптимальной цены, так и подцелью повышения уровня обслуживания слушателей.

Аналогично, подцель применения Интернет-технологий обучения позволяет не только повысить качество подготовки слушате-

лей, но и совершенствовать маркетинговое обеспечение программы подготовки оценщиков за счет дополнительного набора слушателей из удаленных регионов.

Подцель увеличения рекламы (расширение рекламной кампании) разделяется на рекламу в Интернете и других средствах массовой информации. Причем особое внимание необходимо уделять именно рекламе в Интернете: путем развития собственного сайта, баннерной и других видов рекламы.

Для достижения этой подцели в 1996 году в МФПУ был разработан первый специализированный сайт региональной программы подготовки оценщиков. Для рекламы также используется первая в России «Деловая баннерная сеть».

Системный анализ полного дерева целей «сверху вниз» позволяет свести сложную проблему повышения конкурентоспособности региональной программы под-

готовки оценщиков к последовательности простых и понятных задач, а также провести расчет ресурсного обеспечения, определить затраты на реализацию поставленной цели.

Заключение

Проведенные исследования позволяют сделать вывод о том, что рынок образовательных услуг по подготовке оценщиков в Российской Федерации интенсивно развивается, но это развитие крайне неравномерно по регионам страны. В последние годы именно отдаленные регионы России наиболее динамичны.

Количественный анализ показал, что МФПУ «Синергия» занимает лидирующее место на рынке образовательных услуг региональной подготовки оценщиков в Российской Федерации.

Повышению конкурентоспособности региональной программы подготовки оценщиков способствует применение системного подхода. Рассмотренная методика системного подхода дает возможность учитывать факторы конкурентоспособности образовательной программы с учетом их взаимосвязей, проводить анализ путей решения проблемы на основе построения дерева целей.

Можно наметить некоторые направления развития региональной программы подготовки оценщиков:

- развитие Интернет-технологий образования оценщиков и их применение для слушателей отдаленных регионов России;
- выход на рынки подготовки оценщиков стран СНГ, где используются методики оценки, аналогичные российским, и признаются российские документы об образовании.

В этом направлении уже имеется положительный опыт подготовки оценщиков из Казахстана, Украины, Беларуси, Азербайджана, Молдовы, Узбекистана, Кыргызстана, Монголии.

Рассмотренный в статье системный подход может применяться и для других образовательных программ.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» № 137-ФЗ от 29.07.2008 г. (с последующими изменениями и дополнениями).
2. Волкова В. Н., Денисов А. А. Основы теории систем и системного анализа. Санкт-Петербург: изд-во СПбГТУ, 2003.
3. Рубин Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М.: Маркет ДС, 2010.
4. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1999.
5. Кацман В. Е., Косорукова И. В., Родин А. Ю. Основы оценочной деятельности. М.: МФПУ «Синергия», 2012.

V. Katsman, PhD in Technology Sciences, Professor, Director of Training Center of Professional Appraisers, MFPU «Synergy», Moscow, courses@mail.ru

A SYSTEMATIC APPROACH TO THE PROBLEM OF ENHANCING THE COMPETITIVENESS OF REGIONAL TRAINING PROGRAM FOR APPRAISERS IN THE RUSSIAN FEDERATION

The paper analyzes the appraisers training market in the Russian Federation and the structure of the regional training system of appraisers. It also suggests ways to improve the competitiveness of appraisers training.

Key words: appraisers training program, competitiveness, systematic approach, factors of competitiveness.

Приложение

Таблица 1П

Анализ рынка подготовки оценщиков по регионам России

№ п/п	Регион России	Подготовка оценщиков за период 2000 – 2005 годы							Подготовка оценщиков МФПУ за 2006 – 2011 годы	
		Общее количес- тво, чел.	Доля фе- дераль- ного рын- ка, %	Выпуск МФПУ, чел.	Доля МФПУ на регио- нальном рынке, %	Выпуск конкурент- тов, чел.	Доля кон- курентов на регио- нальном рынке, %	Относи- тельная доля рынка	Выпуск МФПУ, чел.	Коэффициент роста за период
1	Архангельская область	158	1,36	23	14,56	135	85,44	0,17	25	1,09
2	Ненецкий Автономный Округ	6	0,05	1	16,67	5	83,33	0,20	2	2,00
3	Вологодская область	116	1,00	21	18,10	95	81,90	0,22	25	1,19
4	Мурманская область	76	0,66	21	27,63	55	72,37	0,38	55	2,62
5	Республика Карелия	54	0,47	7	12,96	47	87,04	0,15	17	2,43
6	Республика КОМИ	102	0,88	21	20,59	81	79,41	0,26	31	1,48
7	Санкт-Петербург и Ленинградская область	410	3,54	15	3,66	395	96,34	0,04	54	3,60
8	Новгородская область	74	0,64	22	29,73	52	70,27	0,42	35	1,59
9	Псковская область	42	0,36	11	26,19	31	73,81	0,35	29	2,64
10	Брянская область	68	0,59	15	22,06	53	77,94	0,28	26	1,73
11	Владимирская область	65	0,56	59	90,77	6	9,23	9,83	33	0,56
12	Ивановская область	124	1,07	5	4,03	119	95,97	0,04	12	2,40
13	Тверская область	100	0,86	23	23,00	77	77,00	0,30	152	6,61
14	Калужская область	96	0,83	49	51,04	47	48,96	1,04	42	0,86
15	Костромская область	50	0,43	1	2,00	49	98,00	0,02	16	16,00
16	Орловская область	76	0,66	7	9,21	69	90,79	0,10	7	1,00
17	Рязанская область	94	0,81	88	93,62	6	6,38	14,67	77	0,88
18	Смоленская область	90	0,78	11	12,22	79	87,78	0,14	17	1,55

Продолжение табл. 1П

№ п/п	Регион России	Подготовка оценщиков за период 2000 – 2005 годы							Подготовка оценщиков МФПУ за 2006 – 2011 годы	
		Общее количест- во, чел.	Доля фе- дераль- ного рын- ка, %	Выпуск МФПУ, чел.	Доля МФПУ на регио- нальном рынке, %	Выпуск конкурент- ов, чел.	Доля кон- курентов на регио- нальном рынке, %	Относи- тельная доля рынка	Выпуск МФПУ, чел.	Коэффициент роста за период
19	Тульская область	102	0,88	53	51,96	49	48,04	1,08	117	2,21
20	Ярославская область	166	1,43	26	15,66	140	84,34	0,19	60	2,31
21	Нижегородская область	304	2,63	5	1,64	299	98,36	0,02	10	2,00
22	Кировская область	80	0,69	34	42,50	46	57,50	0,74	50	1,47
23	Республика Марий Эл	92	0,79	23	25,00	69	75,00	0,33	66	2,87
24	Республика Мордовия	138	1,19	10	7,25	128	92,75	0,08	13	1,30
25	Чувашская республика	88	0,76	9	10,23	79	89,77	0,11	9	1,00
26	Белгородская область	82	0,71	2	2,44	80	97,56	0,03	9	4,50
27	Воронежская область	208	1,80	14	6,73	194	93,27	0,07	8	0,57
28	Курская область	94	0,81	13	13,83	81	86,17	0,16	12	0,92
29	Липецкая область	88	0,76	43	48,86	45	51,14	0,96	43	1,00
30	Тамбовская область	82	0,71	44	53,66	38	46,34	1,16	25	0,57
31	Астраханская область	82	0,71	9	10,98	73	89,02	0,12	1	0,11
32	Волгоградская область	174	1,50	13	7,47	161	92,53	0,08	35	2,69
33	Самарская область	300	2,59	36	12,00	264	88,00	0,14	41	1,14
34	Пензенская область	66	0,57	46	69,70	20	30,30	2,30	62	1,35
35	Саратовская область	88	0,76	45	51,14	43	48,86	1,05	49	1,09
36	Ульяновская область	54	0,47	11	20,37	43	79,63	0,26	28	2,55
37	Республика Капмыкия	24	0,21	1	4,17	23	95,83	0,04	11	11,00
38	Республика Татарстан	354	3,06	16	4,52	338	95,48	0,05	81	5,06
39	Краснодарский край	546	4,72	39	7,14	507	92,86	0,08	32	0,82
40	Республика Адыгея	48	0,41	1	2,08	47	97,92	0,02	0	0,00

Продолжение табл. 1П

№ п/п	Регион России	Подготовка оценщиков за период 2000 – 2005 годы								Подготовка оценщиков МФПУ за 2006 – 2011 годы	
		Общее количес- тво, чел.	Доля фе- дераль- ного рын- ка, %	Выпуск МФПУ, чел.	Доля МФПУ на регио- нальном рынке, %	Выпуск конкур- тов, чел.	Доля кон- курентов на регио- нальном рынке, %	Относи- тельная доля рынка	Выпуск МФПУ, чел.	Коэффициент роста за период	
41	Ставропольский край	218	1,88	23	10,55	195	89,45	0,12	15	0,65	
42	Карачаево-Черкесская рес- публика	40	0,35	5	12,50	35	87,50	0,14	7	1,40	
43	Чеченская республика	9	0,08	7	77,78	2	22,22	3,50	7	1,00	
44	Ростовская область	426	3,68	14	3,29	412	96,71	0,03	15	1,07	
45	Республика Дагестан	26	0,22	6	23,08	20	76,92	0,30	27	4,50	
46	Кабардино-Балкарская Республика	40	0,35	4	10,00	36	90,00	0,11	13	3,25	
47	Северная Осетия-Алания	32	0,28	8	25,00	24	75,00	0,33	12	1,50	
48	Республика Ингушетия	6	0,05	1	16,67	5	83,33	0,20	3	3,00	
49	Курганская область	76	0,66	1	1,32	75	98,68	0,01	4	4,00	
50	Оренбургская область	158	1,36	22	13,92	136	86,08	0,16	23	1,05	
51	Пермский край	308	2,66	5	1,62	303	98,38	0,02	23	4,60	
52	Свердловская область	376	3,25	24	6,38	352	93,62	0,07	56	2,33	
53	Челябинская область	368	3,18	10	2,72	358	97,28	0,03	53	5,30	
54	Республика Башкортостан	440	3,80	17	3,86	423	96,14	0,04	14	0,82	
55	Удмуртская республика	78	0,67	57	73,08	21	26,92	2,71	158	2,77	
56	Алтайский край	170	1,47	1	0,59	169	99,41	0,01	7	7,00	
57	Кемеровская область	246	2,12	8	3,25	238	96,75	0,03	7	0,88	
58	Новосибирская область	160	1,38	4	2,50	156	97,50	0,03	1	0,25	
59	Омская область	198	1,71	117	59,09	81	40,91	1,44	117	1,00	
60	Томская область	82	0,71	2	2,44	80	97,56	0,03	2	1,00	

Продолжение табл. 1П

№ п/п	Регион России	Подготовка оценщиков за период 2000 – 2005 годы								Подготовка оценщиков МФПУ за 2006 – 2011 годы	
		Общее количес- тво, чел.	Доля фе- дераль- ного рын- ка, %	Выпуск МФПУ, чел.	Доля МФПУ на регио- нальном рынке, %	Выпуск конкурент- тов, чел.	Доля кон- курентов на регио- нальном рынке, %	Относи- тельная доля рынка	Выпуск МФПУ, чел.	Коэффициент роста за период	
61	Тюменская область	466	4,02	190	40,77	276	59,23	0,69	160	0,84	
62	Красноярский край	140	1,21	15	10,71	125	89,29	0,12	27	1,80	
63	Республика Хакасия	58	0,50	1	1,72	57	98,28	0,02	8	8,00	
64	Иркутская область	154	1,33	14	9,09	140	90,91	0,10	8	0,57	
65	Забайкальский край	50	0,43	4	8,00	46	92,00	0,09	4	1,00	
66	Республика Бурятия	48	0,41	41	85,42	7	14,58	5,86	28	0,68	
67	Республика Тыва	8	0,07	1	12,50	7	87,50	0,14	2	2,00	
68	Приморский край	130	1,12	16	12,31	114	87,69	0,14	8	0,50	
69	Хабаровский край	44	0,38	5	11,36	39	88,64	0,13	6	1,20	
70	Еврейский АО	10	0,09	1	10,00	9	90,00	0,11	1	1,00	
71	Амурская область	74	0,64	17	22,97	57	77,03	0,30	68	4,00	
72	Камчатская область	32	0,28	11	34,38	21	65,63	0,52	21	1,91	
73	Магаданская область	12	0,10	9	75,00	3	25,00	3,00	3	0,33	
74	Чукотский АО	6	0,05	1	16,67	5	83,33	0,20	6	6,00	
75	Сахалинская область	30	0,26	16	53,33	14	46,67	1,14	25	1,56	
76	Республика Саха (Якутия)	98	0,85	25	25,51	73	74,49	0,34	67	2,68	
77	Калининградская область	100	0,86	6	6,00	94	94,00	0,06	12	2,00	
78	Москва и Московская об- ласть	1602	13,83	363	22,66	1239	77,34	0,29	397	1,09	
	Итого по Российской Федерации	11580	100,00	1965	16,97	9615	83,03	0,20	2832	1,44	

Богачев С. А., канд. экон. наук, директор Краснознаменского филиала МФПУ «Синергия», Sbogachev@mfp.ru



НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

В статье рассматривается вопрос о разнообразии направлений подготовки (специальностей) как факторе конкурентоспособности вуза. Приводятся примеры перспективных направлений подготовки, которые в ближайшее время будут пользоваться спросом.

Ключевые слова: конкурентоспособность вуза, конкурентная стратегия, перспективные направления подготовки.

Введение

Конкурентоспособность учебного заведения является многофакторной категорией. Как известно, в обобщенном виде она может быть определена как способность «выдерживать» конкурентное напряжение рынка. Как пишет Ю. Б. Рубин, «конкурентоспособность есть способность заинтересованных сторон рынка к конкуренции, она всегда представляет собой предпосылку их конкурентных действий, в том числе и в сфере образования»¹.

И. З. Ахтари́ев считает, что конкурентоспособность фирмы в качестве одного из определяющих факторов имеет конкретный рынок, на котором конкурирует фирма. Другими словами, конкурентоспособная на одном определенном рынке фирма может не обладать конкурентоспособностью на другом. И здесь речь идет не об абстрактном рынке, обозначающем механизм распределения ресурсов, не об особой реальности существования хозяйствующих субъектов, а о сфере обращения конкретного, четко определенно-

го блага на отдельной территории с очерченным кругом субъектов. Так, географические и продуктовые границы рынка могут играть важную роль при определении конкурентоспособности фирмы. То есть можно говорить о конкурентоспособности применительно к определенному конкурентному полю: будь то научно-исследовательский грант, или студенческий конкурс, или региональный образовательный рынок по отдельной специальности и форме получения образования. Поэтому обоснование интегрального подхода к определению конкурентоспособности вуза не является достаточно убедительным. Можно ли всерьез говорить об интегральной конкурентоспособности вуза, т. е. о его «конкурентоспособности вообще», не применительно к определенному конкурентному полю? Будет ли такая категория конкурентоспособности вуза обладать серьезной репрезентативной силой?²

Вуз конкурирует по каждой специальности (направлению подготовки), при этом региональный рынок услуг экономического образования отличается от рынка услуг

¹ Рубин Ю. Б. Теория конкуренции и задачи повышения конкурентоспособности российского образования // Высшее образование в России. 2007. № 1. С. 26.

² Ахтари́ев И. З. Отраслевая конкурентоспособность вузов и рынок общественной образовательной аккредитации // Современная конкуренция. 2010. № 2. С. 73.

высшего юридического образования. Таким образом, вуз конкурирует на стольких рынках, сколько у него направлений подготовки и форм получения образования. Именно так проводятся продуктовые границы на рынках профессионального образования³.

Представляется, что, помимо конкурентоспособности на конкретном отраслевом рынке, имеет смысл говорить о конкурентоспособности вуза в отрыве от конкурентного рынка. Набор направлений подготовки, предлагаемых вузом, его ассортиментная политика являются результатами конкурентной стратегии вуза. Вуз принимает решение об открытии специальности (направления подготовки) как о входе на отдельные конкурентные поля. Например, в наборе направлений подготовки вузов может проявляться нишевая стратегия.

Набор направлений подготовки и форм получения образования сам по себе может быть предметом конкурентной стратегии вуза, важным фактором обеспечения его конкурентоспособности. Но этот фактор необходимо правильно выявить и оценить по общепризнанной, объективной методологии, которую еще предстоит разработать и апробировать.

Конкурентные стратегии вузов

Как отмечает А. И. Коваленко, сторонники свободного рынка образования отдадут себе отчет в том, что согласно объективным рыночным законам «невидимая рука рынка» сама отберет наиболее успешные вузы, наиболее конкурентоспособные образовательные программы. Так произойдет естественный рыночный отбор вузов. Неэффективные вузы будут поглощены, а образовательные ресурсы перераспреде-

ны самым эффективным способом. Однако на практике структура образовательных стимулов сложилась таким образом, что рынок не в состоянии адекватно оценивать качество образовательных услуг. «Невидимая рука рынка» редко различает качественные и некачественные образовательные услуги по причине существования общественных институтов, влияющих на стимулы к образованию. В сфере обращения образовательных услуг профессионального образования сложились стимулы к потреблению образовательной услуги, не критичные к качеству такого образования⁴.

Это обстоятельство, в свою очередь, приводит к неэффективности функционирования национальной образовательной системы. Поэтому крупные работодатели не предъявляют высоких требований к профессиональным навыкам и умениям выпускников, ориентируясь на способности выпускников к быстрому переобучению, а также на личностные качества выпускников, характеризующих их внутрифирменную лояльность.

Эволюция спроса на квалифицированных специалистов

Ассортимент предлагаемых вузом направлений подготовки оказывает сильное влияние на конкурентоспособность учебного заведения. Программы подготовки востребованных бакалавров и специалистов, предлагаемые вузами, позволяют осуществлять набор студентов на платной основе, увеличивая бюджет учебных заведений.

Начиная с 90-х годов XX века, можно было наблюдать высокий спрос на экономические, юридические и управленческие специальности. Этот спрос был вызван появлением огромного количества новых юридиче-

³ Коваленко А. И. Методы анализа конкурентной среды на рынках профессионального образования // Международный научный конгресс. Роль бизнеса в трансформации российского общества. Сборник тезисов докладов. Т. 1. М.: МФПА, ООО Global Conferences, 2009. С. 125.

⁴ Коваленко А. И. Рыночная власть и конкурентная среда на рынках профессионального образования // Ученые записки МПФА. Системы бизнеса. Вып. 4. М.: МФПА, Маркет ДС, 2008.

ских лиц, которым требовались бухгалтеры, финансисты, юристы и менеджеры.

Одновременно стало стремительно развиваться частное предпринимательство, что подтолкнуло развитие бизнес-образования и спрос на соответствующие компетенции. Уже стал очевидным факт, что спрос населения на образовательные услуги не соответствует спросу рынка труда на квалификации и компетенции. Это несоответствие является одной из причин низкой эффективности инвестиций в образовательный сектор.

И сегодня, несмотря на некоторые противоречивые частные мнения, рынок квалифицированных менеджеров, экономистов и юристов далек от насыщения. Чтобы убедиться в этом, достаточно посмотреть статистику портала www.job.ru. Она отражает реальные факты в цифрах, а не субъективные мнения чиновников, заявляющих о перенасыщении рынка данными специалистами.

Из таблицы 1 видно, что на сегодняшний день наиболее востребованы следующие специальности:

- менеджер по продажам;
- инженеры и мастера различных профилей;
- бухгалтеры;
- менеджеры по логистике;
- финансовые менеджеры.

Учитывая такие факторы, как рост количества юридических лиц и развитие предпринимательства, можно предположить,

Таблица 1

**Статистика предлагаемых вакансий
на портале www.job.ru 19.04.12**

Направление	Количество вакансий
Продажи	7441
Промышленность	2533
Бухгалтерия, банки, финансы	1965
Логистика	1622
Секретариат, АХО	1500
Энергетика	190
Оборонная промышленность	103

что спрос на данных специалистов в ближайшее время сохранится.

Тем временем экономика диктует новые условия развития рынка профессионального образования. Появляются новые отрасли экономики, требующие новые компетенции. Соответственно появляется спрос на специалистов для новых отраслей.

**Перспективные специальности
начала XXI века
как фактор, влияющий
на конкурентоспособность вуза**

Для сохранения интереса абитуриентов к образовательным услугам вуза, последнему необходимо внимательно следить за ассортиментом предлагаемых направлений подготовки специалистов. Сегодня можно выделить несколько направлений, на которые в ближайшем будущем будет сохраняться устойчивый спрос.

Одной из перспективных отраслей экономики XXI века является альтернативная энергетика.

В европейских странах развитие ветроэнергетики, солнечной энергетики, биотопливной энергетики получило мощный импульс вследствие удорожания традиционных источников энергии. Стремительное развитие отрасли подстегивает спрос на специалистов и ведет к повышению оплаты их труда. На сегодняшний день отрасль испытывает острую нехватку специалистов в области альтернативной энергетики.

Не меньшими темпами развивается отрасль рециклинга отходов и материалов. Переработка мусора, разработка старых мусорных отвалов, использование сточных вод и отходов животноводства являются отраслями, где появляются новые рабочие места. Возникший спрос на таких специалистов должны удовлетворить вузы.

В бизнес-образовании подготовка специалистов малого бизнеса — практически пустая ниша. На серьезном уровне подобная программа представлена только в некото-

рых вузах страны: Университет «Синергия», «Высшая школа предпринимательства».

При этом возможности трудоустройства в малом бизнесе огромны. Как замечают предприниматели, имеющие опыт работы в США или Европе, в России конкуренция в малом бизнесе еще очень слабая.

Наибольшие возможности для малого бизнеса кроются в следующих отраслях:

- сельское хозяйство;
- придорожный сервис;
- туризм;
- народные промыслы;
- строительство и ремонт;
- аквакультура;
- автомойки

и др.

Еще одной очень интересной и быстро развивающейся отраслью является индустрия виртуальных игр. Возникшая совсем недавно, она сформировала тысячи рабочих мест.

Кроме вышеописанных направлений, высокими темпами растет спрос на специалистов технических специальностей и медиков. Особенно востребованы специалисты, работающие на стыке медицинских и технических наук. В этой области наблюдается острейший дефицит кадров. Врач будущего — это, в первую очередь, оператор сложнейшей медицинской техники. Возможность подготовки таких специалистов в вузе, несомненно, вызовет интерес как со стороны работодателей, так и со стороны абитуриентов.

Заключение

В конкурентном противостоянии вузов их руководителям важно осознавать, что на российском рынке труда появились новые профессии. Стремительно растущий спрос на них позволяет вузам сформировать конкурентоспособное предложение на соответствующем региональном рынке профессионального образования.

Своевременная реакция вузов на изменение рынка труда, предложение соответствующих программ профессионального образования позволят учебным заведениям повысить свою интегральную конкурентоспособность.

Список литературы

1. Ахтариев И. З. Отраслевая конкурентоспособность вузов и рынок общественной образовательной аккредитации // Современная конкуренция. 2010. № 2.
2. Коваленко А. И. Методы анализа конкурентной среды на рынках профессионального образования // Международный научный конгресс. Роль бизнеса в трансформации российского общества. Сборник тезисов докладов. Т. 1. М.: МФПА. 2009.
3. Коваленко А. И. Рыночная власть и конкурентная среда на рынках профессионального образования // Ученые записки МПФА. Системы бизнеса. Вып. 4. М.: МФПА, Маркет ДС, 2008.
4. Рубин Ю. Б. Теория конкуренции и задачи повышения конкурентоспособности российского образования // Высшее образование в России. 2007. № 1.

S. Bogachev, PhD, Director of Krasnoznamensk Branch of MFPU «Synergy», Sbogachev@mfpa.ru

SPECIALTIES OF TRAINING AS A FACTOR OF THE COMPETITIVENESS OF UNIVERSITIES

The article examines the diversity of training specialties as a factor in the competitiveness of the university. The author gives examples of promising areas of training, which will soon be in demand.

Key words: competitiveness of universities, competitive strategy, specialties of training.

Сальникова Л. Ю., аспирант Челябинского государственного университета, Student2046@yandex.ru



ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБ- НОСТЬЮ ВЫПУСКНИКА ВУЗА НА РЫНКЕ ТРУДА

В статье рассмотрены основные проблемы конкурентоспособности выпускника высшего учебного заведения на рынке труда и даны рекомендации по их разрешению. Разработана методика оценки конкурентоспособности выпускников высших учебных заведений, сформированы концептуальные положения по согласованию развития образования и рынка труда, повышению эффективности работы институтов рынка труда, управления конкурентоспособностью выпускника вуза на рынке труда.

Ключевые слова: выпускник, рынок труда, спрос, предложение, образование, диспропорция, специалист, вуз, конкурентоспособность.

Введение

Инновационная экономика, сориентированная на широкое использование и быстрое развитие высоких технологий, предъявляет новые повышенные требования к качеству рабочей силы — образовательному, профессиональному, культурному уровню работников, их нравственным и психологическим характеристикам. Именно качество рабочей силы все больше определяет конкурентоспособность экономики и социальную стабильность в обществе. При этом необходимо выделить фактор трансформации социально-профессиональной структуры общества: потребности общества в профессиях, ориентированных на прежнюю экономику, уменьшаются, возникают и утверждаются новые для российского общества профессии. Это приводит к смене иерархии престижа профессий в общественном сознании и критериев вос-

требованности на рынке труда, например, абитуриенты все чаще выбирают профессии юристов, экономистов и чиновников.

Опыт развитых стран показывает, что высокая конкурентоспособность фирм обеспечивается не столько за счет материальных факторов, сколько за счет быстрого развития человеческого капитала.

Несоответствие уровня развития трудового потенциала молодежи критериям современной конкурентной борьбы, слабая подготовленность будущих специалистов к самовыражению в новых условиях (а часто и отсутствие таковой) снижает уровень конкурентоспособности выпускников высших учебных заведений на рынке труда. При этом длительное отсутствие профессиональной и личностной перспективы сказывается не только на уровне жизни молодежи, а также самым непосредственным образом отражается на психологическом состоянии: росте ощущения неопределен-

ности, неуверенности в завтрашнем дне, ослаблении чувства собственного достоинства.

По мере усложнения производственных процессов растет и необходимый уровень трудовых способностей. Возникают новые виды специализации, и работнику в течение трудовой жизни неоднократно приходится переключаться с одной специальности на другую. В силу этого растет потребность в высококвалифицированных сотрудниках, обладающих разносторонними навыками и повышенными способностями к обучению и адаптации.

Актуальность исследования обусловлена остротой сложившейся на российском рынке труда социально-экономической ситуации, и в его «молодежной части» в особенности. Вследствие демографических причин сокращается численность молодежи трудоспособного возраста, что усугубляет дефицит трудовых ресурсов в целом и дефицит специалистов с высшим образованием в частности. Выпускники вузов по уровню подготовки и полученным компетенциям, как показывают опросы работодателей, проведенные в рамках исследования в г. Челябинске (в опросе участвовало более 50 крупных и средних предприятий), не всегда соответствуют их требованиям. При этом сами выпускники, не удовлетворенные предлагаемой работой, заработной платой и условиями труда, нередко отказываются от трудоустройства по полученной специальности. В совокупности это ведет к низкой эффективности использования труда молодых специалистов, что позволяет ставить вопросы о «перепроизводстве» специалистов с высшим образованием и о неудовлетворительном качестве их подготовки.

Понятие конкурентоспособности выпускника вуза

По мнению Р. А. Фатхутдинова, конкурентоспособность — это процесс управле-

ния субъектом своими конкурентными преимуществами с целью достижения победы в конкурентной борьбе¹.

То есть благодаря конкуренции стимулируются наиболее эффективные и рациональные стороны деятельности выпускника профессионала.

Интересный взгляд на понятие «конкурентоспособность выпускника вуза» представляет Е. В. Максимова, которая считает, что это интегральное качество личности, представляющее собой совокупность ключевых компетенций, ценностных ориентаций, позволяющих данной личности успешно функционировать в социуме².

О. В. Борисова отмечает, что «конкурентоспособность» выпускника вуза — это способность выигрывать у прочих претендентов экономическое состязание за трудоустройство на «хорошее» рабочее место, соответствующее полученной в вузе специальности³.

Наиболее объемный, систематизированный взгляд на формирование конкурентоспособности будущего специалиста представлен Д. В. Чернилевским и Н. В. Борисовой. По их мнению, конкурентоспособность состоит из трех базовых элементов⁴:

1. Структура культуры специалиста, в которую входят мышление как способ осуществления мыслительных операций, эмоционально-волевые проявления, способы дея-

¹ Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность. М.: Экономика, 2005. — 504 с.

² Максимова Е. В. Развитие конкурентоспособности студента в образовательном процессе университета. Автореф. дис. на соискание уч. степени к. п. н. Оренбург. Оренб. гос. ун-т. 2005. — 19 с.

³ Борисова О. В. Конкурентоспособность выпускников высших учебных заведений на рынке труда. Дисс. на соискание уч. степени к. э. н. Омск. 2009. — 136 с.

⁴ Борисова Н. В. Конкурентоспособность будущего специалиста как показатель качества и гуманистической направленности вузовской подготовки / Н. В. Борисова. Набережные Челны, 1996.

тельности и поведения, ценности и ценностные ориентации, знания, опыт решения проблем, традиции и нормы.

2. Требования к личностным качествам, включающие:

- психологические, характеризующие способность молодых людей к сопереживанию, восприимчивости, открытости новому, к установлению естественных отношений, к оптимистическому и терпимому восприятию;

- мыслительные, отвечающие за скорость и качество мыслительных операций (аналитичность, рефлексивность, креативность, целостность и др.);

- поведенческие, выражающие степень активности, способность к действиям и поступкам (коммуникабельность, инициативность, предприимчивость, ответственность, способность руководить и подчиняться, идти на риск, импровизировать и др.).

3. Профессиональные качества, связанные с умениями, навыками и способами деятельности, т. е. способностью устанавливать контакты, проводить переговоры, диагностировать, мотивировать, урегулировать конфликты; это навыки по эффективному личному поведению в условиях конкуренции, применению социокультурных технологий; а также деятельность по представлению и передаче информации, постановке целей, генерированию новых идей и т. д.

Можно высказать тезис о том, что профессиональная конкурентоспособность — это способность достижения успеха в профессиональной деятельности в условиях конкуренции на основе профессиональных знаний, умений, навыков и мобилизации индивидуально-личностных качеств.

Таким образом, приведем обобщенный термин: *конкурентоспособность выпускника — это совокупность профессиональных, психологических, морально-нравственных и деловых характеристик, которые определяют его место на рынке труда относительно других соискателей.*

Взаимодействие работодателей с вузами

Особая роль в создании модели выпускника отводится повышению конкурентоспособности за счет улучшения качества подготовки согласно требованиям работодателей, расширению сотрудничества с предприятиями — социальными партнерами.

Под социальным партнерством будем понимать долгосрочное, динамичное сотрудничество учебного заведения с предприятиями с целью комплексной подготовки (в соответствии с заданными требованиями) специалистов высшего звена и их дальнейшим трудоустройством.

Сегодня уже более 80% предприятий сменили форму собственности, став негосударственными, они вынуждены прогнозировать и регламентировать прием специалистов. Проблема прогнозирования потребности в кадрах определяется сбалансированностью рынка труда и рынка образования. Сложность заключается в том, что многие выпускники после получения образования либо становятся безработными, либо работают не по специальности.

Все чаще возникает вопрос обеспечения качества подготовки специалистов с ориентацией на современные требования рынка труда.

Общение с работодателями выявило следующие сформировавшиеся у них требования к образовательным учреждениям и их выпускникам.

1. Необходимо постоянно ужесточать отбор поступающих в профессиональное образовательное учреждение, оценивать, достаточны ли интеллектуальный потенциал и уровень подготовленности абитуриентов для полноценного освоения профессиональных образовательных программ. При этом обязательна помощь студентам в профориентации, поскольку многие из них, придя на технологическую практику на заводы, оказываются не удовлетворенными выбранной специальностью.

2. Требуется значительно повышать уровень и насыщенность базовой подготовки, обеспечивающей основательные, глубокие и прочные знания по специальности.

3. Очень важно актуализировать содержание и уровень специальной профессиональной подготовки для достижения высокой степени адаптивности к производству. Это возможно только при обеспечении общепрофессионального и специального циклов государственных образовательных стандартов современной литературой, технологиями, оборудованием, отражающими реальность производства.

4. Нужно формировать совокупность и структуру психических и психофизиологических особенностей, необходимых для эффективного труда, путем введения в штатное расписание вуза психолога, проведения тренингов по развитию внутренних качеств, способствующих личностному росту.

5. Важную роль в оценке специалистов играет наличие у них организаторских способностей и навыков, что особенно важно при выполнении коммуникативных функций.

6. Среди основных свойств, которыми должны обладать специалисты, работодатели особо выделяют профессионально значимые личностные качества и уровень профессиональной культуры, т. е. степень развития, достигнутую в какой-либо области, и соответствующую ей культуру деятельности и поведения.

Очевидно, что интересы вузов и предприятий тесно переплетаются. Успешное функционирование и тех, и других зависит от эффективности их взаимодействия. Основным потребителем «продукции» высших учебных заведений являются предприятия различных видов деятельности и форм собственности. В то же время единственным поставщиком специалистов для предприятий выступают высшие учебные заведения.

Вуз, как производитель работников интеллектуального труда, и предприятие, как потребитель, связаны законом соответст-

вия спроса и предложения, они оказывают непосредственное влияние друг на друга, представляя в совокупности не что иное, как сложную систему, состоящую из подсистем. Эта система объективно сложилась, но взаимоотношения ее участников — вузов и предприятий — пока носят хаотичный, несистемный характер.

Диалектика этих взаимоотношений заключается в том, что предприятия постоянно испытывают потребность в результатах деятельности вуза, и наоборот. При этом как на вуз, так и на предприятие действуют внешние и внутренние факторы (воздействия), предопределяющие новую стратегию управления вузом в современных условиях.

Вуз, деятельность которого направлена на удовлетворение потребностей предприятий в качественных кадрах, крайне заинтересован в определении реальных требований современного производства к качеству подготовки высококвалифицированных специалистов. Поэтому в ситуации, когда промышленные предприятия не готовы предоставить вузу сформулированный ими комплекс требований к выпускникам, вуз должен самостоятельно выявить, систематизировать и сформировать эти требования, чтобы затем реализовать их при подготовке студентов. Безусловно, эта работа предполагает постоянное, продолжительное и эффективное взаимодействие вуза с предприятиями, но без такого взаимовыгодного и взаимно заинтересованного сотрудничества участники системы «вуз — предприятия» не смогут достойно позиционироваться в современной конкурентной среде.

В настоящее время несовершенство взаимоотношений вузов и предприятий проявляется в нерешенных проблемах трудоустройства выпускников вузов и несоответствии их знаний и умений требованиям работодателей.

К специалистам интеллектуального труда предприятия относятся особенно требовательно, поэтому незнание вузами этих требований приводит к искусственному пе-

репроизводству специалистов. В этой ситуации необходимыми становятся оценка и стратегическое планирование качества образования.

Но, как выяснилось из результатов опроса, в котором участвовало более 50 предприятий крупного и среднего бизнеса, в том числе крупнейшие работодатели г. Челябинска, такие как ОАО «ЧМК», ОАО «ЧТПЗ», ОАО «ЧЭМК», ОАО «Трубодеталь» и др., проведенного в рамках авторского исследования на промышленных предприятиях Уральского региона⁵, работодатели не готовы сформулировать конкретные требования к качеству подготовки специалистов. Их пожелания стандартны, а перечень востребованных ими специальностей очень узок. Он ограничился тремя основными направлениями: специалисты в области экономики и менеджмента, инженеры-технологи и специалисты по информационным технологиям.

Характерно, что 45% опрошенных вообще затруднились сформулировать свои требования. Из этого можно сделать вывод, что предприятия планомерно не занимаются формированием человеческого капитала и не способны пока определить свои конкретные требования к высококвалифицированным специалистам, что в значительной степени снижает эффективность деятельности высшей школы по их подготовке. С другой стороны, это означает, что менеджеры, подготовленные вузом, недостаточно сориентированы на применение в управлении предприятиями инновационных технологий и, в частности, способов управления человеческим капиталом.

По мнению автора, предприятия (акционерные общества, государственные, унитарные предприятия) должны оказывать финансовую поддержку будущим специалистам, начиная с четвертого курса, а также в этом процессе должен участвовать малый биз-

нес путем формирования кооперативного фонда.

Привлечение молодых специалистов, организация производственной практики, помощь в подготовке дипломных проектов, содействие учебным заведениям в организации стажировки преподавателей — основные задачи организаций-работодателей.

По результатам анализа опросов работодателей были разработаны критерии оценки конкурентоспособности выпускников на рынке труда.

Вуз взаимодействует одновременно и с рынком образовательных услуг, и с рынком труда. Взаимодействие с рынком труда осуществляется преимущественно через службы вуза, ориентированные на этот рынок, либо напрямую (вуз — предприятие, учреждение, организация), либо опосредованно (с участием посредников, представляющих инфраструктуру рынка труда).

Взаимодействие с рынком образовательных услуг осуществляется преимущественно через службы вуза либо напрямую (вуз — абитуриенты и их родители), либо опосредованно (с участием посредников, представляющих инфраструктуру этого рынка, такие как рекрутинговые и кадровые агентства).

Маркетинг образовательных услуг в общей модели представляется как важнейший элемент системы управления деятельностью образовательного учреждения в рыночных условиях. Он направлен на организацию и координацию через соответствующие структуры и службы активного взаимодействия вуза с рынком труда и рынком образовательных услуг, что позволяет тщательно изучать состояние и динамику этих рынков. Конечная цель его широкого применения состоит в наиболее эффективном и полном удовлетворении потребностей: личности — в образовании; образовательного учреждения — в развитии; предприятий, организаций и учреждений — в росте кадрового потенциала; общества — в расширенном воспроизводстве совокупного личностного и интеллектуального потенциала.

⁵ Исследование проводилось в форме опроса по разработанной автором анкете по телефону и электронной почте.

Методика оценки конкурентоспособности выпускников вузов

Для оценки конкурентоспособности выпускника вуза введем коэффициент оценки конкурентоспособности — KC .

Максимальное число лет обучения в системе высшего образования составляет 6 лет (магистерское образование). Примем уровень образования магистра за единицу.

Тогда уровень образования бакалавра (четыре года обучения) равен $4/6 = 0,67$.

Условно примем, что человек, имеющий незаконченное высшее образование, проучился 2 года, тогда его уровень составит $2/6=0,33$.

Таким образом, оценка уровня образования составит:

0,33 — для лиц, имеющих незаконченное высшее образование;

0,67 — для лиц, имеющих высшее образование бакалавра или магистра не по специальности;

1,0 — для лиц, имеющих магистерское образование по специальности.

Коэффициент оценки конкурентоспособности можно выразить формулой:

$$KC = YO \times (CB + НДО + CP/4),$$

где YO — оценка уровня образования, CB — средний балл в соответствии с приложением к диплому о высшем профессиональном образовании, $НДО$ — наличие дополнительного образования (0 — отсутствие дополнительного образования, необходимого работодателю, 1 — наличие такого образования), CP — стаж работы (по рекомендациям НИИ труда⁶ стаж в четыре раза меньше влияет на результативность труда, чем продолжительность образования).

Коэффициент конкурентоспособности рекомендуется рассчитывать как произведение уровня образования, дифференциро-

ванного в зависимости от иерархии периода обучения и полученного диплома, на сумму среднего балла, полученного выпускником в период обучения, а также оценки наличия либо отсутствия дополнительного образования и рабочего стажа.

Этот коэффициент рекомендован к использованию работодателями для оценки конкурентоспособности выпускника вуза при трудоустройстве.

Соответственно, чем больше коэффициент, тем более конкурентоспособен тот или иной претендент на вакантное место.

Оценку конкурентоспособности персонала, предлагаемую Р. А. Фатхутдиновым⁷, следует осуществлять исходя из его конкурентных преимуществ, которые бывают внешними по отношению к выпускнику вуза и внутренними. Внешние конкурентные преимущества выпускника определяются конкурентоспособностью вуза, выпустившего специалиста. Если у вуза высокий уровень конкурентоспособности, то и выпускник имеет хорошие внешние условия для достижения высокого уровня конкурентоспособности. Внутренние конкурентные преимущества могут быть наследственными и приобретенными. Данный коэффициент основан также на исследовании В. Н. Белкина, который применяет его для оценки конкурентоспособности человеческого капитала предприятия в целом.

В соответствии с этой методикой оценку конкурентоспособности выпускника вуза (KB) рекомендуется осуществлять по формуле:

$$KB = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m (\alpha_j \beta_{ij}) / 5n \rightarrow 1,$$

где $i = 1, 2, \dots, n$ — количество экспертов; $j = 1, 2, \dots, m$ — количество оцениваемых качеств персонала; α_j — весомость j -го качества персонала; β_i — оценка i -м экспертом j -го качества персонала по пятибалльной

⁶ Вестник НИИ ТСС МинЗдравСоцРазвития России.

⁷ Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность. М.: Экономика, 2005. — 504 с.

системе; в знаменателе стоит максимально возможное количество баллов, которое может получить оцениваемый индивидиум (5 баллов $\times n$ экспертов).

В соответствии с формулой, уровень конкурентоспособности выпускника вуза рассчитывается как среднее произведение оценки i -м экспертом j -го качества выпускника по пятибалльной системе на весомость j -го качества выпускника.

Представим авторскую методику оценки эффективности инвестиций в высшее образование.

В разработанной модели к вниманию принимается личная выгода будущего специалиста в получении высшего образования, которое определит его конкурентоспособность на рынке труда.

При принятии решения о получении того или иного высшего образования сравниваются издержки на его получение и личные выгоды в виде изменения заработной платы ($ЗПВ_t - ЗП_t$).

Затраты (издержки) на получение образования (I_t) определяются расходами на само обучение, расходами на покупку учебников, методических материалов и др.

Экономические выгоды от получения высшего образования представляют поток измененного дохода во времени или сумму ежегодных выгод для предстоящего периода трудовой деятельности после получения высшего образования.

Приведем два способа оценки экономической эффективности инвестиций в высшее образование:

- метод определения чистой текущей стоимости инвестиций (NPV);
- метод индекса доходности инвестиций (рентабельности) (PI).

Определение чистой текущей стоимости инвестиций предполагает нахождение текущей стоимости разницы потоков выгод и издержек при определенной ставке процента. Если чистая текущая стоимость инвестиций больше нуля, то они выгодны; чем больше

значение чистой текущей стоимости инвестиций, тем более они выгодны.

$$NPV = \sum_{t=\theta}^T \frac{(ЗПВ_t - ЗП_t)}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^{\theta} \frac{I_t}{(1+r)^t} > 0,$$

где $ЗПВ_t$ — заработная плата работника в году t после получения высшего образования; $ЗП_t$ — заработная плата работника в году t без высшего образования; I_t — издержки (инвестиции в образование); T — индекс времени после обучения; θ — время обучения (количество лет получения высшего образования); r — норма отдачи от инвестиций в высшее образование (или ставка процента), характеризующая индивидуальную предпочтительность настоящего по отношению к будущему. Для данного показателя возможно использование ставки рефинансирования (учетной ставки).

Метод индекса рентабельности инвестиций в получение высшего образования описывается выражением

$$PI = \frac{\sum_{t=\theta}^T \frac{(ЗПВ_t - ЗП_t)}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^{\theta} \frac{I_t}{(1+r)^t}} > 1.$$

Величина критерия $PI > 1$ свидетельствует о целесообразности инвестиций в высшее образование. Причем чем больше PI превышает единицу, тем выше инвестиционная привлекательность получения того или иного высшего образования.

Модель инвестиций в человеческий капитал имеет важные следствия, соответствующие основным параметрам модели. Инвестировать в человеческий капитал тем выгоднее, чем:

- больше период предстоящей трудовой жизни и, следовательно, больше отдача инвестиций;
- меньше издержки, связанные с получением образования;
- больше различия в заработках высоко- и низкообразованных работников;

- в большей степени материальное положение и способности позволяют ориентироваться на будущее, а не на настоящий момент.

Управление развитием конкурентоспособности выпускников вузов на рынке труда

Повышенный спрос на высшее образование и успехи отдельных учебных заведений не могут компенсировать общее снижение качества образования, усиливающееся неравенство возможностей и обесценивание дипломов.

В таких сложных и порой труднопрогнозируемых условиях работа учреждений должна быть нацелена в первую очередь на улучшение качества своих образовательных услуг.

На сегодняшний момент управление высших учебных заведений делает ставку на спрос со стороны абитуриентов, но не ориентируется на спрос на рынке труда. Вследствие этого на рынке труда есть избыточное количество выпускников-гуманитариев и, наоборот, нехватка технических специалистов, что в результате может привести к снижению конкурентоспособности самих учебных заведений.

В связи с этим государство должно разработать программу агитации за свободу при

выборе профессии, и, безусловно, достойно поддерживать любой выбор выпускника.

Систему разработанных рекомендаций по повышению конкурентоспособности выпускников вузов на рынке труда представим в виде схемы на рис. 1.

В системе высшего образования представляется необходимым:

- разработка специального образовательного модуля правовой, психологической и социальной поддержки обучающихся и выпускников учреждений высшего профессионального образования на рынке труда, включающего, в частности, лекции, практические занятия, тренинги, круглые столы по правовым основам трудоустройства и развитию навыков поиска работы;

- помощь развитию служб содействия трудоустройству в вузах, определение статуса и финансовых условий работы службы, расширение методической работы, формирование общественного уважения и признания этой службы как значимого института, доверия к данной структуре как организации, обладающей действенными инструментами помощи и поддержки выпускников при поиске работы;

- поддержка проведения научно-практических конференций для обмена опытом организации этой работы в вузах РФ, «Дней карьеры» и «Ярмарок вакансий», организация практик и стажировок на многоканальной основе с участием заинтересованных



Рис. 1. Управление конкурентоспособностью выпускников вузов на рынке труда

субъектов, к которым относятся работодатели, студенты, вузы, комитеты по делам молодежи, комитеты по труду и занятости, родительская общественность;

- совершенствование взаимодействия социальных партнеров — активизация деятельности студенческих и вузовских профсоюзных организаций в отношении повышения конкурентоспособности выпускников вузов на рынке труда, акцентирование этого направления работы в коллективных договорах, использование возможностей профсоюзной организации для организации мониторинга занятости выпускников⁸.

Человеческий ресурс — важнейший в современном мире. Сегодня многие абитуриенты хотят быть чиновниками, экономистами, юристами, при этом не хотят производить никаких благ для общества.

Необходимо создать идеологический блок, который бы занимался вопросами воспитания современной молодежи.

Для совершенствования государственного управления в сфере образования рекомендуется убрать бюджетное финансирование экономических и юридических специальностей, увеличить количество бюджетных мест на технические специальности, увеличить стипендии для студентов, выбирающих эти специальности для поддержания высокого спроса.

Конкурентоспособный выпускник — это нужный выпускник для экономики региона, в котором он проживает.

Высокий уровень образования — это залог развития экономической и социальной сферы общественной жизни. Высокий уровень конкуренции на бесплатные места приведет к высокому уровню подготовки специалистов (самообразованию) и к повышению конкурентоспособности выпускников вузов. На сегодняшний момент невозможно полностью исключить платное высшее

образование, однако увеличить количество бесплатных мест можно за счет:

- финансирования предприятиями обучения своих будущих сотрудников;
- использования государственного заказа;
- оплаты обучения сообществом малого бизнеса (рекомендуется создать организацию, в которую бы входили предприятия малого бизнеса, и при оплате установленных взносов по мере необходимости могли привлекать в свой бизнес молодых и образованных специалистов);
- выдачи банками кредитов на обучение под гарантии возврата кредита после трудоустройства выпускника.

Взаимовыгодное сотрудничество между вузами и работодателями позволит выпускать успешных работников, высокопрофессиональный и ответственный персонал.

Мы солидарны с предложениями на государственном уровне:

- внести изменения в соответствующую статью Закона о занятости населения РФ — предлагается считать социально уязвимыми и нуждающимися в особой поддержке всех молодых работников, впервые вступающих на рынок труда, а не только в возрасте до 18 лет;
- совершенствовать статистический учет положения выпускников вузов на рынке труда, создать единую систему мониторинга занятости выпускников вузов, определить стандарты учета для обеспечения сопоставимости статистических данных, предоставляемых вузами и предприятиями;
- более акцентированно включить проблемы профессиональной подготовки выпускников вузов в пространство взаимодействия социальных партнеров;
- расширить практику подготовки и переподготовки специалистов по государственному заказу — для подготовки наиболее востребованных специалистов предлагается вводить систему кредита, который государство или работодатель предоставляет студенту на образование и который счита-

⁸ Л. Низова, И. Соловьева. Рынок труда и рынок образовательных услуг // Человек и труд, 2008. № 12.

ется погашенным, если студент отработает на предложенном рабочем месте пять лет.

С 1 февраля 2008 года начался эксперимент по государственной поддержке предоставления образовательных кредитов студентам образовательных учреждений высшего профессионального образования, имеющих государственную аккредитацию. Реализация эксперимента базируется на двухсторонних договорах и соглашениях.

Предусматривается, что заемщик должен заключить с вузом договор об оказании платных образовательных услуг, а с поручителем — договор о предоставлении поручительства. Затем заемщик обратится в банк — участник эксперимента для заключения с ним договора образовательного кредита. Максимальная процентная ставка по образовательному кредиту не может превышать 10%. Заемщику предоставляется отсрочка по погашению основного долга и выплате процентов на весь срок обучения в вузе и три месяца после окончания учебы. Единственным способом обеспечения исполнения заемщиком своих обязательств перед банком является поручительство.

Однако данная практика не получила широкого распространения вследствие ряда неудобств: необходимости предоставления поручителя, а также короткого срока для возврата кредита.

Бизнес-сообществу в рамках реализации принципов социальной ответственности и социального партнерства адресованы следующие меры:

- активизация воздействия на количественные и качественные параметры подготовки специалистов как на стадии формирования образовательных стандартов и набора требуемых компетенций, так и в процессе информирования вузов и служб занятости о текущем спросе на рабочую силу;

- расширение взаимодействия с вузами, развитие благотворительной и спонсорской деятельности, предоставление материальной и финансовой поддержки учебным заве-

дениям, стипендий, грантов, безвозмездных кредитов студентам;

- развитие системы практик и стажировок;

- развитие негосударственных агентств содействия трудоустройству молодых специалистов⁹.

Трудоустройство выпускников является не только задачей вуза, но и представляет собой одно из приоритетных направлений государственной политики. Речь идет не просто о трудовой занятости выпускника, а о судьбе молодого человека, будущего его семьи, реализации творческих способностей, формировании высоких патриотических и гражданских качеств.

Заключение

В современных рыночных условиях, сложившихся в Российской Федерации в целом, необходимо максимально сближать понятия структуры рынка труда и его потребностей со структурой выпускников и их притязаний. Представляется, что этого можно добиться путем:

- совершенствования системы социального партнерства вуз-предприятие, работы хозяйствующих субъектов с университетами, предоставления мест практики, финансирования предприятиями образования студентов, начиная с четвертого курса их обучения;

- развития самосознания абитуриентов при выборе профессии, ориентации при этом на рынок труда;

- улучшения деятельности вуза как буфера между выпускниками и работодателями, рекламы своих выпускников, совершенствования образовательных программ исходя из потребностей рынка труда, работы со студентами по выявлению в них тех или

⁹ Рынок труда: состояние, перспективы, прогнозирование спроса: Монография / П. П. Лутовинов, Н. С. Демин, В. И. Колесников. УрСЭИ АТиСО. Челябинск: Фотохудожник, 2006. — 216 с.

иных потребностей в образовании и помощи в поиске своего профессионального пути в жизни;

- повышения эффективности государственной политики в области трудоустройства выпускников, поддержки работодателей в предоставлении им льгот по налогообложению заработной платы выпускников, создания государственной службы поддержки, создания государственных рабочих мест, контроля качества образования и рекламы дефицитных специальностей, поддержки предпринимательской инициативы молодежи и поощрения работодателей, создающих резервные рабочие места для молодых специалистов.

Список литературы

1. Белкин В. Н., Белкина Н. А., Владыкина Л. Б. Формирование конкурентоспособного человеческого капитала предприятия. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН. 2010. — 132 с.
2. Борисова О. В. Конкурентоспособность выпускников высших учебных заведений на рынке труда. Дисс. на соискание уч. степени к. э. н. Омск. 2009. — 136 с.
3. Борисова Н. В. Конкурентоспособность будущего специалиста как показатель качества и гуманистической направленности вузовской подготовки / Н. В. Борисова. Набережные Челны, 1996.
4. Максимова Е. В. Развитие конкурентоспособности студента в образовательном процессе университета. Автореф. дис. на соискание уч. степени к. п. н. Оренбург. Оренб. гос. ун-т. 2005. — 19 с.
5. Низова Л., Соловьева И. Рынок труда и рынок образовательных услуг // Человек и труд, 2008. № 12.
6. Рынок труда: состояние, перспективы, прогнозирование спроса: Монография / П. П. Лутовинов, Н. С. Демин, В. И. Колесников. УрСЭИ АТиСО. Челябинск: Фотохудожник, 2006. — 216 с.
7. Рынок труда: Учеб. пособие / Под ред. П. Э. Шлендера. М.: Вузовский учебник ВЗФЭИ, 2004.
8. Сальникова Л. Ю. Управление развитием конкурентоспособности выпускников вузов на рынке труда Уральского Федерального Округа // Научно-практический и аналитический журнал «Региональная экономика. Теория и практика». 2010. № 17. С. 34–39.
9. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность. М.: Экономика, 2005. — 504 с.

*L. Salnikova, Postgraduate Student, Faculty of Management of Chelyabinsk State University,
Student2046@yandex.ru*

MECHANISM OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF GRADUATES

Inertness of educational system is not in time behind rapid development of economy and the market, letting out noncompetitive experts. Cardinal changes in an education system and its pushing to a real market situation are necessary. In the work I shall develop the mechanism of the maximal overlapping of structure of graduates with structure of a national economy.

Key words: graduate, labour market, demand, offer, education, disproportion, the expert.

Микитенко И. В., заместитель директора по учебно-методической работе
Политехнического колледжа № 50, Москва, mikit-irina@yandex.ru

МОДУЛЬНО-КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В СРЕДНЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

В статье раскрывается сущность и содержание модульно-компетентного подхода подготовки конкурентоспособного специалиста в системе начального и среднего профессионального образования. Описываются причины перехода на модульную организацию курсов, а также анализируются современные трансформационные процессы в системе профессионального образования.

Ключевые слова: модульно-компетентный подход, ключевые профессиональные компетенции, качество обучения, конкурентоспособность работника.

Введение

В настоящее время на российском рынке труда происходят заметные изменения, вызванные рядом причин: падением спроса на неквалифицированный труд, внедрением автоматизированных систем управления производственными процессами, возникновением множества новых профессий, размытием границ между профессиями и т. д.¹, а это означает, что работникам приходится чаще переучиваться. Если раньше можно было поступить в хорошее учебное заведение и получить профессию почти на всю жизнь, то сегодня это невозможно. Перед системой среднего профессионального образования стоит задача обеспечить возможность получения непрерывного образования, т. е. образования в течение всей жизни.

Модульно-компетентный подход

Для решения поставленной задачи система начального профессионального образования (НПО) и среднего профессионального образования (СПО) должна стать гораздо более гибкой. Повышение адаптивности системы СПО можно реализовать с помощью модульно-компетентного подхода.

Концепция компетентного подхода лежит в основе третьего поколения обновленных стандартов (ФГОС СПО) и ориентирована на формирование не только знаний, но еще и умений, способностей формировать у выпускника коммуникации и другие ключевые компетенции. В рамках этой концепции все большее значение приобретает блок управленческих дисциплин.

Как отмечает А. И. Коваленко, компетентный подход можно и нужно использовать в теории конкуренции для раскрытия природы конкурентных преимуществ как ключевых компетентностей фирмы и понимания того, как личная профессионализация структурируется и трансформируется

¹ Медведев В. П., Денисова Л. Н. Модульно-компетентный подход к новым государственным образовательным стандартам // *Фундаментальные исследования*. 2009. № 2. С. 96–99.

в компетентность фирмы. Практическая значимость такого подхода заключается в упорядочивании соперничества как процесса профессионализации его субъектов и дополнении профессиональной компетентностной модели специалиста отдельным блоком, содержащим компетентности конкурентного поведения: способности выдерживать конкурентное напряжение и совершать конкурентные действия².

Э. Ю. Турова отмечает, что активизация ключевых компетенций приводит к генерации стратегической ценности продукта, повышению его значимости в восприятии потребителя, который, в свою очередь, оценивает преимущества, удобства и выгоды, а не технические и организационные аспекты деятельности компании по их созданию. Навыки и умения компании (компетенции) считаются ключевыми, если их уровень превосходит среднеотраслевой, и они являются уникальными и трудно копируемыми, т. е. присущими только одной компании. Идентификация своих ключевых компетенций для современной компании является стратегическим приоритетом³.

По мнению Ю. Б. Рубина, профессиональные компетенции индивидуальных субъектов предпринимательства являются основой профессиональных компетенций предпринимательских фирм. Предпринимательская структура обладает и реализует компетенции предпринимательства в избранных видах бизнеса, что обеспечивает необходимый уровень ее конкурентоспособности. Предпринимательские фирмы создаются ради формирования новых институциональных профессиональных компетенций. Профессиональные компетенции предпринимательских фирм являются кон-

курентными особенностями данных фирм, а их высокий уровень — одним из ключевых конкурентных преимуществ, инструментом создания и усиления других конкурентных преимуществ этих фирм⁴.

Обучение, основанное на компетенциях, наиболее эффективно реализуется в форме модульных программ. Для системы классического обучения, главной целью которого являлась передача некоторых практикоориентированных знаний, вполне естественна форма обучения, основанная на посеместровом обучении. Но для подхода, ориентированного на формирование у студента ключевых компетенций, организация образовательного контента строится на основе модулей, исходя как раз из этих ключевых компетенций. В соответствии с потребностью в обеспечении качества подготовки, с новым содержанием обучения меняется и структура обучения: оно строится на основе модулей, реализующих главную цель профессионального образования — формирования у студентов ключевых компетенций.

Возможности студента

Сегодня идет переориентация в оценке результата образования с понятий «подготовленность», «образованность» на понятия «компетенция», «компетентность», т. е. делается ставка на компетентностный подход в образовании. Новый подход требует нового проектирования как результатов образования, так и самого учебного процесса и механизма управления им. Новый, модульно-компетентностный подход позволяет студенту НПО и СПО в течение жизни получать непрерывное образование. Повышаются его шансы не только стать высококвалифицированным востребованным производством специалистом

² Коваленко А. И. О конкуренции теорий конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 6 (24). С. 114.

³ Турова Э. Ю. Значение интеллектуального капитала в достижении устойчивых конкурентных преимуществ современной компании // Современная конкуренция. 2010. № 6 (24). С. 66.

⁴ Рубин Ю. Б. Теория и практика профессионального предпринимательства. 11-е изд., перераб. и доп. М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2011. С. 316.

и быстро найти хорошую работу, но и быть способным успешно работать в постоянно изменяющейся ситуации, продолжать обучение и профессиональный рост, повышать конкурентоспособность на глобальном рынке труда.

Наконец, модульно-компетентностное обучение изначально было спроектировано как развивающийся, личностно-ориентированный метод профессионального обучения. В центр внимания была поставлена личность обучающегося и его познавательная деятельность. Такой подход был направлен на повышение качества обучения и оказания реальной помощи в подготовке конкурентоспособных работников.

Формы обучения

При новом подходе, помимо изменения образовательного контента, заметно меняются и формы обучения. Они становятся ориентированными на формирование ключевых компетенций. Например, в ходе обучения менеджменту у студента НПО и СПО развиваются способности не просто «отвечать», но проводить реальные презентации своих знаний и умений. Сочетание мультимедийных презентаций с модульно-компетентностным обучением позволяет обучающимся не только быстро осваивать и запоминать новый материал, но и успешно применять полученные знания на практике.

Многоступенчатость подготовки специалистов

Исходя из принципов модульно-компетентностного обучения, необходимо обеспечить многоступенчатость подготовки специалистов среднего звена (рабочих, техников, техников повышенного уровня). Многоступенчатость должна быть основана на тесной взаимосвязи педагогических кадров НПО и СПО и предприятий социаль-

ных партнеров, широком привлечении работодателей к разработке образовательных стандартов профессионального образования. Хотя, по данным социологических исследований, более 80% работодателей готовы к сотрудничеству уже сегодня, реальные связи НПО и СПО с предприятиями недостаточны, и здесь кроются огромные резервы, особенно в сфере обучения менеджменту.

Студент должен научиться применять на практике не только технические, но также сквозные и ключевые компетенции в различных трудовых ситуациях. От выпускников НПО и СПО требуются не только профессиональные, но и социальные, экономические, коммуникативные компетенции, компетенции в области информационных и коммуникационных технологий. Здесь решающей становится роль преподавания экономических дисциплин и, в частности, менеджмента, например таких направлений, как менеджмент качества.

Практическая значимость

Если набору чисто профессиональных навыков вполне можно обучить в рамках традиционной системы лекционных и семинарских занятий и лабораторных работ, то обучение работе в команде, взаимодействию в системе управления возможно только в реальных условиях производства. Это обстоятельство придает особое значение производственной практике и дипломному проектированию. Например, студенты МФТИ уже с третьего курса часть обучения проходят на реальных базах, с которыми вуз активно сотрудничает.

Именно практика должна стать источником требований к ключевым компетенциям. Причем речь идет не только о студентах, но и о преподавателях НПО и СПО, которые также (а, возможно, и в первую очередь) нуждаются в постоянной переподготовке. Фокус-группы с участием работодателей позволяют определить содержание

модулей и профессиональных компетенций в области менеджмента. Обучение менеджменту должно быть сделано более практико-ориентированным за счет проведения части занятий на базе предприятий социальных партнеров НПО и СПО.

Технологии обучения

В век всеобщей компьютеризации, когда мировая тенденция в образовании предполагает переход всего процесса обучения на новый технологический уровень с обязательным использованием информационных технологий, обучение в рамках НПО и СПО трудно представить без активного и постоянного использования ресурсов сети Интернет. Студенты должны получить навыки поиска информации, интернет-общения, планирования (в частности, навыки сетевого планирования), наконец, организации контроля с использованием ресурсов сети. Особенно это касается дисциплин управленческого цикла.

Эффективно и внедрение технологий «сквозного» дипломного проектирования. При этом роль обучения ключевым компетенциям в области менеджмента должна быть увеличена по сравнению с ее существующей, традиционной ролью.

Заключение

Опыт показывает, что в ведущих странах Запада вопросам обучения не только знаниям и умениям, но и коммуникационным навыкам, командной «игре», навыкам поддержания корпоративной культуры уделяется внимание не меньшее, чем формированию собственно профессиональных компетенций. Подобный опыт существовал и в СССР. Сегодня стоит задача не просто восстановить прошлый опыт, но и перенести его, с соответствующими коррективами, в учебный процесс НПО и СПО.

Список литературы

1. Медведев В. П., Денисова Л. Н. Модульно-компетентностный подход к новым государственным образовательным стандартам // *Фундаментальные исследования*. 2009. № 2. С. 96–99.
2. Коваленко А. И. О конкуренции теорий конкуренции // *Современная конкуренция*. 2010. № 6 (24). С. 114.
3. Рубин Ю. Б. Теория и практика профессионального предпринимательства. 11-е изд., перераб. и доп. М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2011. С. 316.
4. Турова Э. Ю. Значение интеллектуального капитала в достижении устойчивых конкурентных преимуществ современной компании // *Современная конкуренция*. 2010. № 6 (24). С. 66.

I. Mikitenko, Vice-Director on Educational and Systematic Work, Polytechnic College #50, Moscow, mikit-irina@yandex.ru

MODULE-COMPETENCE APPROACH AND ITS REALIZATION IN THE SECONDARY PROFESSIONAL EDUCATION FOR EXAMPLE MANAGEMENT

The article reveals the essence and content of the module-competence approach to training competitive specialist in primary and secondary professional education. The author describes the reasons for the transfer to a modular organization of courses, as well as reveal other transformation processes in the system of professional education.

Key words: module-competence based approach, key professional competence, quality of training, competitiveness of employee.

ПОДПИСКА - 2012

Журнал «Современная конкуренция» выходит 6 раз в год:

Январь Март Май Июль Сентябрь Ноябрь

1 номер	980 руб.	4 номера	3920 руб.
2 номера	1960 руб.	5 номеров	4900 руб.
3 номера (полугодие)	2940 руб.	6 номеров (годовая)	5880 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**;

по каталогу российской прессы «Почта России» (на 2-е полугодие 2012 г.),
подписной индекс **14246**;

через редакцию журнала, тел./факс: (495) 987-43-74.

Руководитель службы маркетинга: Н. М. Ларионова,
тел.: (495) 663-93-88 (доб. 1839, 1845), e-mail: nlarionova@mpra.ru

Доставка осуществляется заказной бандеролью с уведомлением.

Электронный выпуск, а также отдельные статьи журнала можно приобрести на сайтах
www.elibrary.ru и www.dilib.ru (к оплате принимаются все виды электронных платежей,
банковские карты, возможна также оплата с помощью SMS).

Учредитель и издатель ООО «Синергия ПРИНТ»
Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77–48220

Редакция:

Заместитель главного редактора *А. И. Коваленко*

Литературный редактор *Н. В. Разевиг*

Дизайн макета и верстка *Б. В. Зипунов*

Адрес редакции:

125190, Россия, Москва, Ленинградский просп.,
д. 80, корп. Г, офис 612

Тел.: (495) 663-93-88 (доб. 1554, 1833, 1839); (905) 510-00-58
e-mail: Alkovalenko@mpra.ru; www.moderncompetition.ru

Наши реквизиты:

ООО «Синергия ПРИНТ»

ИНН 7702267103

КПП 771901001

ОГРН 1027700400375

Р/с 40702810000000012018

ОАО «Московский кредитный банк», г. Москва

К/с 30101810300000000659

БИК 044585659

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: 23.05.2012

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в ООО «Галлея-Принт».
111024, г. Москва, ул. 5-я Кабельная, д. 2 Б
Заказ № 161