

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

# СОВРЕМЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Сентябрь–октябрь 2007 года №5 (5)

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

---

Редакционная коллегия  
журнала «Современная конкуренция»

Главный редактор:

**Новашина Татьяна Сергеевна**

кандидат экономических наук, доцент

Члены редколлегии:

**Бандурин Александр Владимирович**

доктор экономических наук

**Гельвановский Михаил Иванович**

доктор экономических наук

**Клейнер Георгий Борисович**

доктор экономических наук, профессор,  
член-корреспондент РАН

**Коробов Юрий Иванович**

доктор экономических наук, профессор

**Разу Марк Львович**

доктор экономических наук, профессор,  
Заслуженный деятель науки РФ

**Рубин Юрий Борисович**

доктор экономических наук, профессор,  
Почетный работник высшего  
профессионального образования

**Сорокин Дмитрий Евгеньевич**

доктор экономических наук, профессор

**Сушкевич Алексей Геннадьевич**

начальник Аналитического управления ФАС РФ

**Фатхутдинов Раис Ахметович**

доктор экономических наук, профессор

**Филиппов Альберт Владимирович**

доктор психологических наук, профессор,  
Заслуженный деятель науки РФ

**Юданов Андрей Юрьевич**

доктор экономических наук, профессор

# СОДЕРЖАНИЕ

---

## Хроника, события, факты

Новости бизнес-сообщества . . . . .	4
Календарь мероприятий . . . . .	12

---

## ФАС: антимонопольное регулирование (тема номера)

**Сушкевич А.Г.**

Применение законодательства о защите конкуренции к иностранным лицам и организациям . . . . .	13
--	----

Статья содержит анализ российского законодательства и практики иных юрисдикций и представляет несомненный практический интерес для руководителей и топ-менеджеров компаний, для специалистов в области ВЭД, для предпринимателей-практиков, но будет интересна и широкой аудитории.

**Алешин Д.А., Положихина М.А.**

Современные подходы ФАС России к анализу состояния конкурентной среды на товарных рынках . . . . .	25
---	----

Анализ товарного рынка является основой для принятия решений в антимонопольном регулировании. В августе 2006 года вступил в силу Приказ ФАС России от 25 апреля 2006г. № 108 «Об утверждении Порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке».

---

## Конкурентоспособная Россия

**Гельвановский М.И.**

Роль и границы конкуренции в решении задач повышения конкурентоспособности национальной экономики. . . . .	39
---	----

Окончание. Начало см. журнал «Современная конкуренция». № 4 (4) стр. 22-27

**Булатов Д.С., Карпунин В.И.**

Проблемы конкурентоспособности российских экспортеров продовольствия . . . . .	45
---	----

О проблемах конкурентоспособности российских экспортеров продовольствия, требующих безотлагательного решения, о перспективах развития АПК рассуждают участники прошедшей в июне 2007 года Второй аналитической конференции «Конкуренция: стратегия, тактика, модели, обучение».

**Муштурк О.З.**

Функциональная роль бизнеса и его обязательства перед обществом и государством . . . . .	58
---	----

Заниматься бизнесом — значит создавать материальные и нематериальные ценности для других, для общества, но, разумеется, не с альтруистических побуждений, не в ущерб, а с выгодой для себя. Отсюда следует, что в любой предпринимательской деятельности, в любом бизнесе помимо частного личного интереса всегда должен присутствовать и учитываться интерес общественный.

---

## Стратегия и тактика

**Мурычев А.В.**

Проблемы инновационного управления банковской деятельностью в России . . . . .	71
---	----

Инновационный процесс, т.е. процесс, связанный с созданием, освоением и распространением инноваций, охватывает все стороны деятельности банка. Особый интерес при этом вызывают новации в системе управления банком.

**Романова А.И.**

Конкурентоспособность предприятия:

методы оценки, стратегии повышения. . . . . 78

Располагая информацией о конкурентных позициях, предприятия получают возможность определить свои преимущества и узкие места, выбрать правильную стратегию и тактику поведения, адекватную реалиям рыночных процессов.

**Купцов М.М.**

Инновации как основа конкурентоспособности предприятия. . . . . 85

Компании, осуществляющие инновационный тип конкурентного поведения, должны инвестировать в научные исследования, поскольку это необходимо в современной конкуренции. Инновации необходимы в современном бизнесе, поскольку они защищают конкурентные позиции компании от наступления агрессивно настроенных новых конкурентов.

---

## **Безопасность бизнеса**

**Шестак В.А.**

Предупреждение преступлений в сфере предпринимательства . . . . . 93

Автор предлагает рассмотреть понятие предпринимательства (предпринимательской деятельности) методом «определения от противоположного», поскольку уголовным законодательством Российской Федерации дана дефиниция «незаконного предпринимательства».

**Адашкевич Ю.Н.**

Конкурентная разведка (бизнес-разведка) . . . . . 103

Концепция конкурентной разведки существовала уже давно, но воплотилась в жизнь и оформилась только в середине 90-х годов. Подобно многим инновационным и свежим деловым идеям, общее принятие конкурентной разведки деловым миром было достаточно медленным. И сама конкурентная разведка эволюционировала медленно, но сделала резкий рывок в последние несколько лет.

---

## **Слияния и поглощения**

От редакции . . . . . 109

**Чумаченко А.А**

Слияния и поглощения как фактор конкуренции  
в российском банковском секторе . . . . . 110

На протяжении последних нескольких лет процессы внутренней консолидации в российском банковском секторе характеризуются высокой интенсивностью. На фоне других национальных банковских рынков Россию в настоящее время отличает низкая степень проникновения иностранных игроков.

**Дун И.В.**

Инвестиционные банки на российском рынке M&A . . . . . 119

В статье проводится анализ рынка слияний и поглощений Центральной, Восточной Европы и России. Исследуются инвестиционные услуги банков по организации слияний и поглощений, а также причины возникновения спроса на эти услуги, развитие рынка M&A в России в последние годы и роль банков в этом процессе.

**Кобызев Д.И.**

Рынок слияний и поглощений в Израиле и в России:  
сравнительный анализ . . . . . 129

Сравнительный анализ рынков M&A в Израиле и в России, имевших схожие по некоторым параметрам предпосылки развития, производится впервые. В последние два года оба рынка продемонстрировали феноменальные результаты, однако пути достижения этих результатов были несколько отличными.

---

## **ФАС: консультации специалиста**

ФАС России: ответы на вопросы читателей . . . . . 141

---

## **Анонс**

Читайте в следующем номере . . . . . 144

# НОВОСТИ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА

## Июль

11 июля 2007 г. Совет Федерации РФ одобрил закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ». До этого над законом работала Госдума, приняв его в третьем чтении 6 июля. Теперь малый бизнес в России должен развиваться в рамках закона, который уже окрестили «рамочным».

Закон о государственной поддержке малого и среднего предпринимательства касается одной из самых крупных социально-экономических задач — развития сектора малого и среднего бизнеса. В законе определены общие принципы, инфраструктура, формы и условия поддержки. Среди условий — финансовой, имущественной, информационной, консультационной, поддержка субъектов, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, сельскохозяйственную деятельность и т. д. Особенно значима финансовая и имущественная, статьи 17 и 18.

Закон создает новую правовую ситуацию, новую правовую базу для деятельности бизнеса. По мнению вице-президента ТПП РФ Владимира Исакова, закон является огромной победой, потому что документ удалось принять не в «обескровленном» виде. Государство на деле показало, что оно поворачивается лицом к малому бизнесу, старается ему помочь.

\* \* \*

20 июля в Москве прошла международная конференция «Перспективы европейской банковской и финансовой системы». По мнению начальника операционного отдела Представительства Еврокомиссии в России Ханса Схофа, проект Твиннинг, в рамках которого состоялась конференция, объединил ведомства России, Италии, Европейского Союза для совместной работы по развитию конкуренции. «От обмена опытом и информацией выигрывают все, — сказал Х. Схоф, — поскольку проблематика конкуренции в финансовом секторе актуальна не только для России, но и для стран Евросоюза».

Проект Твиннинг направлен на развитие конкуренции в российском финансовом секторе посредством сокращения участия органов государственного управления федерального и регионального уровней в капитале финансовых организаций. Проект осуществляется бенефициаром в лице Федеральной антимонопольной службы совместно с министерством экономики и финансов Италии при поддержке Антимонопольного ведомства Италии, Банка Италии и агентства *Studiare Sviluppo srl*.

Заместитель министра экономики и финансов Италии Роберто Пинца в своем выступлении на конференции обратил внимание на то, что Италия является одной из наиболее плотно сотрудничающих с Российской Федерацией стран Евросоюза. Он оценил проект Твиннинг как удачную инициативу, которая вписывается в стратегическую линию сотрудничества российских и европейских органов власти.

В рамках конференции прошли две сессии, посвященные трансграничным слияниям и роли государственного сектора, а также сближению позиций и сотрудничеству российских финансовых учреждений с европейской финансовой системой.

Завершая конференцию, зам. руководителя ФАС России А. Кашеваров отметил, что у участников проекта Твиннинг сложились идентичные подходы к оценке роли конкуренции и государственного участия на финансовых рынках. Государственное участие необходимо там, где частный капитал по каким-то причинам неэффективен, а одной из основных задач регулирующих органов является формирование условий для развития устойчивой высококонкурентной банковской системы, пользующейся доверием потребителей.

\* \* \*

27 июля 2007 г. Президент России Владимир Путин подписал поправки к ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд». 1 октября 2007 г. второй пакет поправок к закону вступит в силу.

Закон «О внесении изменений в ФЗ “О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд” и отдельные законодательные акты РФ» предполагает упразднение региональных и местных Интернет-сайтов госзаказчиков и создание через 2,5 года единого всероссийского Интернет-портала, на котором будет публиковаться вся информация о размещении заказов. При этом с 1 января 2008 г. перестанут быть обязательными аналогичные публикации в федеральных печатных СМИ, в региональных — через 3 года.

Кроме того, новый закон ограничивает значимость субъективного критерия «квалификация участников» до 20%, а в исключительных случаях, например на выполнение аварийно-спасательных работ и оказание медицинских услуг, — до 45%.

Еще одно нововведение ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» и отдельные законодательные акты РФ — это право заказчика при проведении аукционов на сумму более 50 миллионов рублей на строительство, реконструкцию и капитальный ремонт объектов требовать от участника размещения заказов определенные документы. Они должны подтверждать, что за последние 5 лет участник размещения заказа выполнял аналогичные работы на сумму не менее 20% от начальной цены предполагаемого контракта.

В законопроекте также отдельно прописывается порядок проведения электронных аукционов и творческого конкурса.

\* \* \*

31 июля 2007 г. в г. Архангельске прошел семинар-совещание по вопросам контроля государственной и муниципальной помощи. Для обсуждения практики применения положений главы 5 ФЗ «О защите конкуренции» собрались представители центрального аппарата Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) и ее территориальных органов. Участники семинара проанализировали основные вопросы реализации норм главы 5 ФЗ «О защите конкуренции» и правоприменительной практики, а также сформировали рекомендации для антимонопольных органов по применению действующего законодательства, регулирующего предоставление государственной и муниципальной помощи.

По словам начальника управления государственной службы и контроля государственной помощи ФАС России Александра Кинева, контроль государственной помощи является одним из основных перспективных направлений деятельности ФАС России. По статистике антимонопольного органа, за десятилетний период более 50 процентов нарушений конкурентного законодательства в России допускают чиновники. «На сегодняшний день одна из главных задач антимонопольной службы — пресекать антиконкурентные действия органов власти — заявил А. Кинев, — а предоставление государственной помощи является наиболее опасным из этих действий по своему влиянию на состояние конкуренции и экономику в целом». Важнейшая цель, стоящая сейчас перед ФАС России и ее территориальными органами, заключается в формировании единого подхода к реализации государственной политики в этой новой, но крайне важной сфере, добавил он.

\* \* \*

Федеральная налоговая служба начала выявлять так называемые «серые» схемы, которые компании используют на рынке недвижимости. По оценкам специалистов, в 40% случаев компании на рынке недвижимости при совершении сделки уклоняются от уплаты налога в полном объеме. Арбитражный суд Москвы впервые вынес решение по делу о вексельной схеме, с помо-

щью которой риэлтеры продавали квартиры в новостройках. Суд признал, что использование схемы позволило одной из крупнейших российских риэлтерских компаний МИАН уклоняться от уплаты налогов: коротко принцип действия схемы — выручка занижается, а деньги за квартиру выводятся в компанию, которая не платила налоги, пишет газета «Коммерсант». По оценкам экспертов, сейчас на рынке новостроек до 40% всех сделок совершается при помощи вексельных схем.

\*\*\*

Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) подвела итоги проверки по выявлению нарушений действующего законодательства при выделении органами власти земельных участков под жилищное строительство во II квартале 2007 г. Всего за указанный период органами власти выделено 739 земельных участка, из них 600 — на аукционах. В результате проведенной проверки выявлено 79 нарушений.

«В настоящий момент наблюдается резкий рост числа аукционов: с 98 в IV квартале 2005 г. до 333 и 600 в I и II кварталах текущего года соответственно. Данное обстоятельство говорит о том, что строительный комплекс перестраивается на прозрачные рыночные отношения, а в Российской Федерации создается единое строительное пространство», — комментирует результаты проверки начальник Управления контроля ЖКХ, строительства и природных ресурсов Владимир Ефимов.

Кроме того, отмечается динамика снижения количества нарушений со стороны органов власти, хотя они еще, по-прежнему, имеют место, несмотря на жесткий контроль со стороны антимонопольного органа. «По всем фактам незаконного предоставления земельных участков ФАС России проводит антимонопольные расследования, по результатам которых соответствующие решения органов власти, а также заключенные на их основании договоры аренды подлежат отмене», — отмечает Владимир Ефимов.

Всего с конца 2005 года выявлено более 700 нарушений действующего законодательства при выделении земельных участков под жилищное строительство.

## Август

По данным Национальной ассоциации участников электронной торговли (НАУЭТ), в 2007 году более 60% электронных сделок пришлось на долю малых и средних предприятий. За первое полугодие их общий объем составил 2,543 млрд долл. По оценкам экспертов НАУЭТ, к концу года предприятия смогут заработать на электронных торгах свыше 5 млрд долл. Менее чем за год объем электронных контрактов, полученных малым бизнесом, вырос на 117%, составив в сумме более 6% от всего оборота предприятий сектора.

«Национальная ассоциация участников электронной торговли» (НАУЭТ) — некоммерческая негосударственная организация, объединяющая в своих рядах организации различных форм собственности, объединенные общей сферой деятельности. Данная сфера деятельности, получившая название электронная коммерция подразумевает, подразумевает использование электронных торговых площадок при осуществлении торгово-закупочной деятельности, розничной он-лайн-торговле, электронных государственных закупках, использовании Интернет в качестве канала продаж при предоставлении платных услуг в различных сферах деятельности.

Электронная торговля позволяет небольшим компаниям открывать новые для себя рынки. В частности, наиболее привлекательные сектора государственных и корпоративных закупок до недавнего времени были практически недоступны для малых и средних предприятий из-за действовавших в этом сегменте «серых» схем, в результате которых заказы распределялись в основном только среди своих. Развитие электронной торговли обеспечило большую прозрачность процессу закупок, открыв туда дорогу малому бизнесу, что сразу принесло результат.

По мнению президента НАУЭТ Александра Киселева, в будущем 2008 году малые и средние компании смогут получить контрактов уже на сумму более 7 млрд долл. Предполагаемый рост объемов электронной торговли позволит еще больше укрепить положение малого бизнеса.

\*\*\*

Развитие бизнеса и каждого работающего в нем складывается из трех составляющих: роста производительности, адекватного увеличения заработной платы, а также определенной «генерации креатива» как со стороны владельца предприятия, так и со стороны работника. К такому выводу пришли участники прошедшего в РИА-Новости круглого стола на тему «Профсоюзы в условиях рынка: сегодня и завтра».

На сегодняшний день российское трудовое законодательство, адаптированное к рыночным отношениям, содержит для работников минимальные социально-трудовые гарантии и нацеливает стороны трудовых отношений на договорное регулирование.

По мнению специалистов, Россия плавно подошла к тому моменту, когда профсоюзы не просто столкнулись, а отчасти уже пытаются адаптироваться, и часто безуспешно, к рыночным реалиям. Всплеск протестных движений пришелся на 2006 год, когда инициаторами выступлений являлись работники крупных транснациональных компаний. В качестве основных причин активизации протестных действий эксперты называют:

- относительно низкую заработную плату основных производственных рабочих;
- появление специфической группы недовольных работников, как правило, тех непрофильных предприятий, которые по решению компании были выведены из ее активов;
- просчеты менеджмента компании в плане проведения социальных программ.

Успешности протестных действий способствуют заинтересованность западного бизнеса в сохранении имиджа цивилизованной компании, соблюдение ими российского законодательства и поддержка работников бастующих предприятий международными профсоюзами.

\*\*\*

Министерство регионального развития презентовало стратегию массового строительства жилья до 2025 года. В рамках реализации данной стратегии в 2008-2010 годах предполагается создать новые госструктуры: Федеральное жилищное агентство, государственную лизинговую компанию в сфере строительства, а также Фонд содействия реформированию ЖКХ. Они займутся развитием строительного рынка и будут оказывать всестороннюю помощь бизнесу, например, в виде предоставления долгосрочных кредитов на строительство.

\*\*\*

В ближайшее время на российском фондовом рынке появится новый инструмент — биржевые облигации.

Поправки в закон о рынке ценных бумаг, позволяющие выпускать биржевые облигации сроком обращения не более года, не требующие государственной регистрации проспекта и отчета об итогах размещения, Президент Владимир Путин подписал еще в июле прошлого года. Но пока этим инструментом не воспользовалась ни одна компания. Не было необходимых подзаконных актов Федеральной службы по финансовым рынкам. Как только необходимые документы были подготовлены, биржи принялись регистрировать в ФСФР правила листинга и другие документы, а инвестбанки в это время искали клиентов.

Первой на рынок с новым инструментом выйдет аптечная сеть «36,6». Компания решила разместить на ММВБ биржевые облигации на 1 млрд руб. со сроком обращения 364 дня. Бумаги будут размещаться на аукционе по определению цены продажи, которая не может быть меньше 94%, говорится в сообщении «36,6».

Биржевые облигации могут выпускать только публичные компании, акции которых включены в котировальные листы. А размещать их они обязаны на той же бирже, где обращаются их акции. По прогнозам аналитиков, новым инструментом воспользуются многие публичные компании, для которых биржевые облигации вполне могут стать альтернативой банковским кредитам.

\* \* \*

Стремительно дорожающий труд — одна из тенденций современного рынка. При этом стоимость услуг топ-менеджеров растет быстрее, чем зарплаты рядовых сотрудников. В обзоре вознаграждения менеджеров, представленном международной консалтинговой компанией *HayGroup*, Россия заняла почетное четвертое место — после Саудовской Аравии, Объединенных Арабских Эмиратов и Гонконга: среднегодовой доход руководителя среднего звена составляет у нас около \$ 157 000 (более 4 млн руб.). Это более чем в 30 раз превышает зарплату среднестатистического россиянина (128 736 руб. в год).

Богатство капитанов бизнеса растет гораздо быстрее, чем доход среднестатистического работающего американца. В 1985 году среднегодовой доход топ-менеджеров 50 крупнейших американских компаний был в 40 с лишним раз выше, чем средняя зарплата в США. В 2005 году разница стала более чем 170-кратной.

Та же тенденция и в России. Средняя зарплата сотрудников «Газпрома» выросла за пять лет (с 2002 по 2006 г.) на 196 %. При этом средний размер вознаграждения членов правления и совета директоров вырос более чем в 5 раз (+437 %): в прошлом году он превысил \$ 1 млн (с учетом того, что чиновники, заседающие в совете, вознаграждений не получают). В Сбербанке размер вознаграждения членов правления и наблюдательного совета за пять лет вырос на 284 %, а средняя зарплата — всего на 34 %.

Механизм «расслоения» подробно описан в документах ПАО «ЕЭС России». Вознаграждение топ-менеджеров определяется в энергетической монополии с помощью четких критериев: заработок члена совета директоров зависит от размера чистой прибыли за год (каждому — по 0,05 %) и количества заседаний, в которых он принял участие. Доплата предусматривается и за рост курса акций (0,0175 % от абсолютного прироста средневзвешенной стоимости). Средний годовой размер вознаграждения в 2006 году составил 13,5 млн руб., динамика за пять лет — плюс 553 %. Средняя заработная плата по ПАО ЕЭС за тот же период выросла на 185 %.

## Сентябрь

С 10 по 15 сентября 2007 г. в Федеральной антимонопольной службе (ФАС России) в рамках развития сотрудничества с конкурентными ведомствами ряда стран Европейского Союза прошла консультативная встреча представителей антимонопольных ведомств Республики Болгарии, Республики Польша, Румынии, Республики Чехии и Финляндской Республики. Это мероприятие, направленное на реализацию международных соглашений о сотрудничестве российского антимонопольного органа с конкурентными ведомствами указанных стран, организовано при участии программы ТАСИС «Сближение норм конкуренции — Российская Федерация».

В ходе встречи эксперты из европейских конкурентных ведомств встретились с руководителями и специалистами структурных подразделений ФАС России, узнали об основных направлениях их работы, ознакомились с основными делами, проведенными службой за последние годы, а также обсудили состояние конкуренции в странах Восточной Европы и пути дальнейшего развития конкурентной политики.

Иностранцам экспертам представилась возможность познакомиться с главами недавно образованных управлений ФАС России (управление контроля социальной сферы и торговли, управление контроля размещения государственного заказа, управление контроля и административной реформы) и новыми направлениями деятельности ведомства.



По словам заместителя руководителя ФАС России Андрея Цыганова, в рамках встречи состоялось обсуждение перспектив дальнейшего развития сотрудничества и оказания взаимопомощи в поддержании конкуренции на рынках стран-участниц. «Российский антимонопольный орган уже давно ведет регулярное сотрудничество с конкурентными ведомствами многих стран, однако сегодня оно получило новую форму, которая позволяет нам изучать опыт друг друга на более качественном уровне», — отметил он. Как правило, специалисты антимонопольных ведомств знакомятся с практикой государственного регулирования в этой сфере в ходе стажировок или двусторонних семинаров и встреч, однако формат многосторонних встреч гораздо более эффективен, пояснил А. Цыганов.

\*\*\*

5 октября 2007 г. в Президент-отеле Российский союз промышленников и предпринимателей в партнерстве с Программой развития ООН (ПРООН), ОАО РАО «ЕЭС России» проводят Деловой форум: «Деловая репутация: ответственность, прозрачность, устойчивость» в рамках Международного конгресса «Деловая репутация и будущее России».

Программа Международного конгресса включает также экспозицию «Сделано в России: ответственный бизнес в действии», практические семинары и презентации с широким участием представителей российского бизнеса.

Темы, выносимые на обсуждение, охватывают вопросы ответственного ведения бизнеса и управления репутацией, включенности компаний в социально-экономическое развитие регионов, практики и технологий подготовки нефинансовых отчетов, а также формирования репутации работодателя, вопросы формирования молодого поколения предпринимателей и менеджеров, молодежной, демографической политики, участия бизнеса в приоритетных национальных проектах.

Интерес к данному мероприятию проявили международные организации: ПРООН, Бюро Глобального договора ООН, Глобальная инициатива по отчетности (*GRI*), Информационный центр ООН в России.

В работе Конгресса примут участие более 500 человек, включая представителей Администрации Президента РФ и Правительства РФ, Комитетов и Комиссий Государственной Думы и Совета Федерации Федерального Собрания РФ, руководителей профессиональных объединений и отраслевых ассоциаций, топ-менеджеров российских и зарубежных компаний, представителей экспертных и саморегулирующих организаций, научно-исследовательских и проектных институтов, региональных и местных органов власти, посольств и торговых представителей иностранных государств.

\*\*\*

В России может быть создан новый госорган по борьбе с коррупцией. На заседании Совета безопасности России в октябре будет рассмотрен законопроект «О противодействии коррупции». Подготовка законопроекта связана с тем, что в 2006 году Россия ратифицировала Конвенцию ООН против коррупции и Конвенцию Совета Европы об уголовной ответственности за коррупцию, после чего автоматически вошла в Группу стран против коррупции — ГРЕКО. Теперь за реализацией принятых Москвой антикоррупционных обязательств будут следить из-за рубежа. ГРЕКО уже направила в Россию вопросник, ответы на который позволят оценить соответствие российских законов нормам конвенций. В нем, например, содержатся такие вопросы: насколько открыты органы госвласти, существует ли особая процедура приема на работу чиновников, обучаются ли они принципам поведения на госслужбе и т. д. До 31 октября ответы России должны быть направлены в ГРЕКО. А в конце 2007 — начале 2008 года в Россию приедут международные инспекторы, чтобы посмотреть, как эти нормы реализуются на практике. Свой вердикт ГРЕКО озвучит в середине 2008 года, на пленарном заседании. Законопроект «О противодействии коррупции» был разработан межведомственной рабочей группой (МРГ) и содержит целый ряд профилактических антикоррупционных мер. Например, декларирование доходов и имущества будет предписано не

только чиновникам, но и членам их семей, санкции за недостоверное декларирование чиновниками своего имущества и доходов и т. д. Но только закона и стратегии по противодействию коррупции недостаточно. Конвенции требуют также создания независимого органа, отвечающего за борьбу с коррупцией. Эксперты отмечают: в странах, где есть сильная воля бороться с коррупцией, такие органы действуют очень неплохо.

\*\*\*

В сентябре в Москве началась реализация проекта «Неотложная правовая помощь малому бизнесу Москвы», предусмотренного программой правительства Москвы. Старту этого масштабного проекта был посвящен круглый стол, который состоялся 12 сентября в Центральном доме предпринимателя.

Генеральный директор ЗАО МАРП, компании, курирующей этот проект, подробно рассказал участникам круглого стола о целях и задачах «Неотложной правовой помощи МБМ», технологии работы НПП, познакомил с основными исполнителями проекта.

В настоящее время предпринимателю, занимающемуся развитием своего бизнеса в городе, достаточно часто приходится сталкиваться с большим числом контролирующих и регламентирующих органов как городского, так и федерального подчинения.

Создание многочисленных проверяющих органов оправдано с точки зрения государственных задач, но порой ограничивает возможности предпринимателей, в большинстве своем не имеющих специального образования, правильно среагировать на действия проверяющих и вести себя подобающим образом и самое главное нейтрализовать последствия этих проверок.

«Неотложная правовая помощь малому бизнесу Москвы» (НПП МБМ) — это юридическая поддержка субъектам малого предпринимательства, в т. ч. обеспечение защиты прав предпринимателей при проведении государственного контроля.

Помощь предоставляется субъектам малого предпринимательства при обращении в НПП МБМ по телефону «горячей линии» в случаях:

- возникновения конфликтных ситуаций с органами, наделенными правами осуществления проверок и контроля;
- нарушения имущественных прав субъектов малого предпринимательства третьими лицами;
- возникновения угрозы законным правам обратившегося на свободное осуществление предпринимательской деятельности.

\*\*\*

Многие начинающие столичные предприниматели зачастую даже не имеют представления о тех возможностях, которые предоставляются в рамках программ правительства г. Москвы, направленных на развитие малого бизнеса. Те же, кто пытается разобраться в нормативных документах, регламентирующих выделение муниципальных субсидий и субвенций, в большинстве случаев отказываются от идеи воспользоваться государственной поддержкой — слишком объемным кажется список необходимых документов и чрезвычайно сложной — процедура рассмотрения заявки.

Московское агентство по развитию предпринимательства (МАРП) входящее в состав структуры поддержки малых предприятий г. Москвы уже более 10 лет успешно решает задачи по развитию малого предпринимательства в г. Москве; содействию в реализации программ развития малого предпринимательства, осуществляемых Правительством Москвы; информационно-правовому обслуживанию и предоставлению консалтинговых услуг для предприятий и предпринимателей, а также представление их интересов.

МАРП предлагает начинающим бизнесменам целый комплекс услуг, которые максимально упрощают процедуру получения финансовой помощи в рамках муниципальной программы г. Москвы по

развитию малого бизнеса — начиная от первоначальных консультаций и подготовки необходимых документов и заканчивая сопровождением в процессе рассмотрения заявки.

В рамках одной из таких программ — Финансирование проектов «старт ап» (*start up*) — субъекты малого предпринимательства г. Москвы, с момента государственной регистрации которых прошло менее года, имеют возможность получить до 200 тыс. рублей в виде целевой субсидии. Кроме этого, в рамках реализации инновационных проектов молодые предприниматели (возраст — до 27 лет) могут получить финансовую помощь в виде субвенций (до 200 тыс. рублей) и субсидий до (750 тыс. рублей).

Данные субсидии и субвенции предназначены, в первую очередь, для финансирования начальных затрат на «запуск» бизнеса или реализацию инновационных проектов, в тот период, когда предприниматели фактически лишены возможности привлечения банковских бизнес-кредитов. Единый телефон горячей линии для предпринимателей (495) 782 0005.

\* \* \*

Участвовать в разработке российского шельфа могут и должны прежде всего российские компании. Такое мнение высказал журналистам глава Министерства природных ресурсов (МПР) РФ Юрий Трутнев, комментируя подписание соглашения Газпрома с французской *Total* о разработке Штокмановского месторождения. При этом министр заметил, что российские компании, в свою очередь, имеют право привлекать иностранных партнеров.

По словам Ю. Трутнева, прежде всего необходимо разработать механизм освоения российского шельфа. При этом он подчеркнул, что контролировать этот процесс должна Российская Федерация. «Каким инструментом этот контроль будет реализовываться — это предмет долгого обсуждения. Цена вопроса слишком велика», — заметил министр. По его словам, проблема в том, что слишком много участков недр шельфа не распределено.

Отвечая на вопрос о том, будут ли иметь в этом процессе (распределении недр) приоритет российские госкомпании «Газпром» и «Роснефть», Ю. Трутнев отметил, что это решение будет приниматься правительством. МПР свое предложение на этот счет внесло, сказал министр, не уточнив его сути. По прогнозу Ю. Трутнева, к обсуждению этого вопроса кабинет министров вернется осенью 2007 года.

\* \* \*

«Газпром» вмешался в планы РАО «ЕЭС России» по реформированию энергетики. По результатам обмена между спецхолдингами газовая монополия получает контроль в трех из семи крупнейших генкомпаний страны, работающих на органическом топливе.

По мнению аналитиков, это изменяет концепцию формирования независимых и конкурирующих ОГК. Из-за этого они снизили прогноз по стоимости генерирующих активов энергохолдинга на 5 млрд долл.

Авторы исследования «РАО «ЕЭС»: «Газпром» меняет правила» пришли к выводу, что если доминирующее положение газовой монополии не будет ограничено, то свободный рынок генерации уже не удастся в полном объеме сформировать к 2011 году. Это привело к снижению оценки чистой приведенной стоимости долей холдинга в генерирующих компаниях в расчетах экспертов с 50,7 до 45,7 млрд долл.

Изначально предполагалось не передавать по контроль стратегическому инвестору более одной ОГК и больше двух ТГК. Впрочем, РАО «ЕЭС» и теперь не намерено допускать ограничения свободной конкуренции на рынке генерации. Одним из вопросов заседания совета директоров значились меры по предотвращению монополизации на рынках электроэнергетики (мощности).

ФАС России проявил интерес к данной ситуации. Согласно поправкам, внесенным в закон «Об электроэнергетике» по предложению ФАС, статья 25 предусматривает меры по ограничению монополизации в области электроэнергетики.

## КАЛЕНДАРЬ МЕРОПРИЯТИЙ

Дата	Наименование, тема	Организатор	Место проведения	Телефон, факс, e-mail
<b>СЕМИНАРЫ И КОНФЕРЕНЦИИ</b>				
18–19 октября	III ежегодная конференция «Рынки капитала: IPO и долговые инструменты»	ВЕДОМОСТИ	Москва, «Ритц-Карлтон Москва»	Контактное лицо: Лидия Гришина Тел.: (495) 956-2536
22–23 октября	Российско-германский форум «Деловые и инвестиционные возможности регионов России»	ТПП России, компания «РЕСТЭК Интернэшнл» (г. Санкт-Петербург)	Гамбург (Германия)	Контактное лицо: Вероника Евсеева Тел.: (812) 603-23-22, факс: (812) 603-23-20 E-mail: evseeva@restec.ru
30 октября	Налоговая система России и перспективы развития бизнеса	Ведомости	Москва, «Марриотт Гранд Отель»	Контактное лицо: Лидия Гришина Тел.: (495) 956-2536
02–08 ноября	16-я международная бизнес-конференция «Инновации – основа диверсификации экономики»	РБК	Токио, Япония	Тел. (495) 363-1119; 363-1111 E-mail: conference@rbc.ru www.conf.rbc.ru
9 ноября	Бизнес-форум «Совет директоров потребительского рынка» Главная тема: «Успешные стратегии равноправного партнерства лидеров потребительских рынков России и Евросоюза»	BBPG Part of Expromedia Group Plc	Брюссель, Бельгия	Тел./факс: +7 (495) 781-1134, 514-1376
14 ноября	Банковский форум «Привлекательность российских банков для инвесторов и клиентов»	Ведомости	Москва, «Балчуг Кемпински»	Контактное лицо: Лидия Гришина Тел.: (495) 956-2536
16 ноября	III ежегодная конференция «Инвестиционный потенциал рынка высоких технологий в России»	Ведомости	Москва, «Марриотт Гранд Отель»	Контактное лицо: Лидия Гришина Тел.: (495) 956-2536 E-mail: l.grishina@vedomosti.ru
20–21 ноября	II ежегодная конференция Ритейл в России	Ведомости	Москва, «Марриотт Гранд Отель»	Контактное лицо: Мария Остроумова Тел.: (495) 956-2536
22–23 ноября	Семинар «Как открыть ресторан и другие предприятия общественного питания»	Компания Restcon	Москва, Даев переулок, 20, Бизнес-центр «Даев-Плаза»	Тел.: +7 (495) 507-3825, 517-8571 Факс: (495) 675-3509

УДК 339.137.025

*Сушкевич А.Г., начальник Аналитического управления ФАС РФ*

## ПРИМЕНЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ К ИНОСТРАННЫМ ЛИЦАМ И ОРГАНИЗАЦИЯМ

*Комплекс явлений, который сегодня принято называть глобализацией товарных и финансовых рынков, сводится не только к формированию трансграничных потоков капитала и товаров в качестве определяющего фактора конъюнктуры мировых и национальных рынков, но также включает в себя явление, в известной степени препятствующее такому развитию событий. Речь идет об ограничении конкуренции на внутренних рынках определенного государства, которое является следствием действий иностранных лиц или организаций, совершаемых ими за пределами его юрисдикционной территории (далее — внутреннее ограничение конкуренции иностранными хозяйствующими субъектами). Статья содержит анализ российского законодательства и практики иных юрисдикций и представляет несомненный практический интерес для руководителей и топ-менеджеров компаний, для специалистов в области ВЭД, для предпринимателей-практиков, но будет интересна и широкой аудитории.*

### Введение

**Ф**акторы, ведущие к глобализации товарных и финансовых рынков (прежде всего существенное удешевление коммуникации и транспортировки грузов), облегчают осуществление любой координации, направленной на ограничение конкуренции и монополизацию рынка: заключение и контроль исполнения картельного соглашения осуществление ограничивающих конкуренцию согласованных действий, совершение сделок (слияний и поглощений). Кроме того, глобализация товарных и финансовых рынков сама по себе способна придать международный аспект одностороннему антиконкурентному поведению, в частности, когда доминирующая на

рынке компания исключает из сферы обслуживания национальные рынки (потребителей) целых стран, или устанавливает монопольно высокую цену, или проводит ценовую дискриминацию, либо когда такая компания посредством вертикальных соглашений (с дилерами, дистрибьюторами, агентами, иными посредниками) препятствует доступу на рынок конкретной страны или устраняет с него своих конкурентов.

Гипотетически, из множества известных и легально определенных видов антиконкурентного поведения участников рынка отдельные его разновидности действительно могут иметь своим следствием внутреннее ограничение конкуренции иностранными хозяйствующими субъектами. С наибольшей правдоподобностью

к таким видам поведения могут быть отнесены:

- соглашение продавцов-конкурентов о цене на товар, в результате которого на внутреннем рынке определенного государства удовлетворение спроса на товар осуществляется за счет импорта такого товара по установленной в соглашении цене; при этом не имеет значения, ввозится ли товар непосредственно участниками соглашения либо иными лицами;

- соглашение продавцов-конкурентов о глобальном разделе рынков, в результате которого на внутреннем рынке определенного государства устраняется конкуренция между участниками соглашения; критерий раздела рынка (по группам потребителей, разновидностям товара, географическим зонам обслуживания и т.п.) при этом значения не имеет;

- соглашение, в котором могут участвовать как конкуренты, так и не конкурирующие хозяйствующие субъекты, которое создает препятствия доступу на внутренний рынок определенного государства; предметом такого соглашения может быть, например, отказ его участников предоставить иному хозяйствующему субъекту права на результаты интеллектуальной деятельности, средства индивидуализации товаров (работ, услуг), фирменное наименование, без получения которых доступ на соответствующий внутренний рынок определенного государства невозможен;

- соглашение, предметом которого является бойкот внутреннего рынка определенного государства;

- односторонние действия хозяйствующего субъекта, результатом которых является запрещенное национальным законодательством злоупотребление доминирующим положением конкретного вида на товарном рынке;

- координация иностранным хозяйствующим субъектом деятельности независимых организаций, в результате которой устраняется конкуренция таких организаций

на внутреннем рынке определенного государства.

В соответствии с природой, целями деятельности и набором полномочий антимонопольного органа он обязан реагировать на антиконкурентный эффект индивидуального или группового поведения хозяйствующих субъектов в случае внутреннего ограничения конкуренции иностранными хозяйствующими субъектами. Административная и экономическая природа такого реагирования вполне понятна: как и при обнаружении ограничения конкуренции хозяйствующими субъектами-резидентами, антимонопольный орган проводит расследование, выявляет нарушение, анализирует соответствующий товарный рынок и предписывает нарушителям совершить действия, направленные на восстановление конкуренции.

В условиях глобализации многих товарных рынков внутреннее ограничение конкуренции иностранными хозяйствующими субъектами порождает проблему доступности для антимонопольного органа адекватного правового инструментария в целях понуждения нарушителя исполнить предписанные действия, а также, что еще сложнее, в применении к нарушителю наказания, предусмотренного национальным законодательством за ограничение конкуренции конкретного вида. В отличие от некоторых иных сфер общественных отношений (например, связанных с пресечением террористической деятельности) в области защиты конкуренции еще не сформировано международно-правовое регулирование системы многостороннего сотрудничества (попытки дополнить положения договора о ВТО соответствующими положениями пока что безрезультатны), рано говорить об универсальной антимонопольной юрисдикции, которая бы гарантировала неотвратимость наказания за совершение антиконкурентных действий, международные институты многостороннего сотрудничества находятся в зачаточном состоянии.

Задача настоящей работы — показать уже наметившиеся пути решения этой проблемы в деятельности антимонопольных органов отдельных государств (а также наднациональных квазигосударственных образований по типу Евросоюза) и проанализировать адекватность российского антимонопольного законодательства и практики защиты конкуренции поставленной проблеме.

### **Применение законодательства о защите конкуренции к иностранным лицам и организациям: формирование элементов доктрины в США и Евросоюзе<sup>1</sup>**

США значительно раньше любого другого государства столкнулись с проблемой внутреннего ограничения конкуренции иностранными хозяйствующими субъектами хотя бы в силу того, что первый федеральный закон о защите конкуренции — широко известный акт Шермана — был принят в этой стране в 1890 году. Однако до 1945 года американские суды не применяли антимонопольное законодательство в отношении иностранных хозяйствующих субъектов. Такая позиция была сформирована Верховным судом США в деле *American Banana*

*Co v. United Fruit Co* в 1909 году и отражена в словах члена Верховного суда США Оливера Венделла Холмса: «По общему и почти универсальному правилу законность или противозаконность действия должна определяться по закону страны, в которой действие совершено». Лишь в 1945 году решением второго апелляционного окружного суда создается прецедент, который лег в основу доктрины, сохранившей свою силу и до сегодняшнего дня. Суд, рассматривая дело *US v. Aluminium Co of America* (дело *Alcoa*), установил, что американские и иностранные производители алюминия заключили в Швейцарии картельное соглашение, в соответствии с которым определили квоты на продажи алюминия каждым из участников соглашения в целях установления новой, более высокой рыночной цены на этот металл. Суд решил, что в данных обстоятельствах акт Шермана должен быть применен также к канадской компании — участнице картельного соглашения, поскольку «любое государство вправе налагать обязательства на лицо, даже не зависящее от него, за совершенные за границей государства действия, последствия которых имеют место в пределах его границ», а также установил, что акт Шермана применяется к соглашениям, заключенным за пределами Соединенных Штатов, целью и результатом которых является воздействие на американскую внутреннюю торговлю.

Именно этот прецедент лег в основу «доктрины эффекта», которая обосновывает применение акта Шермана к иностранным хозяйствующим субъектам в случае, если их антиконкурентные действия ограничили торговлю в США.

Пределы применения акта Шермана к иностранным хозяйствующим субъектам были впервые установлены судом при рассмотрении дела *Timberlane Lumber Co v. Bank of America* в 1976 году. Девятый окружной апелляционный суд решил, что при таком применении акта Шермана следу-

<sup>1</sup> Обзор практики применения законодательства о защите конкуренции США и Евросоюза подготовлен с использованием следующих источников: Alison Jones and Brenda Sufrin, *EC Competition Law*, Oxford University Press, second edition, 2004.; Ячейстова Н.И. *Международная конкуренция: законодательство, регулирование и сотрудничество*. ООН, Нью-Йорк и Женева, 2001; Эрнест Гелхорн, Вильям Ковасик. *Антитрестовское законодательство и экономика*, International Law Institute, 1995; Рабочие материалы по экстраэриториальному применению антимонопольного законодательства, подготовленные экспертом проекта ТАСИС Винченцо Скордамалия по проекту Approximation of Competition Rules, Russian Federation EUROPEAID/119673/S/CV/RU (2005/103-919).

ет обязательно учитывать «соображения международной вежливости, т.е. требования правил вежливости, удобства и доброй воли, которые соблюдаются государствами в их взаимных отношениях, хотя такие правила и не являются юридически обязательными для них». Дело рассматривалось по иску американской компании *Timberlane Lumber Co*, которая обвиняла компании и государственных чиновников Гондураса в сговоре с целью не допустить *Timberlane Lumber Co* на гондурасский рынок пиломатериалов. Американская компания планировала организовать экспорт гондурасских пиломатериалов в США. Не ставя под сомнение доктрину эффекта, судья Чоу указал, что при принятии решения по делу «три фактора должны быть проанализированы. Во-первых, как было установлено ранее (в деле *Alcoa — Сушкевич А.Г.*), антимонопольное законодательство требует, что определенное воздействие — реальное или потенциальное — на американскую внешнюю торговлю должно предшествовать законному применению федеральными судами США акта Шермана (в отношении иностранных лиц и организаций — *Сушкевич А.Г.*). Во-вторых, может потребоваться убедительная демонстрация бремени или ограничения, связанного с таким воздействием, чтобы показать, что само воздействие достаточно велико, чтобы рассматриваться в качестве признаваемого судом вреда, причиненного истцу, а также являться нарушением акта Шермана, за которое не установлена уголовная ответственность. В-третьих, есть дополнительный вопрос, проистекающий из особенностей международных отношений, а именно — действительно ли интересы США и их вовлеченность в конкретное дело, включая степень воздействия на американскую торговлю, затронуты настолько сильно и выражены так явно относительно интересов и вовлеченности других стран в такое дело, что экстра-территориальное применение (акта

Шермана — *Сушкевич А.Г.*) может быть оправдано». И в решении по делу *Timberlane Lumber Co v. Bank of America*, и в последующем решении по делу *Mannington Mills Inc v. Congoleum Corp* (1979) был формализован набор обстоятельств, которые должны быть рассмотрены судами при вынесении решения о применении акта Шермана в отношении иностранного лица или организации с целью нахождения правильного баланса между доктриной эффекта и соображениями международной вежливости. К таким обстоятельствам относятся:

- является ли рассматриваемое поведение иностранных лиц или организаций нарушением законов страны их нахождения;
- национальная принадлежность или зависимость сторон дела от какого-либо государства или основное место осуществления деятельности организации, участвующей в деле;
- насколько вероятно применение антимонопольного законодательства иным государством в целях устранения выявленного нарушения;
- относительная значимость воздействия нарушения на Соединенные Штаты в сравнении со значимостью такого воздействия на иные страны;
- наличие прямого умысла причинить вред американской торговле, предсказуемость такого эффекта, значимость нарушения в сравнении с аналогичными нарушениями, совершенными в Соединенных Штатах.

Сложившаяся судебная практика была использована законодателем при изменении акта Шермана в 1982 году: изменение установило, что федеральные антимонопольные законы применяются к отношениям, связанным с заключаемыми за пределами США договорами (за исключением договоров, связанных с импортом в США) с участием иностранных лиц и организаций или только ими, лишь в том случае, если их реализация имеет непосред-



ственное, существенное и разумно предсказуемое воздействие на американскую торговлю. Таким способом законодатель распространил принципы, выработанные судом в деле *Alcoa* (добавив принцип разумной предсказуемости воздействия на американскую торговлю), на отношения, связанные с заключением договоров за пределами США иностранными лицами и организациями.

В этой связи является показательным дело *Hartford Fire Insurance Co v. California*, рассматривая которое в 1993 году Верховный суд США признал нарушившими акт Шермана несколько перестраховщиков Великобритании и США, которые договорились не заключать договоры с определенными страховщиками, что сделало недоступными для американских потребителей в США отдельные виды страхования. Мнение большинства судей состояло в том, что «акт Шермана применяется к действиям иностранных компаний, которые нацелены на достижение заранее определенного эффекта в США и действительно достигли такого эффекта». Суд исходил из того, что сначала должна быть установлена возможность применения акта Шермана к иностранным компаниям, затем должно быть подтверждено, что такое применение оправдано по соображениям международной вежливости. В случае *Hartford Fire Insurance Co v. California* соображения международной вежливости допускали применение акта Шермана в отношении перестраховщиков из Великобритании: мнение американского суда состояло в том, что, хотя поведение участников картеля из Великобритании и не нарушало законов этой страны, власти Великобритании не понуждали их к участию в картеле, а значит, они не имели оснований препятствовать осуществлению американского правосудия в отношении британских компаний.

Нужно отметить, что в самом юридическом сообществе США нет полного согласия по поводу такой процедуры примене-

ния акта Шермана: оспаривается как необходимость принимать во внимание соображения международной вежливости (поскольку они ведут к сомнениям в универсальности действия акта Шермана), так и подчиненная роль соображений международной вежливости, которые, по мнению критиков, должны предшествовать выяснению вопроса о применимости акта Шермана к конкретным отношениям и лицам.

Оба федеральных антимонопольных ведомства США — и Минюст, и Федеральная торговая комиссия — последовательно используют свои полномочия в отношении иностранных лиц и организаций: направляют им информационные запросы, прикажут доставить находящиеся за пределами США документы, предписывают совершить действия для устранения нарушения и его последствий. Такая практика следует из совместно изданных ими в 1995 году рекомендаций по зарубежному применению антимонопольного законодательства, которые основаны на доктрине эффекта, сбалансированной соображениями международной вежливости. В общем случае запросы, приказы и предписания исполняются нарушителями или подозреваемыми под угрозой привлечения к уголовной ответственности компаний-нарушителей и их руководителей в случае нахождения на территории США.

Наиболее последовательно доктрина эффекта была применена в деле *United States v. Nippon Paper Industries Co*, предварительное расследование по которому проводилось Министерством юстиции США и которое стало первым случаем привлечения к уголовной ответственности иностранного лица за нарушение акта Шермана. Участниками картеля, который установил цены на поставляемую в США бумагу для факсов, являлись только японские компании, свои действия в рамках соглашения они осуществляли на территории Японии (собрания, контроль за

соблюдением картельного соглашения его участниками, продажи дистрибьюторам с указанием цены перепродажи товара американским покупателям). Апелляционный суд первого округа подтвердил выводы Минюста о том, что японские компании нарушили акт Шермана, и принял решение об уголовном наказании участников картеля.

Экстратерриториальное применение акта Шермана американскими судами и федеральными антимонопольными органами США зачастую встречает открытое противодействие иных государств. В частности, под влиянием такой практики в Великобритании в 1980 году, а позднее почти во всех остальных странах — членах Евросоюза, принимаются законы, которые позволяют уполномоченному органу государственной власти своим решением запрещать лицу или организации выполнять указания (приказы, предписания) суда или органа власти иного государства, если это вредит торговым интересам государства.

Доктринальные положения европейского антимонопольного законодательства в части его применения к иностранным лицам и организациям формируются под влиянием отличных, сугубо европейских правовых реалий.

Определяющее влияние на этот процесс оказала доктрина единой экономической организации как субъекта рыночных отношений и единого объекта регулирования, введенного статьями 81 и 82 договора о создании ЕС. Единая экономическая организация в понимании Еврокомиссии (и Европейского суда, согласившегося с таким толкованием договора о создании ЕС) может включать в себя несколько юридических лиц, связанных отношениями контроля, а именно: материнскую компанию и ее дочернее общество в том случае, если дочернее общество «не обладает экономической независимостью от материнской компании» или если «такие предприятия составляют экономически единое целое, внутри которого дочернее

общество не имеет возможности самостоятельно определять свое поведение на рынке». «Унифицированное поведение на рынке дочернего общества и его материнской компании превалирует над формальным разделением таких компаний, проистекающим из того обстоятельства, что каждое из них является юридическим лицом» и позволяет квалифицировать такие лица в качестве единой экономической организации.

Доктрина единой экономической организации как объекта, к которому применяются установленные в статьях 81 и 82 договора о создании ЕС запреты, неизбежно поставила вопрос о применении таких запретов к иностранным лицам и организациям (в совокупности с установленной ответственностью за их нарушение), дочерние общества которых нарушили такие запреты на территории Евросоюза. Прецедентным является дело *ICI v. Commission (Dyestuffs)*, рассмотренное Еврокомиссией в 1972 году. В рамках дела Еврокомиссия выявила классическое картельное соглашение продавцов анилинового красителя, которые согласовали цену на этот товар при продажах в Евросоюзе. Один из участников картеля — компания *ICI* — базировалась в стране, не входящей в Евросоюз, и реализовывала положения картельного договора, давая обязательные для исполнения указания своему дочернему обществу, находящемуся в Евросоюзе. Еврокомиссия решила, что «правила конкуренции, установленные в договоре о создании ЕС, применяются ко всем случаям ограничения конкуренции, которые имеют своим результатом или целью последствие, указанное в статье 81 (1). Таким образом, не является необходимым выявление факта, находится или нет в пределах Сообщества лицо, которое своими действиями ограничило конкуренцию (для привлечения такого лица к ответственности — *Сушкевич А.Г.*)».

Компания *ICI* предприняла попытку оспорить решение Еврокомиссии по основа-

нию неправомерного применения комиссией статьи 81 договора к иностранной компании. Показательно, что Еврокомиссия в защиту своей позиции не использовала доктрину эффекта, но указала, что «хотя дочерние общества, находящиеся в Сообществе, являются самостоятельными юридическими лицами, в реальности они лишь исполняли указания своих материнских компаний», поэтому «являлись не более чем продолжением *ICI* на пространстве общего рынка». Европейский суд поддержал позицию Еврокомиссии и в своем решении впервые открыто использовал доктрину единой экономической организации для оправдания применения европейского законодательства о защите конкуренции к иностранной компании.

Однако следующее дело, рассмотренное Еврокомиссией, уже содержало принципиально новое основание для применения статьи 81 договора о создании ЕС в отношении иностранных компаний, так называемую доктрину осуществления. Дело в том, что раскрытый в 1985 году «целлюлозный» картель состоял из 43 производителей целлюлозы и двух торговых ассоциаций, причем все они были зарегистрированы в странах, не являвшихся на то время членами Евросоюза, т.е. являлись иностранными компаниями и объединениями компаний. Более того, участники картеля осуществляли прямые продажи целлюлозы по установленной в соглашении цене на общий рынок и не использовали для этой цели дочерние общества или филиалы, что не позволяло Еврокомиссии применить статью 81 договора о создании ЕС, основываясь на доктрине единой экономической организации. Решение Еврокомиссии по делу целлюлозного картеля ссылалось на заимствованную из американской правовой практики доктрину эффекта, которая, по мнению комиссии, оправдывала применение установленных статьей 81 запретов в отношении соглашения, все участники которого являлись иностранными

компаниями. Такая позиция Еврокомиссии была поддержана в Европейском суде Генеральным адвокатом (назначаемое Советом Европы независимое лицо, обязанностью которого является экспертная помощь Европейскому суду в рассмотрении дела; всего назначено 9 Генеральных адвокатов).

Однако суд счел необоснованным применение доктрины эффекта к рассматриваемым отношениям. В своем решении<sup>2</sup> Европейский суд определил иное основание применения статьи 81 к действиям участников целлюлозного картеля: «Необходимо отметить, что нарушение статьи 81, такое как заключение ограничивающего конкуренцию в пределах общего рынка соглашения, является поведением, которое состоит из двух элементов: заключение соглашения... и его осуществление. Если бы применение запретов, установленных законодательством о конкуренции, зависело от места, в котором соглашение было заключено, предприятия получили бы простой и очевидный способ избежать установленных запретов. В рассматриваемом деле производители осуществили свое соглашение о цене в пределах общего рынка. Не является существенным обстоятельством тот факт, что для осуществления соглашения они не использовали дочерние общества, агентов, субагентов или филиалы внутри Сообщества для заключения договоров с покупателями».

По мнению отдельных комментаторов, доктрина осуществления как основание применения законодательства Евросоюза о конкуренции к иностранным компаниям может использоваться лишь в случае осуществления иностранной компанией прямых продаж на территории Сообщества (или иного прямого действия, осуществляемого внутри сообщества). В отличие от доктрины эффекта, она не может применяться к картельным соглашениям иностранных компа-

<sup>2</sup> Wood Pulp II. Cases C-89/85, etc., A. Ahlstrom Oy v. Commission (1993) ECR I-1307, (1993) 4 CMLR 407.

ний, целью которых является бойкот общего рынка (отказ продавать или покупать товары в Сообществе). Однако, по мнению некоторых комментаторов, использование доктрины осуществления поможет Евросоюзу избежать экстратерриториального применения антимонопольного законодательства иными государствами в отношении хозяйствующих субъектов из стран — членов Евросоюза, поскольку в данном деле сам Евросоюз основывает свою юрисдикцию на территориальном принципе.

Доктрина осуществления применяется Еврокомиссией и в ходе контроля за слияниями иностранных компаний. Следуя этой доктрине, Еврокомиссия рассматривает слияния иностранных компаний при условии, что такие компании осуществляют (или осуществляли до слияния) продажи своей продукции на территории общего рынка, а также если такие компании по установленным в ЕС формальным критериям (стоимость продаж на общем рынке и количество стран — членов Евросоюза, в которых такие продажи осуществляются) попадают под контроль слияний в ЕС. Так, в 1999 году Еврокомиссия запретила слияние двух южноафриканских компаний, которые осуществляли значительные продажи платиноидов на рынках стран — членов Евросоюза (хотя эти продажи и не составляли большей части их выручки, а добыча платиноидов осуществлялась в ЮАР), поскольку слияние могло привести к возникновению доминирующей на рынке Евросоюза компании. Решение о запрете было принято Еврокомиссией даже при наличии согласия конкурентного ведомства ЮАР на такую сделку.

Сравнивая доктрину эффекта и доктрину осуществления в качестве оснований применения антимонопольного законодательства к иностранным лицам и организациям, следует отметить, что различия между ними носят в основном терминологический характер и практически нивелируются при рассмотрении конкретных дел антимонопольными органами США и Еврокомис-

сией: подлежащие пресечению антиконкурентные практики и соответствующие формы правового принуждения хозяйствующих субъектов идентичны по обе стороны Атлантики и разнятся лишь в силу отличий антимонопольных законодательств, а не доктринальных положений о его применении в отношении иностранных лиц и организаций.

### **Применение российского антимонопольного законодательства к иностранным лицам и организациям**

Вопрос о применении российского антимонопольного законодательства к иностранным лицам и организациям приобретает практическое значение с 1995 года, когда законодатель впервые расширительно сформулировал сферу применения действовавшего в тот период Закона РСФСР от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (далее — Закон «О конкуренции»):

*«Настоящий Закон распространяется на отношения, влияющие на конкуренцию на товарных рынках в Российской Федерации, в которых участвуют российские и иностранные юридические лица, федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, а также физические лица. Закон применяется и в тех случаях, когда действия и соглашения, соответственно совершаемые либо заключаемые указанными лицами за пределами территории Российской Федерации, приводят или могут привести к ограничению конкуренции или влекут за собой другие отрицательные последствия на рынках в Российской Федерации».*

В такой редакции положения о сфере применения Закона сохранялись до октября 2006 года и позволяли применять его в

отношении любых антиконкурентных практик иностранных хозяйствующих субъектов и иных лиц. Основаниями для такого применения Закона являлись обусловленные антиконкурентными практиками ограничение конкуренции либо другие отрицательные последствия на рынках в Российской Федерации, к которым российское антимонопольное законодательство позволяет отнести: любые ограничивающие конкуренцию на территории Российской Федерации соглашения и согласованные действия, недобросовестную конкуренцию и злоупотребление доминирующим положением (которые могут как ограничивать конкуренцию, так и вести к другим отрицательным последствиям на рынках Российской Федерации, например к ущемлению интересов отдельных участников рынка или нарушению их прав), а также сделки и иные действия, которые подлежат контролю за экономической концентрацией, т.е. совершаются либо с согласия антимонопольного органа, либо с его обязательным последующим уведомлением о совершенной сделке, ином действии.

Интересно, что положения российского антимонопольного законодательства позволяли в период 1995-2006 годов использовать европейскую доктрину единой экономической организации как основание применения антимонопольного законодательства в отношении антиконкурентных практик иностранных хозяйствующих субъектов. Закон «О конкуренции» определял, что «положения настоящего Закона, относящиеся к хозяйствующему субъекту, относятся к группе лиц», что антимонопольными органами интерпретировалось как возможность предписывать обязательные для совершения действия любому лицу (в том числе иностранному), входящему в одну группу лиц с нарушителем, если такое лицо способно своими действиями восстановить конкуренцию, а также как возможность привлечь к ответственности за неисполнение предписанного. Приведенное

выше толкование Закона нашло свое отражение в Информационном письме Президиума ВАС РФ от 30 марта 1998г. №32 «Обзор практики разрешения споров, связанных с применением антимонопольного законодательства»: «При нарушении антимонопольного законодательства одним из членов доминирующей группы лиц соответствующее предписание может быть дано и другим членам группы, способным обеспечить устранение нарушения».

Сегодня рано говорить о каком-либо доктринальном выражении практики применения российского антимонопольного законодательства к иностранным лицам и организациям, поскольку такая практика крайне скудна: за истекший период российские антимонопольные органы самостоятельно либо совместно с антимонопольными органами других стран не выявляли и не пресекали проявления монополистической деятельности, результатом которых бы было внутреннее ограничение конкуренции иностранными хозяйствующими субъектами.

Единственным реальным примером применения российского антимонопольного законодательства к иностранным лицам и организациям является, по-видимому, эпизодическая практика рассмотрения федеральным антимонопольным органом ходатайств иностранных компаний о даче согласия российского антимонопольного органа на совершение сделок с участием иностранных организаций и лиц (например, в случае слияния производителей алюминия в странах Евросоюза). Как правило, ходатайства такого рода представлялись в антимонопольный орган иностранными лицами в том случае, если потенциальные участники сделки ввозят принадлежащие им товары в Россию, а также если они непосредственно либо через дочерние общества владеют акциями (долями) российских хозяйственных обществ либо недвижимым имуществом на территории РФ.

Вступивший в силу 26 октября 2006г. новый Закон «О защите конкуренции», заме-

нивший собой и Закон «О конкуренции», и Федеральный закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», закрепляет применение антимонопольного законодательства к иностранным лицам и организациям лишь в случае совершения ими сделок, иных действий, подпадающих под контроль за экономической концентрацией в соответствии с главой 7 Закона «О защите конкуренции». В части 2 статьи 3 Закон устанавливает:

«Положения настоящего Федерального закона применяются к достигнутым за пределами территории Российской Федерации соглашениям между российскими или иностранными лицами либо организациями, если в отношении таких соглашений в совокупности выполняются следующие условия:

1) соглашения достигнуты в отношении находящихся на территории Российской Федерации основных производственных средств и (или) нематериальных активов либо в отношении акций (долей) российских хозяйственных обществ, прав в отношении российских коммерческих организаций;

2) соглашения приводят или могут привести к ограничению конкуренции в Российской Федерации».

Теоретически, Закон может применяться и к случаям совершения сделок иностранными лицами и организациями, которые по общему правилу главы 7 Закона не подпадают под контроль за экономической концентрацией, однако маловероятно, что российскому антимонопольному органу удастся доказать оправданность такого применения, т. е. доказать ограничение конкуренции в России сделкой, иным действием, в отношении которых Законом не установлена презумпция влияния на состояние конкуренции (напомним, что в соответствии с пунктом 21 статьи 4 Закона «экономическая концентрация — сделки, иные действия, осуществление которых оказывает влияние на состояние конкуренции», перечень таких сделок содержится в Законе).

Возможность применения Закона «О защите конкуренции» в отношении иностранных лиц и организаций в случае совершения ими сделок, подлежащих контролю за экономической концентрацией, реализована также в статье 31 Закона. Напомним, что статья 31 устанавливает правила, в соответствии с которыми лица, входящие в одну группу лиц, получают возможность при совершении сделок внутри группы лиц перейти от предварительного контроля таких сделок антимонопольным органом (т. е. от обязанности представлять ходатайство) к уведомительному контролю (т. е. исполнять обязанность представлять уведомление об уже совершенной сделке). Одним из условий получения хозяйствующими субъектами указанной возможности является декларирование ими в федеральный антимонопольный орган перечня лиц, входящих в одну группу, и его размещение на сайте ФАС России в сети Интернет. К началу второго полугодия 2007 года более 100 групп лиц уже декларировали свой состав, причем многие из них включают в свой состав десятки иностранных лиц и организаций, что дает возможность таким иностранным лицам и организациям совершать сделки в уведомительном режиме, даже если по общим правилам главы 7 они подлежат предварительному контролю и в отношении таких сделок может быть применена часть 2 статьи 3 Закона.

К сожалению, из сферы применения Закона оказались исключены случаи совершения иностранными лицами и организациями сделок, иных действий, если они не соответствуют условию пункта 1 части 2 статьи 3, например слияние иностранных компаний, ввозящих принадлежащие им товары на территорию РФ, если сливающиеся компании не имеют дочерних обществ в РФ и не владеют акциями, долями или имуществом российских коммерческих организаций. Указанное условие также выводит из сферы применения Закона «О защите конкуренции» почти все возможные случаи

международных картелей и злоупотребления доминирующим положением иностранной компанией, негативно воздействующие на состояние конкуренции в России.

### **Двусторонние международные соглашения в практике применения антимонопольного законодательства**

Эффективность применения антимонопольного законодательства в отношении иностранных лиц и организаций зависит решающим образом от позиции государства, в котором такие лица и организации являются резидентами. Как справедливо отмечает Винченцо Скордамалия, «международное право не дает ясного и всеми разделяемого ответа на вопрос о пределах применения антимонопольного законодательства в отношении иностранных компаний»<sup>3</sup>. Именно поэтому с начала 70-х годов прошлого века ускоряющимися темпами развивается тенденция к заключению двусторонних соглашений крупными промышленно развитыми государствами. Процесс, инициированный в рамках ОЭСР еще в 1967 году, выразился в заключении двусторонних соглашений США с Германией (1976), Австралией (1982) и Канадой (1984 и 1995). Позднее, в 1991 году началась разработка соглашения США и ЕС о двустороннем сотрудничестве в пресечении нарушения антимонопольного законодательства, которая завершилась в 1995 году заключением полноценного международного соглашения. Соглашение обязывает США и Евросоюз информировать друг друга обо всех случаях применения антимонопольного законодатель-

ства, если его применение может затронуть интересы другой стороны, закрепляет правила обмена информацией и регулярные встречи представителей ведомств, а также обязанность оказания взаимной помощи и координации усилий при проведении расследований.

Наиболее важными положениями соглашения комментаторы называют закрепление в его тексте принципа так называемой позитивной вежливости, т.е. права одной стороны обратиться к другой и потребовать осуществить необходимые действия (провести расследование, пресечь действия, привлечь к ответственности) в отношении компании, ограничившей конкуренцию на территории обратившейся стороны, но расположенной и осуществляющей свою деятельность на территории стороны, которой адресовано обращение. Соглашение содержит соответствующую процедуру и пределы такой кооперации, определяя, что каждая из сторон должна принимать во внимание интересы другой стороны при обращении с требованием осуществить необходимые действия на ее территории (что комментаторами названо термином «негативная вежливость»).

Соглашение США — ЕС в отношении применения антимонопольного законодательства помогло организовать полноценное сотрудничество двух ведомств по защите конкуренции, однако, по словам генерального директора директората по конкуренции Еврокомиссии, «процедуры нотификации и консультаций, а также принципы вежливости позволяют нам сблизить наши подходы в случаях, представляющих общий интерес, но не содержат механизма разрешения конфликтов в случае существенного расхождения взглядов».

Таким образом, соглашение снимает проблему эстратерриториального применения антимонопольного законодательства, позволяя достичь поставленной цели (пресечения монополистической деятельности) путем применения антимонополь-

<sup>3</sup> См. рабочие материалы по экстратерриториальному применению антимонопольного законодательства, подготовленные экспертом проекта ТАСИС Винченцо Скордамалия по проекту Approximation of Competition Rules, Russian Federation EUROPEAID/119673/S/CV/RU (2005/103-919).

ного законодательства страны нахождения нарушителя.

Российский антимонопольный орган также предпринимал усилия в достижении международного консенсуса по процедурам и принципам пресечения внутреннего ограничения конкуренции в результате действий иностранных хозяйствующих субъектов. Примером этих усилий является договор стран СНГ о проведении согласованной антимонопольной политики от 25 января 2000 г. Помимо стандартных положений об обмене информацией, консультациях и т.п., договор содержит достаточно подробную процедуру обращения антимонопольного органа одного государства в антимонопольный орган другого государства с заявлением о рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства. В договоре определено, что «антимонопольный орган на основании заявления антимонопольного органа другого государства-участника рассматривает факты нарушения и принимает по ним решения в соответствии с требованиями национального антимонопольного законодательства». К сожалению, необходимое изменение национального антимонопольного законодательства, а именно: закрепление в нем расширенной территориальной сферы применения, чтобы при-

знавать его нарушением случаи ограничения конкуренции на территории иных стран — участниц договора, — ни Россия, ни, по-видимому, иные страны-участницы не предприняли.

### Литература

1. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».
2. Alison Jones and Brenda Sufrin, *EC Competition Law*, Oxford University Press, second edition, 2004.
3. Ячевитова Н.И. *Международная конкуренция: законодательство, регулирование и сотрудничество*, ООН, Нью-Йорк и Женева, 2001.
4. Эрнест Гелхорн, Вильям Ковасик. *Антитрестовское законодательство и экономика*, International Law Institute, 1995.
5. Рабочие материалы по экстратерриториальному применению антимонопольного законодательства, подготовленные экспертом проекта ТАСИС Винченцо Скордамалия по проекту Approximation of Competition Rules, Russian Federation EUROPE-AID/119673/S/CV/RU (2005/103-919).
6. European Commission, Report on competition policy 2004.
7. European Commission, Report on competition policy 2005.
8. Federal Trade Commission, Performance and accountability report, fiscal year 2006.

Статья поступила в редакцию 30.07.2007

*A. Sushkevich, Head of the Information Analysis Directorate,  
Federal Antimonopoly Service (FAS) of the Russian Federation*

### COMPETITION PROTECTION LEGISLATION AND THE FOREIGN LEGAL ENTITIES AND INDIVIDUALS

The phenomena that are now known as the financial and commodity market globalization include not only the cross-border capital and goods flow formation which is one of the most important factors influencing the situation on the domestic and global markets. The phenomena also include the activities which to some extent hamper such flows' movement. By the activities we mean the competition hampering activities taken by a foreign state (organizations or individuals) outside the domestic market of a certain country and outside the jurisdiction of its executive bodies. We shall hereinafter refer to the activities as the internal competition hampering by the foreign businesses. The authors here analyze the Russian and foreign legal theory and practice in the field. The article will be of interest for the top and middle managers, external economic activities experts, and legal practitioners. The members of the public will also find it interesting.



УДК 339.137

*Алешин Д.А., заместитель начальника Аналитического управления ФАС России*

*Положихина М.А., заместитель начальника отдела обобщения практики правоприменения и методического сопровождения ФАС России*

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ ФАС РОССИИ К АНАЛИЗУ СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

*Анализ товарного рынка является основой для принятия решений в антимонопольном регулировании. В августе 2006 года вступил в силу Приказ ФАС России от 25 апреля 2006 г. № 108 «Об утверждении Порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке».*

*В новом Порядке появился ряд новелл, ключевой из которых можно признать введение в российскую практику антимонопольного регулирования так называемого теста гипотетического монополиста (ТГМ). Среди других новаций нового Порядка следует также отметить введение иерархии методов определения границ рынка; новую редакцию норм о вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектах; четкое разграничение товарных рынков по территориальному уровню.*

**А**нализ и оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке являются необходимой частью реализации функций государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства, например при создании и реорганизации коммерческих и некоммерческих организаций, пресечении нарушений статей Закона РФ «О защите конкуренции» и т.д. При этом следует иметь в виду, что определение товарного рынка с точки зрения антимонопольного регулирования отличается от общеэкономического подхода.

Экономисты под рынком, как правило, понимают соотношение спроса и предложения на определенный товар, совокупность производителей и конечных потре-

бителей конкретного товара. Для антимонопольных органов товарный рынок возникает, когда происходит передача прав собственности на товар от одного хозяйствующего субъекта к другому. В ходе продвижения товара от производителя к конечному потребителю формируется цепочка связанных оптовых и розничных рынков разного уровня, число которых зависит от количества перепродаж данного товара. В соответствии с этапами и направлением продвижения товара принято выделять оптовые рынки I-го, II-го и так далее уровней, а также последующие, предшествующие и смежные товарные рынки.

Каждый из возникающих товарных рынков отличается своими характеристиками, в первую очередь критериями взаи-

мозаменяемости и набором взаимозаменяемых товаров, географическими границами, составом продавцов и покупателей. В целом на территории страны функционирует сложная, изменчивая система многочисленных локальных, региональных, национальных участков мировых товарных рынков. С одной стороны, каждый товарный рынок в связи с определенным составом участников (продавцов и покупателей) относительно обособлен, с другой — между товарными рынками существуют разнообразные связи. Например, покупатели могут переключаться с одного рынка на другой, на рынок могут приходиться продавцы с других рынков и т.д. При этом на каждом товарном рынке могут складываться различные взаимоотношения между хозяйствующими субъектами. Соответственно, ситуация на каждом товарном рынке должна оцениваться и контролироваться отдельно. Эффективность антимонопольного регулирования во многом зависит от достоверности результатов анализа характеристик товарного рынка, в первую очередь, от корректного определения его продуктовых и географических границ (т.е. в составе каких групп взаимозаменяемой продукции и на каких территориях обращается товар).

Материальная значимость принимаемых антимонопольными органами решений требует, чтобы в процессе анализа состояния конкурентной среды на товарном рынке не возникало противоречий по определению ключевых характеристик товарного рынка и положения на нем хозяйствующих субъектов. В связи с этим существуют нормативные документы, предписывающие, в какой последовательности и на основании каких процедур антимонопольные органы определяют продуктовые и географические границы рынка, рассчитывают долю и определяют положение хозяйствующего субъекта на рынке.

В США действуют Рекомендации по горизонтальному слиянию компаний<sup>1</sup>, а также для вертикальных слияний применяется неотмененный четвертый раздел предыдущей редакции «Рекомендаций» 1984 года<sup>2</sup>. В странах Европейского Союза существует Уведомление Комиссии Европейского сообщества об определении соответствующего рынка для целей законодательства Сообщества о конкуренции<sup>3</sup>. Аналогичные нормативные акты существуют в Великобритании, Японии, Канаде, Австралии, Бразилии и других странах.

В России первым документом, регламентировавшим деятельность антимонопольных органов по анализу состояния товарных рынков, были «Методические рекомендации по определению границ и объемов товарных рынков», утвержденные Приказом ГКАП РФ от 26 октября 1993г. № 11218. С 1997 года действовал «Порядок проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарных рынках», утвержденный Приказом МАП России от 20 декабря 1996г. № 169. В августе 2006 года вступил в силу Приказ ФАС России от 25 апреля 2006г. № 108 «Об утверждении Порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке», представляющий собой новую редакцию существовавшего ранее документа.

Основной задачей разработчиков новой редакции отечественного Порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке (далее — Порядок) была трансформация положений, имеющих диспозитивный харак-

<sup>1</sup> Horizontal Merger Guidelines, U.S. Department of Justice and Federal Trade Commission, 1992. (Revised: April 8, 1997.)

<sup>2</sup> Non-Horizontal Merger Guidelines, U.S. Department of Justice, 1984. (Originally issued as part of «U.S. Department of Justice Merger Guidelines, June 14, 1984.)

<sup>3</sup> Commission Notice on the definition of the relevant market for the purposes of Community competition law. (Official Journal C 372 of 09.12.1997.)

тер, в жесткие регламентные нормы, предписывающие определенную последовательность аналитических операций и процедур. Однако в новом Порядке анализа появился и ряд новелл, ключевой из которых можно признать введение в российскую практику антимонопольного регулирования так называемого теста гипотетического монополиста (ТГМ). Среди основных новаций нового Порядка следует также отметить введение иерархии методов определения границ рынка; новую редакцию норм о вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектах; четкое разграничение товарных рынков по территориальному уровню.

## 1. Тест гипотетического монополиста

Тест гипотетического монополиста или иначе SSNIP-тест (от англ. *Small but Significant Non-transitory Increase in Price*) предусмотрен пунктом 21 Порядка для продуктовых границ рынка и аналогичным 30-м пунктом — для географических.

*«23. При проведении теста гипотетического монополиста (для определения продуктовых границ товарного рынка) предполагается, что происходит небольшое, но существенное и долговременное повышение цены на рассматриваемый товар. Таким признается повышение цены на 5-10% при прочих равных условиях конкуренции (влияние инфляции при этом должно быть исключено), сохраняющееся в дальнейшем на протяжении временного интервала исследования.*

*Определяется:*

- *будет ли в результате указанного повышения цены покупатель (покупатели) заменять (готовы заменить) рассматриваемый товар другими товарами;*
- *происходит ли (произойдет) снижение объема продаж, делающее такое повышение цен невыгодным для продавца (продавцов).*

*Если указанные условия выполняются, то товары, которые являются наиболее близкими по свойствам к рассматриваемому товару, следует включить в состав группы взаимозаменяемых товаров.*

*Указанная процедура осуществляется до тех пор, пока не будет выявлена группа товаров, цена на которые может быть повышена на 5-10% без снижения выгоды для продавца (совокупной выгоды для продавцов). Товары, входящие в такую группу, признаются взаимозаменяемыми товарами.*

*При проведении теста гипотетического монополиста в качестве группы взаимозаменяемых товаров следует рассматривать наименьший набор товаров, для которого продавец (продавцы) может осуществить указанное повышение цены».*

Таким образом, тест заключается в следующей итеративной процедуре: 1) рассматривается группа взаимозаменяемых товаров, обращающаяся на определенной территории; 2) предполагается, что происходит монополизация этих продаж и увеличение цены на 5-10%; 3) если такой рост цен оказывается для гипотетического монополиста выгодным (т. е. потребители не переключаются на другие товары, в том числе обращающиеся на других территориях), то считается, что границы товарного рынка определены. Если же такое повышение цен для гипотетического монополиста невыгодно, то наиболее близкие товары-заменители и близлежащие территории включаются в состав продуктовых и географических границ товарного рынка и процедура повторяется.

Это единственный метод, официально утвержденный антимонопольными органами США, и один из основных — в странах Европейского Союза. Его задача — определить будет ли сокращение спроса превышать критическую величину и вести к падению прибыли. На практике при проведении теста либо рассчитываются эластич-

ности спроса (при наличии необходимых статистических данных), либо осуществляется опрос потребителей.

Сравнительный анализ практики зарубежных антимонопольных органов показывает, что при проведении теста наиболее типичный вопрос, задаваемый потребителям, выглядит следующим образом:

- 1) Какой объем товара Вы потребляете?
- 2) Если цена на товар вырастет на 5% (10%), то насколько сократится Ваше потребление?
- 3) При каком повышении цены Вы готовы переключиться на товар-заменитель?
- 4) Какие факторы сдерживают Ваше переключение на товар-заменитель?
- 5) Происходил ли в предшествующем периоде рост цен и какова была Ваша реакция?

Юридическая формулировка теста гипотетического монополиста задает ряд параметров его проведения. Во-первых, какое повышение цен рассматривается в качестве порогового. В российском Порядке анализа, как и в большинстве аналогичных нормативных актов зарубежных стран, установлен диапазон в 5-10%. Выбор значения антимонопольным органом определяется в зависимости от отраслевых особенностей рынка. Для рынков товара с высокой степенью однородности, низкими транзакционными издержками и высоким уровнем информированности потребителей это значение должно быть ниже. Применение значений, выходящих за рамки данного диапазона, в российском Порядке анализа не предусмотрено.

Во-вторых, важным моментом процедуры является, в какой последовательности идет расширение начального гипотетического рынка, если спрос переключается на несколько альтернативных рынков. В Порядке используется формулировка «наиболее близкие, ближайšie», т.е. в качестве альтернативного рассматривается товар с

наиболее похожими свойствами или рынок, находящийся рядом территориально.

В-третьих, наличие двух отдельных формулировок теста для продуктовых и для географических границ рынка позволяет проводить анализ отдельно для каждой из этих границ, а также применять ТГМ для определения только одних границ, а другие определять с использованием альтернативных методов.

В-четвертых, в определении теста содержится оговорка о неизменности цен на другие товары (для этого применена формула «при прочих равных условиях конкуренции»).

Включение формулы ТГМ в Порядок позволило четко закрепить использованную и ранее норму о том, что если цена на альтернативном рынке превышает цену на рассматриваемом рынке-кандидате на 10%, то такие рынки признаются разными. Действительно, в этом случае при росте цен на первом рынке на 10% переключаться на второй рынок потребителю будет невыгодно.

Введение в практику антимонопольных органов такого формализованного теста позволяет решить ряд ключевых проблем.

Прежде всего, он позволяет принять решение в ситуации, когда у одного товара существуют разные группы покупателей, у каждой из которых свой набор товаров-заменителей (доступных территорий). В этом случае с правовой точки зрения возникает проблема. Антимонопольное законодательство указывает на необходимость учета мнения покупателя, но не отвечает на вопрос, как должно происходить агрегирование мнений отдельных покупателей (групп покупателей) в совокупное мнение рынка в целом. Юридическая формула теста гипотетического монополиста и определяет пороговое значение, позволяющее разграничить рынки (отбросить мнение покупателей, не оказывающих принципиального влияния на рынок).

Он также снижает субъективизм при принятии решения антимонопольными органами (так как не использует нечетких критериев вроде «сравнимых рынков»), а признание его в качестве «эталонного» метода определения границ позволяет обоснованно выбрать используемую методологию расчетов в каждом конкретном случае.

## 2. Иерархия методов определения границ рынка

В новом Порядке (п. 6) впервые в мировой практике введена иерархия методов определения границ рынков.

*«6. При определении продуктовых границ товарного рынка и географических границ товарного рынка используется один из следующих методов:*

*а) метод, основанный на сведениях, представляемых покупателем (покупателями) данного товара, или на результатах выборочного опроса покупателей;*

*б) метод, основанный на результатах наблюдений за товарными рынками и экономико-статистических расчетов;*

*в) метод, основанный на экспертных оценках характеристик товаров и особенностей потребления товаров;*

*г) метод, основанный на сведениях о товарных рынках, конкурентах и формировании ценовой политики, представляемых продавцами данного товара.*

Основным методом определения продуктовых (географических) границ товарного рынка является метод, предусмотренный подпунктом «а» настоящего пункта. Иные методы используются в случаях недостаточности информации, необходимой для определения продуктовых (географических) границ товарного рынка данным методом.

Если продуктовые (географические) границы товарного рынка, определенные

*на основании метода, предусмотренного подпунктом «б», не совпадают с продуктовыми (географическими) границами товарного рынка, определенными на основании метода, предусмотренного подпунктом «в», то продуктовыми (географическими) границами товарного рынка признаются границы, определенные в соответствии с подпунктом «б».*

*Метод, предусмотренный подпунктом «г», применяется в тех случаях, когда использование методов, предусмотренных подпунктами «б» и «в», невозможно».*

Объясняется это тем, что антимонопольные органы в своей практике используют разные методики определения границ рынков, каждый из которых базируется на собственной информационной базе. Если они все являются в равной степени юридически значимыми, то не ясно, на какой результат следует ориентироваться при принятии решений в спорных ситуациях.

Теоретические учебники по отраслевой экономике подчеркивают роль расчетов показателей эластичности и разнообразных эконометрических подходов, требующих детальных статистических данных. Однако на практике, как показывает анализ решений по слияниям, принятых Европейской комиссией<sup>4</sup> в 1990-2001 годах, используются прежде всего: 1) сравнение уровней цен (31%); 2) анализ торговых потоков (20%); 3) корреляция цен и эластичность цен (8-12%); 4) SSNIP-тест (8%)<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> The internal market and the relevant geographical market. The impact of the completion of the Single Market Programme on the definition of the geographical market/European Commission DG Enterprise//Economics. Copenhagen, 2003, 03 February. P. 9, 61.

<sup>5</sup> За 100% здесь взято удвоенное число решений, так как в одном решении должны определяться продуктовые и географические границы. Сумма может не достигать 100%, поскольку, как отмечается в указанном докладе, в некоторых случаях решение о границах не принималось или шла отсылка к более ранним решениям Комиссии.

Такое существование и одновременное использование нескольких методов определения границ рынка приводит к возникновению ряда правовых проблем. Во-первых, существует неопределенность, на основании каких критериев антимонопольный орган принимает решение о выборе метода анализа. Во-вторых, применение разных методов может привести к разным результатам, поскольку каждый из них обладает своими недостатками.

Метод, предполагающий сравнение уровней цен, фиксирует, что товары, цены на которые существенно различаются, обращаются на разных рынках. Однако из равенства цен не следует, что товары обращаются на одном рынке. Даже при небольших различиях цен покупатель может нести такие издержки переключения на новый товар, что рынки будут находиться в разных границах.

Метод, предполагающий анализ торговых потоков, исходит из того, что если в регионе осуществляются продажи производителей, расположенных как в нем, так и за его пределами, то эти производители конкурируют друг с другом и находятся в границах одного рынка. Для этого метода также официально не установлено пороговое значение: каким должно быть соотношение ввоза и вывоза товара в регион (производства товаров в регионе). Но самое главное, что даже в условиях отсутствия торговых потоков в регион может существовать угроза поставок от производителей, находящихся за его границами, которые будут поэтому участниками рынка. Незначительные торговые потоки могут существовать и при существенных разрывах в уровнях цен (т. е. при наличии двух разных рынков).

Метод, предполагающий анализ корреляции цен или эластичностей цен, исходит из того, что если рынки товаров *A* и *B* взаимосвязаны (находятся в одних «границах»), то рост цен на товар *A* будет вести к росту спроса на товар *B*. Поскольку рост спроса ведет к росту цен, то, если рассматриваемые рынки связаны, рост цен на

товар *A* будет вести к росту цен на товар *B*. Под *A* и *B* здесь можно понимать разные товары или один товар, обращающийся на разных территориях.

Для этого метода также не установлено пороговое значение, т. е. насколько высокими должны быть расчетные значения показателей эластичности (или корреляции), чтобы считать товары находящимися в границах одного рынка. Но самое главное — высокая зависимость может объясняться действием третьих факторов, для учета которых необходимо проводить усложненный анализ.

Однако, если мы установим, что базирующийся на мнении покупателей SSNIP-тест, для которого установлены пороговые значения, является «эталонным» методом, то это решает проблему неопределенности и позволяет достоверно разграничить товарные рынки, даже не применяя этот тест в 100 % случаев (что соответствует европейскому опыту).

Сравнение результатов, полученных на основе SSNIP-теста, с результатами других методов анализа позволяет сделать следующие выводы. По сравнению с тестом гипотетического монополиста метод анализа эластичностей/корреляции цен (равно как и анализ разрывов уровней цен) несколько завышает границы рынка и эффективен при отсутствии корреляции (наличии разрывов): если корреляции нет, то рынки разные, но если есть, то может сказываться влияние неучтенных факторов. В частности, при отсутствии разрывов цен могут существовать дополнительные препятствия для переключения покупателей на другие рынки. Что касается метода анализа поставок, то он по сравнению со SSNIP-тестом занижает границы (если поставок нет сейчас, это не значит, что их не может быть в будущем) и эффективен при наличии товарных потоков (если они есть, то рынки едины).

Наиболее правильным использование различных методов в контексте антимонопольного анализа представляется следующим образом. Если сравнивается две ги-

потезы: более узкие и более широкие границы рынка, то анализ поставок (при их наличии) позволяет отказаться от более узких границ, а анализ корреляции или разрывов цен (при отсутствии корреляции или наличии разрывов) — от более широких. Так, например, при определении того, является ли рынок региональным, национальным или мировым, наличие межрегиональных поставок и отсутствие корреляции между национальными и мировыми ценами (наличие слишком больших разрывов цен) будет говорить о том, что рынок является национальным.

Эту логику рассуждений и закладывает шестой пункт Порядка. Методы в нем ранжированы в зависимости от трудоемкости сбора информационной базы. Наивысший приоритет отдан результатам, получаемым в результате опроса потребителей (SSNIP-тест, реакция потребителя на 10% изменения цен), наименьший — выводам, базирующимся на информации от производителя.

Напомним, что при подаче ходатайств, которые в соответствии с законодательством должны быть рассмотрены в течение месяца, антимонопольные органы требуют (Приказ МАП России от 13 августа 1999 г. № 276) участников сделки заполнить табл. 1 и 2.

Данные заполняются по всем видам выпускаемой продукции (работам, услугам). Под основными понимаются покупатели, приобретающие более 5% продукции (работ, услуг), реализуемой лицом. Данные об объеме производства, реализации и ввоза продукции заполняются в натуральном и стоимостном выражении, что дает информацию о ценах.

Очень часто непредоставление или неполное представление именно этой информации и ведет к тому, что антимонопольные органы считают ходатайство неподанным.

В случае необходимости антимонопольный орган обращается к потребителям, но по основным рынкам товарные границы уже определены и вопросы, как правило,

возникают именно в отношении географических границ.

### **3. Учет деятельности вертикально-интегрированных структур при анализе состояния конкурентной среды товарного рынка**

Другая новация вступившего в действие Порядка анализа связана с современными тенденциями в отечественной экономике — распространением вертикальной интеграции хозяйствующих субъектов. Если предшествующий документ говорил о необходимости учета предшествующих и последующих рынков, выделении доли вертикально (горизонтально) объединенных структур в общем объеме поставок на рынок, возможности вертикально-интегрированной структуры быть барьером входа на рынок, создающим доминирующее положение, то действующий Порядок содержит гораздо более развернутые нормы.

*«8. Анализ и оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке, на котором действуют хозяйствующие субъекты (в том числе группы лиц), деятельность которых охватывает ряд последовательных стадий технологического процесса производства (обработки, переработки) и обращения, продукция каждой из которых может рассматриваться в качестве товара на соответствующем товарном рынке (далее — вертикально-интегрированные хозяйствующие субъекты), осуществляются с учетом следующих особенностей:*

*а) произведенная на отдельных стадиях производства продукция (работы, услуги) вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, которая без значительных дополнительных издержек (не превышающих 10 процентов от стоимости продукции) может обращаться в качестве товара на соответствующем товарном рынке,*

Таблица 1

**Сведения об основных покупателях (потребителях) продукции (работ, услуг)**

Год	Наименование продукции (работ, услуг)	Код ОКП	Себестоимость единицы продукции (работ, услуг)	Отпускная цена единицы продукции (работ, услуг)	Рентабельность единицы продукции (работ, услуг)	Регион, наименование и адрес			Объем продажи	
						регион	наименование покупателя продукции (работ, услуг)	адрес покупателя продукции (работ, услуг)	в натуральном выражении	в стоимостном выражении
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

признается товаром с определенными потребительскими характеристиками;

б) вертикально-интегрированные хозяйствующие субъекты включаются в число фактических или потенциальных продавцов на рассматриваемом товарном рынке в зависимости от возможности вертикаль-

но-интегрированных хозяйствующих субъектов (их структурных подразделений) реализовывать данный товар на этом товарном рынке при изменении условий конкуренции.

Возможность вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов реали-

Таблица 2

**Сведения о производстве, реализации и ввозе продукции**

Год	Наименование продукции (работ, услуг)	Код ОКП	Код ТН ВЭД	Единица измерения	Объем производства продукции (работ, услуг)		Объем реализации продукции (работ, услуг)		Ввоз продукции (работ, услуг) на территорию региона	
					в регионе регистрации лица	в других регионах	в регионе регистрации лица	в других регионах	из регионов РФ	импорт
1	2	3	4	5	6-7	8-9	10-11	12-13	14-15	16-17



зовывать данный товар на товарном рынке при изменении условий конкуренции определяется на основании экспертных оценок или на основании результатов наблюдений за товарными рынками и экономико-статистических расчетов;

в) в случае, если вертикально-интегрированные хозяйствующие субъекты включаются в число фактических или потенциальных продавцов на рассматриваемом товарном рынке, в расчет объема рассматриваемого товарного рынка включается объем производства вертикально-интегрированными хозяйствующими субъектами соответствующей продукции (работ, услуг), а при расчете долей хозяйствующих субъектов на рынке и при определении уровня концентрации товарного рынка учитываются данные об объеме производства вертикально-интегрированными хозяйствующими субъектами указанной продукции».

Этот подход неразрывно связан с тем, что в соответствии с пунктом 38 Порядка объем рынка может определяться не только суммой реализации, но и показателями объема производства, отгрузки, перевозки, запасами ресурсов, производственными мощностями и т.д., если это позволяет более точно охарактеризовать положение хозяйствующих субъектов на рассматриваемом товарном рынке с точки зрения конкуренции. Такой подход полностью соответствует зарубежной практике.

В процессе вертикальной интеграции хозяйствующих субъектов производимая их структурными подразделениями продукция или услуги (иногда очень значительные по объему) «выпадают» из обычного товарного оборота, так как отношения подразделений вертикально-интегрированных структур строятся не на основе рыночных законов, а по принципу внутризаводских расчетов. В результате помимо обычного товарного рынка, часто небольшого по объему, формируется «псевдорынок», на который поступает значительный

объем аналогичной продукции (услуг), не являющейся товаром в обычном значении. Данная ситуация достаточно типична для отечественного нефтегазового комплекса.

В связи с этим возникает целый ряд проблем антимонопольного контроля. Например, связанных с регулированием взаимоотношений между вертикально-интегрированными хозяйствующими субъектами или хозяйствующих субъектов, не входящих в состав вертикально-интегрированных хозяйствующих структур, с подразделениями вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, или с оценкой состояния конкуренции на рынке товара, аналогичного или взаимозаменяемого с продукцией (услугами), которые обращаются внутри вертикально-интегрированных структур. Вертикально-интегрированные хозяйствующие субъекты могут также контролировать ситуацию на предшествующих или последующих товарных рынках, в результате чего они получают преимущества для деятельности на рассматриваемом товарном рынке или создают дополнительные барьеры входа на него. Вертикальные объединения действующих на рынке субъектов могут ограничивать для новых структур доступ к необходимым ресурсам, затруднять рекламную деятельность и т.д.

Общим подходом для решения возникающих проблем является признание того, что вертикально-интегрированные структуры оказывают влияние на конкуренцию на товарном рынке, даже формально не являясь участниками этого рынка. Сам факт существования хозяйствующих субъектов, производящих аналогичную или взаимозаменяемую продукцию (услуги), ограничивает действия хозяйствующих субъектов, являющихся участниками товарного рынка, как проявление потенциальной конкуренции. При изменении внешних или внутренних условий вертикально-интегрированные хозяйствующие субъекты легко могут стать непосредственными участниками то-

варного рынка. В связи с этим их следует рассматривать как потенциальных продавцов (или покупателей) на данном товарном рынке и анализировать состояние товарного рынка с учетом их влияния.

Но в российских условиях антимонопольные органы не могут ограничиваться только рассмотрением влияния вертикально-интегрированных структур на поведение участников товарного рынка. В отдельных секторах экономики вертикально-интегрированные хозяйствующие субъекты по масштабам деятельности значительно превосходят независимых агентов. В этих случаях анализ поведения и результатов только независимых хозяйствующих субъектов не дает реальной картины экономических взаимоотношений. Для того чтобы получить представление о фактическом состоянии конкуренции в данных секторах экономики следует преодолеть формальные условия, разграничивающие независимых хозяйствующих субъектов и структурные подразделения вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, которые действуют в одних и тех же продуктовых и географических границах. При этом формируемые подразделениями вертикально-интегрированных структур «псевдорынок» должен рассматриваться как обычный товарный рынок или его часть.

Для того чтобы анализировать состояние товарного рынка с участием вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, производимая их структурными подразделениями продукция (услуги), которая может быть реализована на рынке, должны быть приравнены по своим свойствам к товару с определенными потребительскими характеристиками. Соответственно, в ряде случаев вертикально-интегрированный хозяйствующий субъект, не осуществляющий в настоящее время поставок продукции (услуг) на рынок, но имеющий для этого технические и экономические возможности (издержки

по трансформации продукции или услуг в товар не превышают 10% от их стоимости), может рассматриваться и как фактический продавец (покупатель) на данном рынке. В случае, если вертикально-интегрированный хозяйствующий субъект производит значительно больший объем продукции (услуг), чем поставляет на данный товарный рынок любой другой хозяйствующий субъект, действующий на этом рынке, а также определяет условия функционирования товарного рынка, он может быть признан доминирующим (в соответствии с критериями Закона РФ «О защите конкуренции»), даже если в настоящее время им не осуществляется поставок продукции (услуг) на этот рынок (но имеются технические возможности для этого).

В частности, такой подход может быть применен в случае возникновения проблем с подключением независимых хозяйствующих субъектов к трубопроводу, принадлежащему вертикально-интегрированному хозяйствующему субъекту, или с переработкой нефти, добытой независимым хозяйствующим субъектом, на перерабатывающем заводе, входящем в состав вертикально-интегрированной структуры и т. д.

Выбор, фактическим или потенциальным продавцом (покупателем) считать вертикально-интегрированного хозяйствующего субъекта, зависит от влияния, которое он оказывает на других хозяйствующих субъектов — участников товарного рынка, а также от условий, при которых он может начать поставки своей продукции (услуг) на этот рынок. Определение фактического или потенциального участия вертикально-интегрированного хозяйствующего субъекта на рынке осуществляется на основании экспертных оценок, наблюдений за товарным рынком или экономико-статистических расчетов.

Представляется, что внедрение в практику российских антимонопольных органов учета особенностей вертикальной интеграции хозяйствующих субъектов повысит

объективность проводимого ими анализа состояния товарных рынков, справедливость и обоснованность принимаемых решений. В новой редакции Порядка анализа сделаны первые шаги в этом направлении. Еще предстоит уточнить и конкретизировать критерии отнесения вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов к фактическим участникам товарного рынка, что можно сделать по мере накопления и обобщения отечественного опыта анализа товарных рынков с их участием.

#### **4. Специфика определения географических границ товарного рынка в российских условиях**

Российской спецификой обусловлено и последнее из наиболее существенной нововведений вступившего в силу Порядка — более четкое разграничение товарных рынков по территориальному уровню, влияющее на корректность определения географических границ.

*«25. Предварительное определение географических границ товарного рынка проводится на основе информации:*

*а) о регионе, в котором действует хозяйствующий субъект, являющийся объектом антимонопольного контроля, и (или) о регионе, в котором выявлены признаки нарушения антимонопольного законодательства;*

*б) о ценообразовании на рынке рассматриваемого товара или о различиях в уровнях цен на данный товар на территории Российской Федерации;*

*в) о структуре товаропотоков (о границах территории, за пределы которой вывозится и на которую ввозится не более 10 процентов от общего объема рассматриваемой товарной массы).*

*26. Товарный рынок может охватывать территорию Российской Федерации или*

*выходить за ее пределы (федеральный рынок), охватывать территорию нескольких субъектов Российской Федерации (межрегиональный рынок), не выходить за границы субъекта Российской Федерации (региональный рынок), не выходить за границы муниципального образования (местный или локальный рынок).»*

В соответствии с Законом «О защите конкуренции» географическими границами товарного рынка считаются границы территории, на которой покупатель (покупатели) приобретает или имеет экономическую возможность приобрести товар и не имеет такой возможности за ее пределами.

Покупатели объединяют различные территории в единый товарный рынок. Потребительские предпочтения в приобретении товара на каком-то одном рынке определяются путем сравнения выгоды от приобретения данного товара на различных территориях (рынках) и выбору территорий с минимальными потерями при покупке. В один географический товарный рынок объединяются территории, на которых стоимость товара с доставкой колеблется в допустимых для покупателя пределах. В мировой практике принято считать в качестве границы максимально допустимой удаленности места приобретения товара от места расположения покупателя порог 5% повышения цены товара с доставкой по сравнению с ценой товара без доставки. В документе, разработанному применительно к российским условиям, пороговое значение принято в 10%.

Если возможность приобретения товара покупателем уменьшается, например в связи с ростом транспортных тарифов или цены товара, то количество покупателей уменьшается. Сокращение спроса, в свою очередь, ведет к уменьшению емкости товарного рынка, уходу хозяйствующих субъектов с данного рынка (их переориентации) или изменению географических границ рынка.

Наиболее стабильны географические границы товарных рынков, определяемые транспортной доступностью территории, в том числе наличием дорог в том или ином направлении, их качеством и пропускной способностью; существующими природными преградами и сезонными ограничениями; особенностью транспортных средств и т.д. В процессе социально-экономического развития территории границы рынка, связанные с транспортными условиями, расширяются. Более подвижны географические границы товарных рынков, обусловленные экономическими условиями, например себестоимостью производства, уровнем рентабельности, транспортными тарифами, наличием льгот и дотаций. Самые динамичные географические границы товарного рынка связаны с административными барьерами, возникновение которых базируется на соотношении издержек и выгод от поддержания запрещающего (или льготного) режима или от его отмены.

Реальные географические границы товарных рынков могут не совпадать с границами административно-территориальных образований. При определении географических границ не имеет значения, где расположен хозяйствующий субъект, поставляющий товар на рынок, т.е. не обязательно, что географические границы товарного рынка должны включать регион регистрации юридического лица или совпадать с ним. Набор покупателей различных географических товарных рынков практически не пересекается, чего нельзя сказать о составе продавцов. Один продавец может работать на разных территориях (географических рынках).

Такими являются общие теоретические подходы к определению географических границ товарного рынка. Но в российских условиях возникают проблемы, незнакомые зарубежным специалистам. Огромное пространство с неодинаковой транспортной освоенностью, разные свойства товаров (прежде всего, транспортабель-

ность) и особенности спроса (товары повседневного спроса, уникальные товары и т.д.) обуславливают формирование товарных рынков, значительно различающихся по охвату территорий: от субрегиональных рынков до рынков отдельных населенных пунктов или их районов, т.е. разного территориального уровня. От территориального уровня товарного рынка зависит объем информации, необходимый для проведения анализа, выбор источников этой информации и многие другие вопросы организации антимонопольного регулирования. В связи с этим в отечественной практике товарные рынки подразделяются на федеральные, межрегиональные, региональные, местные или локальные.

В новой редакции Порядка анализа говорить, что товарный рынок может охватывать территорию Российской Федерации или выходить за ее пределы, и это есть федеральный рынок. Более точно считать товарный рынок федеральным, если хозяйствующие субъекты, действующие на нем (продавцы и покупатели), признают его единственным на территории Российской Федерации. Федеральный товарный рынок не должен обязательно охватывать территорию всех субъектов Российской Федерации, а может включать территорию любого их количества и даже располагаться на территории одного субъекта Российской Федерации. Примером такого федерального рынка могут служить товарные рынки, расположенные на территории г. Москвы (отдельных услуг здравоохранения, образования, культуры и т.д.). В Курганской области находится федеральный рынок уникальных услуг здравоохранения (клиника Илизарова). Территории Краснодарского и Ставропольского краев представляют собой федеральные рынки курортных услуг и т.д.

Рынок, охватывающий территорию нескольких субъектов Российской Федерации, определяется как межрегиональный. Разделение федерального и межрегио-

нального товарного рынка основывается на том, что хозяйствующие субъекты, действующие на межрегиональном товарном рынке (продавцы и покупатели), признают, что он не является единственным на территории Российской Федерации. Например, на территории Российской Федерации можно выделить несколько оптовых рынков автомобилей: рынок западных регионов, рынок восточных и рынок центральных регионов, которые различаются как покупателями, так и продавцами (поставщиками), а также марками (фирмами) преобладающих автомобилей.

Региональным считается товарный рынок, не выходящий за границы субъекта Российской Федерации, а рынок, не выходящий за границы муниципального образования признается местным или локальным. Процедура допускается признание товарного рынка региональным в случае:

а) преимущественного потребления продукции местного производства (не менее 65% от объема товарных ресурсов рынка);

б) необходимости определения позиции конкретного хозяйствующего субъекта в данном регионе.

В конкретных случаях анализа товарного рынка его географические границы (территориальный уровень) могут быть изначально или предварительно заданы. Соответственно, в новой редакции Порядка анализа предусмотрены проведение полной и сокращенной процедуры определения географических границ. В зависимости от целей исследования существует возможность ограничиться подтверждением правильности сделанного предположения или уточнить его путем выявления особенностей обращения товара и т. д.

Из-за большой протяженности территории Российской Федерации большинство оптовых рынков является межрегиональными. К федеральным обычно относятся оптовые рынки первого уровня или оптовые рынки уникальной продукции, в которых от-

сутствует посредническое звено. Межрегиональный и федеральный товарные рынки не обязательно охватывают территории соседних субъектов Российской Федерации, а могут включать территории субъектов Федерации, не имеющие общих границ. Розничные товарные рынки, как правило, являются локальными или региональными и гораздо реже выходят на межрегиональный или федеральный уровень. Неправильно определенный территориальный уровень товарного рынка может привести как к занижению доли хозяйствующего субъекта на нем (если рассматривается федеральный рынок, а хозяйствующий субъект не выходит на данный уровень), так и, наоборот, к ее завышению (если рассматривается региональный рынок, а хозяйствующие субъекты действуют на территории нескольких субъектов Российской Федерации).

Анализ межрегиональных товарных рынков представляет наиболее сложную задачу для отечественных антимонопольных органов из-за целого ряда обстоятельств:

во-первых, отсутствует организационный уровень, заинтересованный в решении этой задачи. Центральный аппарат ФАС России преимущественно ориентирован на контроль товарных рынков федерального уровня, территориальные органы — региональных товарных рынков;

во-вторых, официальная статистика собирается и предоставляется в разрезе субъектов Российской Федерации, а отслеживать межрегиональные связи хозяйствующих субъектов крайне трудно. Для проведения анализа межрегионального товарного рынка необходимы скоординированные действия нескольких, иногда значительно территориально разобщенных структур.

В истории антимонопольных органов предпринимались попытки решить указанную проблему путем введения формального критерия: товарные рынки, охватывающие территорию менее 5 субъ-

ектов Российской Федерации, предлагалось анализировать заинтересованным территориальным управлениям. Товарные рынки, охватывающие территорию более 5 субъектов Российской Федерации, предлагалось анализировать на федеральном уровне. Однако положительных результатов предложенный подход не принес из-за своей методической непроработанности. Формальный принцип организации работы по анализу межрегиональных рынков был принят за критерий выделения самих межрегиональных товарных рынков, а сотрудники антимонопольных органов оказались не готовыми анализировать товарные рынки на межрегиональном уровне.

В новой редакции Порядка формальные признаки товарных рынков разного территориального уровня не приводятся, а даны только общие (качественные) определения. Предполагается, что особенности анализа межрегиональных товарных рынков (в частности, вопросы взаимодействия разных территориальных подразделений ФАС России) будут конкретизированы по мере возрастания необходимости в проведении такого вида работ и создания соответствующих организационных форм, например, в структурах полномочных представителей Пре-

зидента Российской Федерации в федеральных округах.

В заключение хотелось бы указать на то, что рассмотренные новации не исчерпывают весь спектр изменений в документе. Среди прочих отличий от предыдущей редакции можно отметить закрепление особенностей анализа рынка при возможности ограничивать конкуренцию у покупателя; изменение формулировки нормы о группах покупателей, действующих на рынке; появление раздела о временном интервале исследования; новую редакцию раздела об оценке состояния конкурентной среды. Необходимо указать и на то, что в связи с вступлением в силу Закона «О защите конкуренции» Порядок планируется дополнить разделом об установлении доминирующего положения.

### Литература

1. *Алешин Д.А.* Новые подходы ФАС России к анализу состояния конкурентной среды на товарных рынках. Перспективы практического применения «теста гипотетического монополиста» // Законы России: опыт, анализ, практика. 2007, №6.
2. *Бутыркин А.Я.* Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения в промышленности // Едиториал УРСС. 2003; и др.

Статья поступила в редакцию 15.08.2007

*D. Aleshin, Deputy Head of the Information Analysis Directorate, Federal Antimonopoly Service (FAS) of the Russian Federation*

*M. Polozhikhina, Deputy Head of the Law Enforcement Best Practices Analysis and Methodology Analysis, Federal Antimonopoly Service of the Russian Federation*

### ANALYSIS OF THE COMPETITION ON THE COMMODITIES MARKET: THE FAS MODERN APPROACH

Commodities market situation analysis is the base for the decision making process in the anti-monopoly legal regulation development. The FAS issued Order No. 108 "On the Commodities Market Situation Evaluation and Analysis Procedure" on 25 April 2006. The Order came into effect in August 2006. There are some totally new points in the new Order. The main of them is the following. The so-called hypothetic monopolist identification test is introduced into the Russian practical law execution sphere. Among other innovations it is necessary to draw attention to the introduction of the market boundaries identification system; a new version of the subordinated businesses supervision system; and a new regional commodities market identification system.

УДК 338.242.4

Окончание. Начало см. журнал  
«Современная конкуренция». № 4(4) стр. 22-27

**Гельвановский М.И., д. э. н.,**  
профессор, генеральный директор  
Национального института развития Отделения общественных наук РАН

## РОЛЬ И ГРАНИЦЫ КОНКУРЕНЦИИ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

*Мы, русские, в области политической экономии, конечно, шли на буксире Запада, а потому при царствовавшем в России в последние десятилетия беспочвенном космополитизме нет ничего удивительного, что у нас значение законов политической экономии и житейское их понимание приняли самое нелепое направление.*

*(Граф С. Ю. Витте, Санкт-Петербург, 1912 г.)*

### **Стимулирование конкуренции: необходимость соблюдения системных ограничений**

При формулировании основных положений политики использования конкуренции как средства повышения эффективности национальной экономики необходимо учитывать ряд системных ограничений, вытекающих из самого характера конкурентной борьбы. Они связаны с уже упоминавшимся ранее односторонним пониманием таких категорий, как монополия, которую рассматривают исключительно с отрицательных позиций, и конкуренция, которая, наоборот, обычно рассматривается как категория, несущая лишь положительный потенциал и является, чуть ли не панацеей от всех проблем, с которыми сталкиваются управленцы, отвечающие за результаты экономического развития страны.

#### **1. Монополия и монополизм**

Игнорирование проблемы оптимального уровня конкуренции внутри страны

привело к ошибочному построению анти-монопольного законодательства. По подобию других стран оно построено по принципу демополизации производственной структуры национальной экономики и направлено на дальнейшую реструктуризацию национальных монополий. При этом игнорируется факт, что всякая реструктуризация крупного производства сопровождается снижением производительности общественного труда, поскольку обычно связана с расчленением единой технологической схемы, уменьшением возможности концентрации производственного и финансового капитала и оперативного использования ресурсов. При этом, как правило, сокращается сфера внутрифирменных расчетных цен. В то же время расширяются возможности для создания посреднических структур, как правило, резко взвинчивающих цены.

В условиях России необходимо использовать малейшую возможность использования эффекта от системной организации национального хозяйства и бороться

следует не с монополиями, поскольку возрождение экономики России как раз связано именно с развертыванием крупного и сверхкрупного производства, а с кадровым, ценовым и техническим монополизмом, который могут осуществлять как крупные, так и средние и даже мелкие компании, но это уже совсем другая задача и другие методы, которые также должны быть предусмотрены в рамках рассматриваемого федерального закона.

С этой же темой связаны проблемы, вызванные уже упоминавшимися попытками формирования псевдоконкурентной среды через реструктуризацию монопольного положения ряда компаний (обычно государственных или полугосударственных) в энергетике, на транспорте, в отдельных сегментах сферы услуг. Особенно это относится к отраслям инфраструктуры.

Все системы жизнеобеспечения, устойчивого и бесперебойного снабжения страны электричеством, теплом, водой, транспортными, информационными коммуникациями и всем прочим, иными словами инфраструктура создает условия для ритмичной работы предприятий. Если конкурентная борьба между фирмами грозит сбоями в работе систем жизнеобеспечения, то это грозит нарушением работы предприятий и фирм, а, следовательно, снижением их конкурентоспособности не по их вине.

Поэтому на уровне национальной экономики должны быть законодательно отработаны механизмы поддержания баланса между свободной конкуренцией и регулированием, сопровождающим организационно-технологические потребности хозяйственной системы страны. Наличие такого баланса — часть системы поддержания конкурентных позиций страны. К этой же системе относятся и стратегические программы реализации промышленной политики страны. Поэтому на уровне национальной экономики структуры призваны формулировать стратегическую

линию и стимулировать процесс выращивания общенациональных конкурентных преимуществ в соответствии с выбранной стратегией.

## **2. Монополия частная и государственная**

Рост конкурентоспособности и череда побед в конкурентной борьбе, в конечном итоге, ведут к образованию монополии, результатом чего является проявления различных форм монополизма. Именно монополизм в рыночной экономике подавляет конкуренцию, ведет к снижению заинтересованности фирмы в развитии конкурентных преимуществ, поскольку исчезает сам побудительный мотив к этому — конкурент. Это, в свою очередь, ведет к застою и деградации. Поэтому в условиях рыночного хозяйства противоречия между тенденциями монополизма (следствием естественного роста мощи отдельных компаний) и необходимостью сохранения конкурентного климата как одной из основных движущих сил экономического развития хозяйственной системы, основанной на рыночных принципах, обычно преодолевается путем внешнего (внерыночного) регулирования. Как правило, эти функции берут на себя государство и (или) общественные органы управления. Их задача состоит в нахождении и установлении в каждом конкретном случае оптимального соотношения допустимого уровня монополизации и степени конкурентного напряжения. В результате возникает проблема выбора между частной и государственной монополией. Многие специалисты вообще часто такого разделения не проводят и, рассматривая любую монополию как абсолютное зло (о чем уже упоминалось выше). Это категорически неверно, но особенно неверно в отношении государственной монополии. Если не всякая частная компания стремится создать монопольные условия своего существования для получения монополь-



ной сверхприбыли и может довольствоваться устойчивым положением на рынке, понимая, что и эта устойчивость является мощным конкурентным ресурсом, то частная монополистическая компания, работающая под контролем государства или общественности, уже оказывается в условиях заведомо ограниченных в отношении получения монопольной прибыли. Тем более это относится к государственной монополии. Следует иметь в виду, что государство, беря в руки монопольное право установления цен, одновременно берет на себя и ответственность перед населением страны за справедливое использование этого права, т.е. ту ответственность, которой полностью лишена частная монополистическая фирма. Таким образом, государственная монополия отличается от частной тем, что, как правило, она сопровождается социальной ответственностью, у частной же монополии такая ответственность практически отсутствует. И если государственная компания ведет себя как частный монополист, то винить следует не компанию, а соответствующие государственные структуры, которые позволяют ей это делать. Это обстоятельство крайне важно учитывать при формировании макростратегии конкурентного развития, поскольку социальная стабильность в стране является одним из определяющих условий повышения конкурентоспособности.

### **3. Социальные границы и социальные приоритеты конкурентной борьбы**

Задача повышения экономической эффективности в рыночной экономике может войти (и часто входит) в противоречие с социальной эффективностью, создавая проблемы безработицы, излишней экспортной ориентации (в ущерб национальным потребностям или интересам) или импортной зависимости и т.п. Все эти проблемы решаются в рамках реализации экономической политики государства, несущего ответственность перед населением стра-

ны за внутреннюю социальную стабильность и внешнюю безопасность. Поэтому конкурентная стратегия на макроуровне, тесно связанная с решением экономических, социальных и политических проблем, фактически является неким общим итогом, результатом согласования этих стратегических линий.

### **4. Границы использования конкурентной борьбы и структурная оптимизация рынков**

Как уже отмечалось, принято считать, что конкурентоспособность страны формируется как совокупность конкурентоспособности ее товаров, предприятий и фирм, и это поверхностное представление не учитывает важности национальной природной, социокультурной и исторической базы, которые составляют фундамент для формирования структуры национального хозяйства, образа хозяйственного поведения, специализации страны на производстве тех или иных продуктов и услуг и формирует ее профиль в мировой экономике. Подчеркнем, что конкуренция в хозяйственной системе является лишь одним из социальных инструментов повышения эффективности использования имеющихся в распоряжении общества ресурсов, инструменте, основанном на жестком соревновательном принципе отбора лучших и более эффективных рыночных агентов. Другими словами — это лишь один из группы операционных факторов, который вовсе не имеет универсального характера. Более того, как отмечалось, чрезмерное конкурентное напряжение часто ведет к развязыванию ценовых войн, которые обычно чреваты разрушительными последствиями.

### **5. Конкуренция в условиях глобализации**

Рассматривая проблему развития конкурентных отношений в национальной экономике, необходимо учитывать и новые

условия, новый международный контекст, в которых ей приходится развиваться, а именно — процесс глобализации. Процесс глобализации имеет ряд аспектов, каждый из них имеет свое значение для формирования конкурентных преимуществ, среди основных из них экономический (либерализация рынков товаров и капиталов со стороны правительств национальных государств, концентрация, централизация международного капитала в крупных транснациональных компаниях и финансовых группах); политико-правовой (размывание государственных границ, принятие международных правовых актов и соглашений, ослабляющих роль и влияние государств на внутри- и внешнеэкономические процессы); научно-технический, выражающийся в феномене техноглобализма, слиянии появляющихся в отдельных странах нововведений и новых технологий в единый комплекс технических знаний, возникновения «технологических макросистем» в области связи, транспорта, производства как результат революции в сфере телекоммуникаций; социокультурный (ослабление роли национальных традиций, обычаев, духовно-этическая конвергенция, выражающаяся в сближении социокультурных стереотипов, шкалы жизненных ценностей, политических и социальных представлений людей, возрастание роли индивида и снижение роли социума); этнодемографический (стремительный рост народонаселения планеты и его этническая диффузия, усиление миграционных процессов, старение населения в промышленно развитых странах); экологический (обострение глобальные экологические проблемы, имеющие принципиальное значение для жизнеобеспечения населения планеты).

При этом в собственно экономическом поле происходят процессы, в результате которых формируются явления, создающие принципиально новую структуру мировой экономики, по сравнению с той, которая была характерна для нее

еще 10-15 лет назад. К ним можно отнести такие явления, как финансовая глобализация и становление глобальных транснациональных корпораций, рост господства капитала над производством и небывалый ранее размах финансовых спекуляций; интенсификация мировой торговли; регионализация мировой экономики, тенденции глобальной конвергенции хозяйственных укладов; многократное увеличение информационных потоков и рост их разнообразия, открытость информации; расширение влияния глобальных олигополий и рост слоя транснациональных предпринимателей; перестройка центров политической, экономической, военной мощи, создание транснациональной экономической дипломатии и глобализация наднациональной государственной власти.

Разнообразие и масштабность этих процессов требуют их систематизации и структурирования, с тем чтобы получить достаточно внятное представление о современной картине мирового хозяйства, в недрах которого происходят эти глобализационные процессы.

## **6. Связь конкурентоспособности и экономической безопасности**

Процессы глобализации особенно обострили проблему экономической безопасности. Осмысление этой связи вытекает из того, что конкурентоспособность может достигаться не только путем улучшения своих собственных характеристик, но и путем использования различного рода мер по блокированию развития конкурентов, срыва планов и программ повышения их конкурентоспособности, что нередко оказывается дешевле и эффективнее, чем разработка и реализация дорогостоящих собственных программ совершенствования технологии, обучения персонала, поиска новых путей удовлетворения покупательского спроса и пр. Кроме того, деструктивные меры нередко могут оказаться

и более эффективными с позиций «очистки» конкурентного поля и на какой-то срок обеспечить устойчивые лидирующие позиции практикующей такие меры фирме или стране. Хотя такая деструктивная политика признается как недобросовестная конкуренция и чревата наказанием в законодательном порядке, тем не менее соблазн использования наряду с конструктивными методами конкурентной борьбы и методы деструктивного характера нередко побеждает, и как отдельные компании, так и отдельные страны вынуждены считаться с этим обстоятельством в своей практике конкурентной борьбы, выстраивая различные формы защиты от подобных мер. В такой постановке решение проблемы ведет к выработке мер по обеспечению экономической безопасности (фирмы или страны). Особенно важно учитывать этот фактор при формировании конкурентной среды на макроуровне, поскольку между странами практически пока еще не создано единого правового поля. При этом уже в рамках этой новой системы идет выстраивание таких стратегических концептуальных позиций, которые нередко могут блокировать попытки потенциальных стран-конкурентов создать и укрепить свой собственный конкурентный плацдарм.

Методически обеспечение экономической безопасности должно осуществляться через учет связанных с этой безопасностью факторов уже на стадии формирования стратегии повышения конкурентоспособности, с тем чтобы при реализации этой стратегии конкретно складывающиеся условия конкурентной борьбы служили основанием лишь для корректировки выбранной стратегии.

Следует подчеркнуть, что укрепление и повышение макроконкурентоспособности в условиях глобализации подразумевает формирование оптимальной внутренней и внешней специализации экономики, выстраивания соответствующей ее структуры экономики, отражающей особенности ее национальной стратегии и тактике в

международной конкурентной борьбе. Поэтому конкурентоспособность страны базируется прежде всего на ее жизнеспособности, т.е. на прочности ее национальной воспроизводственной базы, служащей фундаментом удержания, укрепления и расширения ее экономических позиций в мире. Именно этот императив должен выступать в качестве приоритета при формировании условий развития конкурентных отношений в экономике страны.

Главная задача государства здесь состоит в том, чтобы с помощью выработки национальной экономической политики, закрепленной в соответствующей системе законов обеспечить условия для стабильного и гармоничного развития страны на основе накопления и эффективного использования конкурентных преимуществ на всех уровнях, используя все факторы и привлекая все имеющиеся социальные ресурсы — государственный аппарат всех уровней, частно-предпринимательский корпус различных масштабов (крупный, средний и мелкий) и общественные организации (политические партии, различные профессиональные союзы и ассоциации, экологические организации и другие общественные институты).

Именно на этой методологической и организационной базе следует формировать систему развития конкурентных отношений в российской экономике. В основе политики и стратегии развития конкурентоспособной экономики должна лежать государственная стратегия национальной, прежде всего экономической безопасности России как фундамента реализации ее конкурентных преимуществ. Это положение должно быть четко закреплено в законодательстве страны.

\*\*\*

Подводя итог рассмотрению проблемы развития конкурентных отношений в национальной хозяйственной системе и выработке соответствующих правовых меха-

низмов обеспечения этого развития, можно сказать следующее.

1. Конкуренция хотя и играет в решении задачи повышения эффективности и конкурентоспособности национальной экономики значительную роль, все же не является универсальным средством достижения этой цели.
2. Развитие конкурентных отношений в национальной хозяйственной системе должно балансироваться, по крайней мере, еще двумя типами механизмов — механизмами регулирования экономики со стороны государства с целью оптимизации ее развития и реализации в ходе этого развития национальных интересов страны, и механизмами сотрудничества прежде всего между отечественными фирмами и предприятиями, а также фирмами и предприятиями стран — геополитических партнеров России, заинтересованных в долгосрочном сотрудничестве с нашей страной и потому готовых нести свою долю ответственности и рисков по выбираемым проектам.
3. При разработке мер по развитию конкуренции необходимо учитывать ограничения геостратегического и социально-экономического характера, а также возможность возникновения угроз национальной безопасности страны. Конкурентоспособность страны базируется прежде всего на ее жизнеспособности, т.е. на прочности ее национальной производственной базы, служащей фундаментом укрепления ее экономических позиций в мире. Именно этот императив должен выступать в качестве приоритета при формировании условий развития конкурентных отношений в экономике страны.
4. Наиболее комплексно решение поставленной проблемы могло бы быть достигнуто при формировании и реализации федеральной программы повышения конкурентоспособности национальной экономики России, в которой нашли бы отражение все поставленные задачи и связанная с ней система ограничений.

Статья поступила в редакцию 05.07.2007

---

*M. Gelvanovsky*

*Doctor of Economics, Professor, Director-General of the National Development Institute of the Social Sciences Directorate of the Russian Academy of Sciences*

## THE ROLE AND LIMITS OF COMPETITION IN RAISING THE NATIONAL ECONOMY COMPETITIVENESS

“The Russians, as far as the political economy is concerned, have been moving in the wake of the Western countries’ development; therefore, in the light of the unfounded cosmopolitanism that has been the czar of the public thought in Russia in the last few decades it is small wonder that the political economy rules and their meaning are incongruously understood by the public”.

*(Count Sergei Witte, Saint-Petersburg, 1912)*

УДК 339.137.24

**Булатов Д.С.**, к. э. н.,  
президент Национального союза экспортеров продовольствия;

**Карпунин В.И.**, к. э. н., доцент,  
исполнительный директор Национального Фонда Управления Активами

## ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ЭКСПОРТЕРОВ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

*Россия, как известно, сегодня является крупным импортером продовольствия. Именно этот факт лежит в основе бытующего мнения о неконкурентоспособности российских производителей.*

*Вместе с тем по мнению специалистов, данная точка зрения не вполне соответствует действительности. Уже сейчас российские производители заявляют о себе как перспективные экспортеры ряда продуктов питания. Если государство активизирует поддержку экспортеров, отечественные производители смогут уже в ближайшее время значительно расширить поставки не только на внутренний, но и на внешний рынок мясных и рыбных продуктов, муки и круп, кондитерских изделий, алкогольных и безалкогольных напитков, подсолнечного масла, йогуртов, молочных консервов, мороженого, соков и т.д., а также ряда видов сельскохозяйственной продукции.*

*О проблемах конкурентоспособности российских экспортеров продовольствия, требующих безотлагательного решения, о перспективах развития АПК рассуждают участники прошедшей в июне 2007 года Второй аналитической конференции «Конкуренция: стратегия, тактика, модели, обучение»: **Булатов Дмитрий Сергеевич** — президент Национального союза экспортеров продовольствия<sup>1</sup> и **Карпунин Вячеслав Иванович** — исполнительный директор Национального Фонда Управления Активами<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Национальный союз экспортеров продовольствия создан в 2000г. В числе его учредителей — ЗАО «Торговая компания Вимм-Билль-Данн», ОАО «Эфирное», ООО «Протеин-Продукт». Руководители Союза входят в состав Экспертного совета по регулированию внешнеэкономической деятельности при Комитете Государственной Думы ФС РФ по экономической политике, предпринимательству и туризму. Союз является участником Торгово-экономического совета при Минэкономразвития России. Союзом подписано соглашение о взаимодействии с Министерством сельского хозяйства Российской Федерации. Руководители Союза входят в состав Комитета по предпринимательству в аграрно-промышленной сфере Торгово-промышленной палаты Российской Федерации. Союз является участником Ассоциации отраслевых союзов АПК («АССАГРОС»), Руководители Союза участвуют в организации работы Комитета по международным связям Ассоциации.

<sup>2</sup> Национальный Фонд Управления Активами — Фонд будущих поколений — некоммерческая организация учреждена в 1999г. Управлением делами Президента РФ и межрегиональными Ассоциациями экономического взаимодействия субъектов РФ, опирающихся в своей деятельности на Федеральный закон от 17.12.1999 №211-ФЗ, объединяющими 89 субъектов Российской Федерации.

Ассоциации: «Центрально-Черноземная», «Северо-Запад», «Северный Кавказ», «Большая Волга», «Большой Урал», «Сибирское соглашение», «Дальний Восток и Забайкалье» возглавляются губернатором одной из областей, входящих в их состав. Ассоциации имеют профильные комитеты, например: Комитет по сельскому хозяйству, Комитет по строительству, Комитет по энергетике, Комитет по транспорту, Комитет потребительского рынка и др., которые возглавляют вице-губернаторы областей, входящих в состав Ассоциаций. Председатели исполнительных комитетов Ассоциаций, их вице-президенты входят в состав органов управления Фонда.



**Булатов Д. С.**, к. э. н.,  
президент Национального союза  
экспортеров продовольствия

**В** национальной политике развития экспорта начались кардинальные перемены. В 2006 году впервые в истории современной России отечественные экспортеры продовольствия получили право на получение государственной финансовой поддержки.

В настоящее время эта поддержка осуществляется в двух формах:

- государственное гарантирование политических и долгосрочных коммерческих рисков при проведении экспортных операций;
- возмещение части процентных ставок по кредитам, предоставляемым российскими кредитными организациями российским экспортерам промышленной продукции.

## Гарантийная поддержка

Многие отечественные экспортеры поставляют свою продукцию за рубеж только на основе 100-процентной предоплаты, тем самым искусственно сужая круг потенциальных партнеров. В то же время поставщики из других стран готовы поставлять продукцию с рассрочкой платежа, что дает им дополнительные конкурентные преимущества.

Национальный союз экспортеров продовольствия вышел с инициативой — распространить государственную гарантийную поддержку на ряд видов продукции пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с заявками участников Союза.

Инициатива Союза получила одобрение Правительства Российской Федерации. Распоряжением Правительства РФ от 15 мая 2006 г. № 699-р перечень промышленной продукции, при осуществлении экспорта которой оказывается государственная финансовая (гарантийная) поддержка, расширен за счет ряда продовольственных товаров.

Теперь государство берет на себя покрытие политических и долгосрочных коммерческих рисков, возникающих при проведении экспортных операций. Это означает, что отныне российский экспортер так же, как американские и западноевропейские экспортеры продовольствия, может (предварительно получив поддержку государства) значительно расширить рынки сбыта, поставлять свою продукцию в те страны, где традиционно существуют повышенные риски проведения торговых операций. Причины этому могут быть различные: изменение экономического курса страны в результате смены власти в стране-импортере, экономические, финансовые кризисы и т. п.

При этом особо следует подчеркнуть, что государство оказывает подобную поддержку, не взимая с экспортеров платы за предоставленные гарантии. При прочих

равных условиях это позволяет увеличить рентабельность проводимых экспортных операций. Следовательно, повысить конкурентоспособность российских товаров, как на традиционных, так и на новых рынках.

В список стран, на которые распространяются гарантии, довольно широк. В их числе — страны СНГ, Южной Европы, Ближнего и Среднего Востока, Латинской Америки и Азии.

Бюджет 2007 года предусматривает предоставление государственных гарантий на 1 млрд долл. для экспорта всей промышленной продукции.

Лимит гарантий по одному экспортному контракту составляет 10 млн долл., что для экспортеров продовольствия — более чем достаточно.

Гарантиями на сегодняшний день могут воспользоваться только поставщики мясных изделий, муки и кондитерской продукции. Причина — отсутствие заявок представителей других отраслей. Однако это не означает, что в перспективе перечень не может быть расширен. Главное — проявить инициативу.

### **Возмещение части процентных ставок по экспортным кредитам**

Российские экспортеры продовольственных товаров с высокой степенью переработки получили также право на возмещение, за счет средств федерального бюджета, двух третей процентной ставки по взятым ранее кредитам на развитие экспорта.

Вряд ли можно говорить о справедливой конкуренции, когда российский поставщик получал кредит на развитие экспортной деятельности под 12% годовых в валюте, а его конкурент из зарубежных стран — под 4%.

Понимая важность и необходимость поддержки российских товаропроизводителей со стороны государства, понимая необхо-

димость повышения их конкурентоспособности, Национальный союз экспортеров продовольствия обратился в Минсельхоз и Минпромэнерго (главный распорядитель бюджетных средств по этому механизму поддержки экспорта) с предложением о возмещении поставщикам продовольствия части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских банках.

Министерства поддержали это предложение, и теперь экспортерам продовольственных товаров с высокой степенью переработки будет возмещаться две трети процентной ставки по кредитам, полученным на проведение экспортных операций. В бюджете 2007 года на возмещение части процентных ставок по экспортным кредитам предусмотрено 3 млрд рублей.

Процесс подготовки необходимых документов для получения бюджетной поддержки может показаться достаточно сложным (одно только перечисление требуемых документов на получение государственной финансовой поддержки может серьезно озадачить потенциальных претендентов).

Национальный союз экспортеров продовольствия как раз и является тем надежным помощником, который проведет предприятие по «лабиринтам» этого процесса. Союз оказывает содействие своим участникам в практическом получении бюджетной поддержки — помогает им в подготовке пакета необходимых документов, оформлении заявки, прохождении последующих процедур. В результате все перечисленные этапы оказываются реально «проходимыми».

Союз при этом не ограничивается работой по реализации действующих механизмов государственной поддержки. Не менее важная задача — разработка и реализация новых форм государственной поддержки.

Следует обратить внимание на тот факт, что страны — ведущие экспортеры продовольствия оказывают поддержку наци-

ональным производителям не только при осуществлении экспортной деятельности. Большое значение имеет поддержка экспортных производств. У нас этот ресурс пока не используется.

Ассигнования на развитие экспортных производств могут быть выделены в рамках бюджетных средств, предусмотренных на цели развития российского АПК.

Подобная поддержка помогла бы российским экспортерам активизировать торговый маркетинг. Их зарубежные конкуренты при продвижении своей продукции в различных странах используют ТВ и наружную рекламу, каталоги. Практикуются мероприятия, которые известны и у нас в России («собери баллы или штрих-коды — получи призы», «две упаковки по цене одной» и др.).

Ограниченные маркетинговые бюджеты российских производителей продовольствия не позволяют широко практиковать подобные акции на зарубежных рынках. Естественно, побеждает тот конкурент, кто осуществляет более агрессивную маркетинговую стратегию, хотя его продукция не всегда отличается более высоким качеством или более привлекательной ценой.

Если отечественные экспортеры продукции пищевой и перерабатывающей промышленности (прежде всего, уникального и экологически чистого продовольствия) смогут получить поддержку в виде ассигнований (субсидий) на развитие экспортных производств в рамках бюджетных средств, предусмотренных на цели развития российского АПК, то они смогут существенно усилить позиции в конкурентной борьбе с экспортерами других стран.

Предложения Национального союза экспортеров продовольствия по данному вопросу находятся на рассмотрении в Минэкономразвития России.

Хотелось бы подчеркнуть, что речь идет о тех видах поддержки, которые соответствуют нормам и правилам ВТО. Особое значение для нас имеет опыт США и стран

ЕС, где существует разветвленная система поддержки экспортеров продовольствия.

Участников нашего Союза интересует не только расширение поставок на рынки зарубежных стран, но также и возможности создания производств на территории зарубежных стран.

Союз поддерживает контакты с посольствами ряда государств и доводит до его участников информацию о позитивных изменениях в экспортно-импортной политике этих стран.

В частности, в Словакии в соответствии с Законом о стимулировании инвестиций правительство предоставляет инвесторам (как национальным, так и зарубежным) следующие льготы:

- «налоговые каникулы» сроком до 10 лет;
- субсидии на создание рабочих мест;
- субсидии на обучение персонала.

Относительно новая форма поддержки экспортеров — частичное финансирование организации экспозиций российских производителей на крупных выставках и ярмарках, проводимых за рубежом. Интересно отметить, что Распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2006 г. №1853-р утвержден Перечень выставок и ярмарок, которые будут проводиться за рубежом в 2007 году и на которых планируется организовать российские экспозиции, частично финансируемые за счет средств федерального бюджета.

Среди них:

- Российская национальная выставка в г. Ташкенте (Узбекистан, октябрь);
- Российская национальная выставка в г. Йоханнесбурге (Южно-Африканская Республика, ноябрь);
- организация российского участия во Всемирной специализированной выставке «ЭКСПО-2008» (Испания).

Мы хотели бы представить Россию как перспективного поставщика уникального и экологически чистого продовольствия,



произведенного на основе современных технологий. В ближайшее время Союз предполагает подготовить брошюру «Российские экспортеры продовольствия» для презентации на различных международных выставках.

Еще одно направление государственной поддержки экспортеров — наградная деятельность.

Национальный союз экспортеров продовольствия, будучи участником Торгово-экономического Совета при Минэкономразвития России, имеет право выдвигать своих участников на ежегодный конкурс «Лучший российский экспортер».

Победители конкурса имеют право ставить полученный Почетный знак на экспортируемую ими продукцию, демонстрировать его на международных выставках, ярмарках и других мероприятиях.

Участники Союза имеют право выдвигаться на конкурс ежегодно и становиться его неоднократными победителями.

Одinizучредителей Союза — «Торговая компания ВИММ-БИЛЛЬ-ДАНН» выдвигалась на конкурс «Лучший российский экспортер» и трижды становилась его победителем.

В конкурсе появилась новая номинация — «За содействие экспорту». Мы очень рады, что победителем этого года в указанной номинации стал участник нашего Союза — рекламно-издательский дом «Трайидент».

Издаваемый РИД «Трайидент» справочник «Выставки. Ярмарки двух столиц» является на сегодняшний день единственным отечественным выставочным справочником, распространяемым за рубежом.

Экспортерам продовольствия требуется активная информационная поддержка.

С одной стороны, они получают все больше информации о ситуации и перспективах развития мирового рынка, о достижениях зарубежных государств и пр. Но, как представляется, не только российский экспортер должен получать информацию

о том, что происходит за рубежом. Очень важно, чтобы наши потенциальные партнеры в зарубежных странах имели достаточно полное представление об экспортном потенциале российского АПК, о российских компаниях и производимой ими продукции.

Национальный союз экспортеров продовольствия начал издавать ежеквартальный журнал «АгрОс» (на сегодняшний день это единственное издание, посвященное внешнеэкономическим связям в сфере АПК).

В журнале содержится информация по следующим вопросам:

- важнейшие события, анонсы;
- информация об экспортно-импортной политике зарубежных стран (как ближнего, так и дальнего зарубежья);
- ближайшие зарубежные выставки;
- запросы зарубежных покупателей;
- тендеры за рубежом;
- таможенное дело;
- новости законодательства.

Издание распространяется среди участников и партнеров Союза, подписчиков на территории России, заинтересованных министерств и ведомств, а также направляется в российские торгпредства в различных странах и доводится до сведения заинтересованных зарубежных партнеров.

Рассматривая проблемы обеспечения конкурентоспособности российских производителей продовольствия, нельзя обойти вниманием кадровую проблему. Расширение экспортной активности российских производителей продовольствия предполагает подготовку соответствующих кадров. Особо следует подчеркнуть, что последнее является важнейшим элементом повышения и конкурентоспособности АПК страны в целом.

Вполне закономерно, что в дальнейшей работе Союза все большее значение будет играть содействие в подготовке для своих участников специалистов в области внешнеэкономических связей в сфере АПК. Приблизить предложение

российских учебных заведений, выпускающих специалистов соответствующего профиля, к реальной потребности АПК регионов — эта задача стоит сегодня практически перед всеми образовательными учреждениями страны.

Во многом отсутствие профессионально подготовленных специалистов в области внешнеэкономических связей в сфере АПК обусловлено тем, что в России до настоящего времени практически отсутствуют вузы, ведущие подготовку такого рода специалистов. С другой стороны, пробле-

ма недостатка профессиональных кадров для АПК в сфере внешнеэкономической деятельности связана с общей кадровой проблемой в сельском хозяйстве.

*Общий вывод.* Все перечисленные направления поддержки экспортной активности российских производителей продовольствия позволят (хотелось бы надеяться) более эффективно развивать потенциал отечественного АПК и экономики в целом и развивать производство в расчете не только на внутренний, но и на внешний рынок.



**Карпунин В. И.**, к. э. н., доцент, исполнительный директор Национального Фонда Управления Активами

Поскольку, как известно, кадры решают все, ответ на поставленный редакцией журнала вопрос, начну с проблем кадровой обеспеченности российского АПК. На протяжении последних

десятилетий в стране ощутимо ухудшился качественный и возрастной состав сельскохозяйственных кадров, произошел отток квалифицированных руководителей и специалистов в другие сферы деятельности. Наглядным является пример агропромышленного комплекса Псковской области, где за последние пять лет численность руководителей и специалистов, работающих в сельхозпредприятиях области сократилась более чем на 630 человек. В этих условиях обеспеченность кадрами высшего и среднего звена возросла на 3 %, однако общая картина кадровой обеспеченности далеко не удовлетворительная: в отдельных районах до половины аграрных предприятий не укомплектованы профильными специалистами. В среднем по области обеспеченность хозяйств главными специалистами составляет 71 %, из них только 31 % имеют высшее профессиональное образование, в том числе среди главных агрономов — 48 %, главных зоотехников — 34 %, главных экономистов — 35 %, главных бухгалтеров — 22 %, главных ветеринарных врачей — 28 %, главных инженеров — 30 %<sup>1</sup>.

Низкой остается престижность сельскохозяйственного труда. Отсутствие со-

<sup>1</sup> <http://www.pskov.ru>

циально-экономических и культурно-бытовых условий отрицательно влияет на закрепление молодых специалистов на селе. В той же Псковской области из 400 выпускников дневного отделения Великолукской государственной сельскохозяйственной академии и из 627 выпускников средних специальных учебных заведений приступили к работе на предприятиях АПК 15 %.

Причины, по которым молодежь не идет в АПК, понятны. Основная проблема — сложное социально-экономическое положение села. За этими словами — отсутствие жилья, неоправданно низкая цена сельскохозяйственного труда, а также сокращение числа работодателей. В то же время, с точки зрения работодателей и представителей службы занятости, не всегда учебные заведения ориентируются на современные потребности отрасли. Не позволяет готовить современных специалистов и устаревшая материально-техническая база многих российских аграрных вузов.

Закономерно, что решение проблемы подготовки востребованных на сельском рынке труда специалистов является одним из приоритетных направлений для развития экономики сельскохозяйственных регионов.

В ряде регионов страны местные администрации заняли активную позицию в решении данной проблемы. Так, Алтайская краевая целевая программа по кадровому обеспечению агропромышленного комплекса, принятая в 2006 году, определяет комплекс мер по улучшению кадрового обеспечения АПК. В числе основных мероприятий программы по кадровому обеспечению АПК: совершенствование целевой контрактной подготовки специалистов для села, восстановление и эффективное применение системы государственной поддержки руководителей и специалистов АПК, повышение качества и эффективности дополнительного образования кадров, развитие системы стимулирования труда в аграрном комплексе и ряд других мер. Особое внима-

ние уделяется оказанию государственной поддержки руководителям и специалистам АПК (заключившим соответствующие договора сроком не менее чем на 5 лет) путем выделения безвозмездных пособий в размере от 20 до 50 тыс. рублей в первые два года работы в должности, а также предоставления бюджетных займов в размере от 150 до 300 тыс. рублей со сроком гашения 10 лет под 5 % годовых.

В рамках данной программы на Алтае введена процедура краевого заказа на подготовку специалистов. При этом определены объем и структура приема в краевые образовательные учреждения начального и среднего профессионального образования. Обучение оплачивается из краевого бюджета. Благодаря этой программе бюджетный набор организован для более 10 тыс. человек, и сейчас ведется обучение трактористов-машинистов сельскохозяйственного производства, техников-механиков, мастеров сельскохозяйственного производства, слесарей по ремонту автомобилей, мелиораторов, пчеловодов. Подготовка по специальностям «Землеустройство», «Зоотехния», «Агрономия» и «Ветеринария» ведется в аграрных техникумах и колледжах».

Необходимо отметить, что региональные программы подготовки кадров для АПК реализуются в целом ряде российских регионов. К примеру, в Самарской области в рамках региональной целевой программы «Формирование эффективной системы подготовки кадров для агропромышленного комплекса Самарской области» предусмотрено значительное расширение доступа к информационным и образовательным ресурсам, обновление библиотечных фондов, проведение материально-технического оснащения ряда вузов области, на базе которых осуществляется подготовка специалистов для АПК. Кроме того, предусмотрено проведение ярмарок вакансий, а также создание и оснащение центра по трудоустройству студентов и выпускников учебных заведений, осуществ-

вляющих подготовку специалистов для АПК. Областная администрация успешно проводит различные эксперименты по закреплению профессиональных кадров на предприятиях АПК области, путем создания привлекательных условий жизнедеятельности.

Программа подготовки инновационно-ориентированных специалистов по заявкам агропредприятий стала предметом активного обсуждения и на семинаре-совещании с участием ученых Саратовского Аграрного университета им. Н.И. Вавилова, представителей Министерства сельского хозяйства области, а также руководителей предприятий агропромышленного комплекса. Участниками совещания была предложена новая форма подготовки специалистов по заявкам агропредприятий. При этом специалисты будут обучаться по индивидуальным учебным планам под руководством ведущих ученых вуза, и стажироваться на предприятиях. Научные работы специалистов-студентов должны в своей основе иметь решение реальных проблем агропредприятия. В ходе реализации этой программы руководители предприятий получают не только грамотного специалиста, но и реальный бизнес-проект развития того или иного хозяйства. А его реализация будет осуществляться при поддержке ученых университета.

В последние годы все более актуальным вопросом является создание базовых площадок и ресурсных центров в учреждениях профобразования и возможность переподготовки незанятого сельского населения. Кроме того, на мой взгляд, необходимо организовать подготовку практико-ориентированных специалистов за счет создания системы непрерывного образования.

Качество подготовки конкурентоспособных специалистов для АПК является сегодня действительно ключевой задачей. В этой связи особого внимания заслуживает факт создания РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева под руководством Министерства

сельского хозяйства РФ школы для подготовки менеджеров высшего и среднего звена по программе MBA со специализацией «Агробизнес». Программа MBA (*Master of Business Administration*) — Мастер делового администрирования в агробизнесе — объединяет отраслевую специализацию и опыт лучших российских бизнес-школ. Это первое высшее учебное заведение, где за 2 года будут готовить менеджеров высшей квалификации в полном соответствии с международными стандартами в области АПК. Обучение по программе MBA-Агробизнес позволит каждому слушателю овладеть ключевыми знаниями и навыками, необходимыми для успешной управленческой деятельности в современной конкурентной среде и иметь перспективу карьерного роста. Необходимость в создании такой программы обучения обусловлена дефицитом сельскохозяйственных кадров в регионах страны и отсутствием высококвалифицированных менеджеров, способных взять на себя ответственность по реализации задач приоритетного национального проекта «Развитие АПК».

Таким образом, социальное партнерство является непреложным условием качественной подготовки кадров специалистов АПК.

\*\*\*

Рассматривая проблемы конкурентоспособности российских экспортеров продовольствия, пути их решения, нельзя обойти вниманием состояние и тенденции развития внутреннего рынка и, в частности, импорт продовольственных товаров. Четко наметившаяся тенденция — импорт продолжает завоевывать российский рынок. За последний год больше всего (в стоимостном выражении) «подскочил» импорт свежемороженого мяса, алкогольных и безалкогольных напитков, сахара-сырца, свежей и мороженой рыбы, кофе и цитрусовых. Чем это обусловлено?

Традиционно считается, что рост импорта в целом на российском рынке обуславливают два основных фактора: расширение внутреннего спроса и укрепление рубля. Но, как отмечают аналитики, укрепление рубля в этом году играет не такую заметную роль в стимулировании ввоза товаров. За семь месяцев рубль укрепился против евро лишь на 3,9%. В этих условиях основным фактором растущего импорта является расширение внутреннего спроса. В свою очередь, расширение внутреннего спроса продиктовано рядом причин. Среди них прежде всего следует отметить, во-первых, инвестиционный бум и, во-вторых, повышение доходов населения. Эти факторы и являются определяющими при формировании тенденций и характера динамики национального рынка.

Интересно, что инвестиционный бум в стране обеспечивает быстрый стоимостной рост ввозимых товаров по номенклатуре «машины и оборудование». В контексте поставленного вопроса для нас особо важно, что при этом нулевые пошлины на импорт этой продукции действуют второй год, т.е. государство активно способствует формированию обозначенной тенденции. Что является весьма важным с точки зрения формирования стратегии развития предприятий АПК и отрасли в целом.

Минэкономразвития в очередном ежемесячном докладе о положении в экономике констатирует, что росту импорта продовольствия и сельскохозяйственных товаров помогли укрепление рубля, повышение доходов населения и *недостаточная конкурентоспособность отечественных товаров* (выделено нами). При этом эксперты отмечают, что импорт гораздо агрессивнее «забирает» долю рынка, чем отечественное производство, и это, по-видимому, долгосрочная тенденция.

На причинах, определяющих эту «долгосрочную тенденцию», следует остановиться подробнее, чтобы понять так ли это.

*Во-первых.* Что касается конкурентоспособности, которая стала «притчей во языцех» многих аналитиков, то в рамках данной статьи мы хотим подчеркнуть следующее. Необходимы инвестиции в техническое перевооружение отраслей АПК для внедрения новейших технологий, ориентированных на высокую добавленную стоимость. Все просто и, одновременно, сложно. Поскольку последует далеко не риторический вопрос: где взять необходимые для этого средства? Содействовать процессу привлечения инвестиций, в том числе и в отрасли АПК, призваны институты финансового рынка, в числе которых известные в стране инвестиционные фонды, крупные банки и т.д. Вместе с тем реальное получение инвестиций, особенно в банковских структурах, зачастую наталкивается на серьезные для производителя препятствия. Одним из них, как известно, является отсутствие должного обеспечения заимствований. В качестве альтернативы банковским институтам могут выступать или стратегические инвесторы, которые «берут на себя» возникающие при этом риски, минимизируя их, как правило, путем установления тотального контроля над управлением предприятием или специализированные финансовые институты, которые способны профессионально решить эти задачи в интересах отечественного производителя. Одной из структур, способных реально оказать содействие в привлечении инвестиций для российских производителей является Национальный Фонд Управления Активами.

Основным направлением деятельности Фонда является формирование на базе федеральных и региональных активов залоговых инструментов, обеспечивающих возможность внебюджетного проектного финансирования национальных и социально-значимых региональных проектов и программ. Основными задачами Фонда и Ассоциаций являются — налаживание экономических отношений между субъектами РФ, создание благоприятных условий развития

субъектов рынка, участие в формировании и реализации значимых для регионов программ развития. Фонд в силу необходимости решения этих задач обладает уникальными возможностями по эффективной организации финансирования и бюджетирования инвестиционных проектов.

Использовать возможности Национального Фонда Управления Активами по организации финансирования проектов технического перевооружения производства, нового строительства могут как предприятия — лидеры АПК, так и производители, относящиеся к среднему и малому бизнесу.

Мы полагаем, что техническое перевооружение отрасли на основе прогрессивных технологий будет способствовать не только изменению товарной структуры российского АПК в сторону увеличения доли продукции с высокой степенью добавленной стоимости (что благоприятно скажется на структуре российского экспорта), но и значительно повысит ее качество, способствуя тем самым существенному повышению конкурентоспособности отечественных товаров.

*Во-вторых.* Особенности конъюнктуры рынка продовольствия. В этом году, к примеру, «отличился» мировой рынок зерна. Обратимся к экспорту российского зерна. Небывало высокие мировые цены на зерно и «обеднение» рынка традиционных поставщиков определили как объемы российского экспорта, так и направления поставок. За шесть месяцев этого года экспорт российской пшеницы удвоился в денежном выражении, физически увеличившись на четверть. По данным Федеральной таможенной службы, за первые шесть месяцев 2007 года российской пшеницы было экспортировано 3,92 млн т на \$730 млн. В прошлом году за это же время экспортировано 3,145 млн т на \$385,6 млн. Основная причина — кардинальное изменение конъюнктуры мирового рынка. Мировые запасы зерна рекордно низ-

ки. К концу июня, по данным *Reuters*, они находились на тридцатилетнем минимуме. В начале года появились сигналы, что во многих странах, традиционно производящих зерновые, будут проблемы с урожаем. Более того, Украина — один из основных поставщиков зерна в Черноморском бассейне — фактически не продает зерно с ноября 2006 года. В силу этого потребность в зерне на мировом рынке необычайно высока. Результат — к концу июня ближайший фьючерс на пшеницу на Чикагской бирже стоил дороже, чем годом раньше, на 55,6% (\$5,82 за бушель против \$3,7429 июня 2006г.), а в Париже — на 55,7% (184,5 евро за 1 т против 118,5 евро 29 июня 2006г.)<sup>2</sup>.

Таким образом, можно констатировать, что состояние конъюнктуры рынка продовольствия определяет не столько физические, сколько стоимостные объемы поставок, а также их региональную направленность, т.е. направление товарных потоков. В свою очередь, физические, а не стоимостные показатели характеризуют прежде всего возможность удовлетворения потребностей населения. В связи с этим следует подчеркнуть, что в России в 2006 году собрано 78,2 млн т, а в 2007 году Минсельхоз РФ прогнозирует валовой сбор зерновых в пределах 76 млн т.

Вообще, стоит заметить, что сами по себе макроэкономические показатели не самоцель, а лишь результат тех позитивных или негативных изменений, которые происходят в экономике страны в целом или в отдельных ее секторах. Есть более важная, на наш взгляд, проблема — национальные интересы, реализация которых и должна составлять цель экономического развития страны. В этом смысле — само по себе увеличение российского экспорта продовольствия, в частности того же зерна, безусловно, положительная тенденция.

<sup>2</sup> См.: газ. «Ведомости». № 151 (1925).

Однако данная тенденция в определенном смысле порождает иллюзию позитивных изменений в сельском хозяйстве в целом. Именно иллюзию, поскольку, во-первых, наращивание экспорта практически никоим образом не отражается на росте благосостояния крестьянина земледельца. Во-вторых, как общая тенденция — утрачивается многовековая земледельческая культура. А это, на наш взгляд, равносильно национальной катастрофе. Мы уже рассматривали выше ситуацию, связанную с потерей интереса к сельскому хозяйству, с уменьшением специалистов в сельском хозяйстве. Опыт, в частности, Японии дает основания полагать, что решить проблему повышения социальной значимости земледельца можно и нужно. Причем не только за счет подготовки соответствующих кадров и их адаптации на селе, не только за счет технического переоснащения предприятий АПК и внедрения современных технологий глубокой переработки того же зерна, выращенного и собранного российским хлеборобом, и, как следствие, значительной технологической востребованности результатов его труда. Но и в первую очередь за счет того, что труд земледельцев должен иметь адекватное вознаграждение. Вознаграждение за труд, оцененный по достоинству обществом, государством. Это одна из фундаментальных составляющих сохранения национальной земледельческой культуры. В связи с этим приведем некоторые экономические показатели развития сельского хозяйства и экономики России в целом в 2006 году.

1. Рентабельность проданных товаров, продукции, услуг: сельское хозяйство — 9,5%, экономика в целом — 12,3%.

2. Среднемесячная начисленная зарплата: сельское хозяйство — 4314,2 руб., экономика в целом — 10727,7 руб.

3. Удельный вес убыточных предприятий: сельское хозяйство — 35,1%, экономика в целом — 29,7%.

Конечно, это средние показатели, но приведенная статистика более чем красноречива. Причем следует заметить, что показатели «экономика в целом» приведены с учетом сельского хозяйства. Следовательно, без сельского хозяйства разрыв в показателях будет более впечатляющим. Возьмем банковский сектор российской экономики. Здесь норма прибыли на уставный капитал зачастую превышает 25%. Капитал, инвестированный в ПИФы, прирастает до 60-70% в год, а инвестированный в строительство нередко позволяет получить его владельцам 100-процентную норму прибыли. Очевидно, что с такой отраслевой рентабельностью, как в сельском хозяйстве, трудно ожидать свободного потока инвестиций в этот сектор экономики.

В контексте наших рассуждений показателен один из вопросов, заданных сельчанами первому вице-премьеру Дм. Медведеву в связи с проблемами реализации национальных проектов: «Жизнь на селе стала очень сложна: цены на ГСМ, газ, удобрения растут с астрономической скоростью... не только работать, но и жить на селе становится не выгодно. Как быть? Если не решатся эти проблемы, село погибнет, а за ним и сельское хозяйство страны»<sup>3</sup>.

Диспаритет цен промышленности и сельского хозяйства — вечная проблема. В последние годы эта тема неоднократно поднималась Минсельхозом России. Предложены меры поддержки сельхозпроизводителей: субсидирование процентных ставок по привлеченным кредитам, компенсация части затрат по страхованию посевов сельхозкультур, льготное налогообложение, субсидирование на дизельное топливо, использованное на проведение сезонных сельхозработ<sup>4</sup> и пр. воздействуют на

<sup>3</sup> См.: <http://www.rost.ru>

<sup>4</sup> Порядок распределения данных субсидий бюджетам субъектов РФ утвержден Приказом Минсельхоз России от 26 января 2006 г. №10 и от 29 декабря 2006 г. №488.

структуру себестоимости и, поскольку носят компенсационный характер, постоянно отстают (запаздывают во времени), что совершенно естественно, от возникающего диспаритета. Инфляционная компонента и особенности отраслевого перелива капиталов усиливают эту тенденцию.

В дополнение к перечисленным мерам поддержки сельхозпроизводителей 15 марта 2007г. Правительством РФ поручено соответствующим министерствам и ведомствам осуществлять мониторинг цен на ГСМ и минеральные удобрения, поставляемые сельскому хозяйству. ФАС России — усилить контроль за соблюдением поставщиками указанной продукции в период проведения сезонных полевых сельхозработ антимонопольного законодательства РФ.

Инициаторы предполагают, что предложенные ими меры поддержки в значительной степени способны устранить негативное воздействие диспаритета цен на финансовое, а, следовательно, и на социальное положение сельхозпроизводителя.

Но есть и другое мнение: нет — не могут. Механизм диспаритета таков, что рост цен на промышленные товары (как бы ни усиливался контроль за антимонопольным законодательством, а доказать ФАС ценовой сговор поставщиков, даже если он имеет место быть, — крайне сложная задача) имманентно опережает цены на товары сельскохозяйственного производства. Это, во-первых. Во-вторых, необходимо в мерах господдержки воздействовать не только на материально-вещественные элементы сельскохозяйственной продукции, но и задуматься над необходимостью значительного повышения заработной платы сельхозпроизводителей и повышения рентабельности сельхозпроизводства в целом.

Обратимся, в качестве примера, к опыту Японии. Япония, как известно, страна рисовой культуры. За последние десятилетия на волне экономического бума из-за индустриализации и роста городов потребле-

ние риса на душу населения сократилось вдвое: со 123 до 67кг в год. Изменился рацион питания населения. В нем появились хлеб, мясо, молоко. А поскольку собственная кормовая база для животноводства и птицеводства в горной островной стране из-за недостаточности посевных площадей крайне ограничена, Япония вынуждена импортировать кормовое зерно: кукурузу и сою. Несмотря на то, что при росте городского населения, сельское население за последние тридцать лет сократилось с 12 до 3 млн человек (заметим, что аналогичная тенденция характерна не только для современной России) страна по-прежнему полностью обеспечивает себя отечественным рисом. Ежегодные сборы риса стабилизировались на уровне 10 млн т, но в дополнение к этому импортируется около 5 млн т пшеницы, 20 млн т кукурузы и сои. По урожайности риса — 63 центнера с га — Япония занимает 3 место в мире после Испании и Южной Кореи. Однако себестоимость японского риса, и на это мы хотим обратить особое внимание, чрезвычайно высока: в несколько раз выше цен мирового рынка. Большинство японских земледельцев имеет наделы примерно 1,5 га, возделывая террасовые поливные поля. Естественно, конкурировать с крупным, поставленным на индустриальную основу зерновым производством они не могут. Чтобы защитить отечественных рисоводов, правительство контрактует весь урожай по рентабельной для производителя цене и продает его потребителям дешевле закупочных цен.

Зарубежные специалисты неоднократно обращали внимание официальных кругов Японии на необходимость учесть ограниченность ее посевных площадей и перейти от риса к более доходным культурам. Однако, выстраивая продовольственную политику, правительство Японии руководствуется не коммерческой выгодой, и это следует подчеркнуть особо, а, интересами продовольственной безопасности. Неограниченный импорт более дешевого продо-



вольствия из-за рубежа способен разорить отечественных земледельцев. В Японии понимают, что прекращать и возобновлять производство зерна, следуя превратностям конъюнктуры рынка, нельзя. С уходом из производственной сферы сформированного за многие века поколения рисоводов, вернуться к самообеспеченности зерном страна уже не сможет. Прекратив выращивание риса на своей территории, Япония потеряет существенно больше, нежели продовольственная безопасность как таковая. Поскольку рис являлся ключевым фактором формирования национального характера, утратить многовековую культуру его возделывания — равносильно национальной катастрофе.

Мы полагаем, что российское Правительство<sup>5</sup> могло бы, опираясь на мирохозяйственный опыт, рассмотреть возмож-

<sup>5</sup> Правительство РФ в рамках реализации Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы поручило Минсельхозу РФ, Минэкономразвития и торговли РФ до 1 декабря 2007 г. разработать предложения по внесению изменений в Федеральную целевую программу «Социальное развитие села до 2010 года» и Федеральную целевую программу «Сохранение и восстановление плодородия почв земель сельскохозяйственного назначения и агроландшафтов как национального достояния России на 2006-2010 годы».

ность внедрения механизма контрактации урожая зерновых: пшеницы и ржи — основных культур национального земледелия, по рентабельной для производителя цене с учетом зон рискованного земледелия (региональные различия в урожайности и, соответственно, различия в валовых сборах зерна при одинаковых посевных площадях и затратах). При этом зерновые ресурсы, образующиеся в результате контрактации, могут быть направлены на российские предприятия АПК с высокой добавленной стоимостью переработки (причем в расчете, как на внутренний, так и на внешний рынок). Это избавит страну от необходимости импортировать многие продовольственные товары и кардинально изменит структуру российского экспорта, который, к сожалению, пока имеет ярко выраженную сырьевую окраску.

*Общий вывод.* Сегодня для российского производителя все более актуальным становится изменение структуры экспорта продовольствия в сторону увеличения продукции с высокой добавленной стоимостью. Именно это в полной мере соответствует национальным интересам России.

Статья поступила в редакцию 15.08.2007

*D. Bulatov, PhD (Economics), President of the of the National Food Exporters Union*

*V. Karpunin, PhD (Economics), Executive Director of the National Asset Management Foundation*

## RUSSIAN FOOD EXPORTERS: COMPETITIVENESS-RELATED ISSUES

As it is known, Russia is now one of the biggest food stuffs importing countries. This is the fact that misleads those who think the Russian food makers are not competitive. According to some experts, this is not true. Today the Russian food stuffs producing companies show that their food exporting prospects are bright. If the state bodies keep supporting the exporters, the Russian companies would be able to increase the external and domestic market supplies of meat, fish, flour, cereals, confectionary products, alcoholic and soft drinks, flower seed oil, yoghurts, preserved milk products, ice creams, canned juices, etc. in the near future. In June 2007 the 2nd Competition: Strategy, Tactics, Patterns, Learning conference was held where the most pressing issues related to the Russian food exporters competitiveness level increase and the agricultural sector development prospects were discussed. Dmitry Bulatov, President of the of the National Food Exporters Union, and Vyacheslav Karpunin, Executive Director of the National Asset Management Foundation, talked about the above problems.

УДК 338.242.4

*Муштурк О.З., проф., зав. кафедрой политологии МФПА*

## ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ РОЛЬ БИЗНЕСА И ЕГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПЕРЕД ОБЩЕСТВОМ И ГОСУДАРСТВОМ

*Заниматься бизнесом — значит создавать материальные и нематериальные ценности для других, для общества, но, разумеется, не с альтруистических побуждений, не в ущерб, а с выгодой для себя. Отсюда следует, что в любой предпринимательской деятельности, в любом бизнесе помимо частного личного интереса всегда должен присутствовать и учитываться интерес общественный. В таком понимании бизнес — это, прежде всего, социальное служение, суть которого может быть выражена предельно лаконичной целевой установкой: «кормить, одевать и занимать делом народ». Но народ не в качестве объекта социальной благотворительности. И, тем более, не в качестве социального иждивенца. А только и исключительно в роли совокупного наемного работника.*

***Наивысшая форма власти — это способность добиваться наиболее желаемых вами результатов, одновременно создавая ценности для других.***

(Энтони Роббинс — английский экономист)

**В** советском энциклопедическом словаре издания 1980 года бизнес определяется как «дело, занятие, являющееся источником наживы». (В русском толковом словаре С.И. Ожегова, глагол «наживаться» трактуется не иначе, как синоним глагола «обогащаться». Наживаться — значит богачество, наживать деньги (или капитал), составлять (или сколачивать) состояние, набивать карман (или кошелек, мошну), греть руки, ковать деньги и т.д.).

Очевидно, что такое сугубо абстрактное определение, трактующее бизнес чуть ли не как криминальный вид жизнедеятельности, запрограммированной исключительно на то, чтобы любой ценой «зашибать большую денюгу» и «грести деньги лопатой», не может быть принято всерьез. Ибо не дает ни какого представления о ре-

альном содержании и сущности этого института, его функциональном предназначении, юридически-правовом статусе и т.д.

Значительно более содержательной в этом плане смотрится характеристика бизнеса, данная в «Современном экономическом словаре» издания 1996 года. В ней бизнес предстает как «инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела».

При всей привлекательности, данная формулировка страдает односторонностью — содержание бизнеса, как продуктивной деятельности, раскрывается в ней только через призму частного экономического интереса. И равным счетом ничего

не говорится о его социальной значимости и тех обязательствах, которые вытекают для бизнеса как института, погруженного (в качестве одного из базовых элементов системы рыночных отношений) в социальную среду, по отношению к которой он (по определению) не может быть абсолютно свободным и независимым.

В этой формулировке не может не вызывать возражения и сведение всего существа предпринимательской деятельности исключительно к получению прибыли. Прибыль, конечно же, необходима. Без нее бизнес не сможет выжить. Не сможет возместить владельцам и вкладчикам риск, на который они идут. У него не будет ресурсов, чтобы обеспечить дальнейший рост производства. Но весь вопрос в том, должна ли прибыль быть основной и единственной целью бизнеса? Американские авторы книги «Бизнес сквозь призму веры» справедливо пишут в этой связи: «Утверждение «прибыль является целью бизнеса» равно утверждению, что цель жизни человека — дышать, ибо без дыхания мы не сможем жить. Это означает, что конечная цель бизнеса — выживание. Но разве редко мы сталкиваемся с необходимостью предпринимать определенные шаги, потому, что они правильны, а не потому, что они прибыльны»<sup>1</sup>.

Лично автор данных строк склонен характеризовать бизнес не только как инициативную экономическую деятельность, связанную с вложением средств с целью получения прибыли. Но и как деятельность, в основе которой органически сочетаются личная выгода и общественная польза. Заниматься бизнесом — значит создавать материальные и нематериальные ценности для других, для общества, но, разумеется, не с альтруистических побуждений, не в ущерб,

а с выгодой для себя. Отсюда следует, что *в любой предпринимательской деятельности, в любом бизнесе помимо частного личного интереса всегда должен присутствовать и учитываться интерес общественный.*

В таком понимании бизнес — это прежде всего социальное служение, суть которого может быть выражена предельно лаконичной целевой установкой: «кормить, одевать и занимать делом народ». Но народ не в качестве объекта социальной благотворительности. И, тем более, не в качестве социального иждивенца. А только и исключительно в роли совокупного наемного работника. Активного субъекта хозяйственной деятельности, который одновременно аккумулирует в своем лице, как основного производителя, так и потребителя материальных и нематериальных благ. Бизнес предоставляет реализованный в его деле капитал, народ — капитал в виде труда. Из этого союза труда и капитала рождается известное богатство с выгодой для обеих сторон и общества в целом.

### **Два подхода к определению бизнеса как базового института рыночной экономики**

Вообще же, во взглядах на функциональное предназначение бизнеса, в том числе, рассматриваемом через призму социальной и общественной пользы, сегодня противостоят две основные точки зрения. Одна из них исходит из «презумпции», что любая предпринимательская организация представляет собой некую экономическую целостность, обязанную рационально-правовым образом (т. е. соблюдая общепринятые законы-правила игры) заботиться только и исключительно об эффективности использования своих ресурсов и получения прибыли. Действуя в таком ключе, организация выполняет экономическую функцию производства необходимых для общества то-

<sup>1</sup> Цит. по: Ричард К. Чьюнинг, Джон У. Эби, Ширли Дж. Розлс. Бизнес сквозь призму веры/Пер. с англ. — М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1993. С. 200-201.

варов и услуг, обеспечивая одновременно работу для граждан и максимальные дивиденды для акционеров. А дальше, как говорится, «хоть трава не расти».

Лучше других эту точку зрения выразил в одном из интервью еженедельнику «Аргументы и факты» президент Альфа-банка П.Авен: «Наше дело — зарабатывать деньги для акционеров и клиентов в рамках закона. Других обязанностей у нас нет. Мы платим налоги и больше ничего не должны никому, кроме Бога и совести». Что касается борьбы с бедностью, то это, по глубокому убеждению П.Авена, «функция не Альфа-банка и вообще не частного бизнеса. Это дело государства»<sup>2</sup>.

Антитезой такого рода суждений выступает довольно широко распространенное мнение, что любая предпринимательская организация — это нечто большее, чем просто экономическая целостность. Ее ответственность перед обществом простирается гораздо дальше обеспечения эффективности и извлечения прибыли, а также простого удовлетворения нужд потребителей и не нарушения закона. По этому поводу Генри Форд-младший, выступая перед студентами и преподавателями Гарвардской школы бизнеса в 1969 году, говорил: «Условия «контракта» между промышленностью и обществом меняются... Сейчас от нас требуют бережно относиться к значительно более широкому спектру человеческих ценностей и принимать на себя обязательства по отношению к членам общества, с которыми у нас нет никаких коммерческих отношений»<sup>3</sup>. Ибо любое государство, даже самое богатое, не в состоянии решать все социальные проблемы своих граждан. Часть требующихся для социального сектора огромных средств и солидарных усилий посту-

пает по линии частных фирм и корпораций, владельцев крупных капиталов.

При таком подходе *самый хороший бизнес — это социально ответственный бизнес*. Что подразумевает определенный уровень добровольного (т. е. находящегося за пределами предписываемых государством и законом требований, или сверх этих требований) отклика предпринимателей на социальные проблемы общества, отзывчивое отношение к народным нуждам, широкое занятие благотворительной деятельностью, меценатством и т. д. Сильные не должны дистанцироваться от слабых и жить самодовольной жизнью. Сильные должны помогать слабым. Должны брать на себя часть забот, связанных с борьбой против нищеты и бедности, с развитием доступного для всех медицинского обслуживания и образования, с обеспечением благоприятной для жизни окружающей (природной) среды и т. д.

И это не благотворительность. По своей глубинной сути это вопрос о выживаемости бизнеса в той среде, в которой он работает. И необходимости не только приспособиться к условиям этой среды, но и активно работать с ней. С тем, чтобы обеспечивать себе благоприятный для успешного ведения дел социальный климат и «температурный режим». Общественное лицо «пахаря-сеятеля» и ответственного производителя высококачественных товаров и услуг, необходимых людям, а не «бандита с большой дороги» и «спекулянта-перекупщика».

Бизнес, который в нищей стране, в окружении обездоленных и обманутых дистанцируется от борьбы с бедностью, и ориентируется только и исключительно на процветание в «узком кругу» (вместо того, чтобы ориентироваться на процветание «всем миром») — сам роет себе могилу. Пауперизированный и люмпенизированный (помимо прочего) сословным корпоративным эгоизмом народ рано или поздно его отвергнет. Возжелает «поднять на вилы» и предъявить счет за «ограбление».

<sup>2</sup> Аргументы и факты. 2004. № 44.

<sup>3</sup> Цит. по: Ричард К. Чьюнинг, Джон У. Эби, Ширли Дж. Роэлс. Указ. соч. С. 108.

## Юридическая ответственность предпринимателей и ее виды

В этом свете предприниматель, в какой бы сфере экономики не действовал, всегда должен быть предельно ответственным. Эта ответственность заключается, прежде всего, в том, чтобы уважать и строго соблюдать законы, нести правовую и материальную ответственность за ненадлежащее исполнение нормативных актов, регулирующих предпринимательскую и коммерческую активность, а также за нарушение прав собственности и прав потребителей, причиненный ущерб отдельным лицам и обществу в целом. При этом речь идет не о «выборочном» соблюдении законов, т.е. только тех, которые выгодны предпринимателю. Но и тех, которые не выгоды, которые, что называется, «путаются под ногами» и стесняют предпринимательскую инициативу. Ибо «закон есть закон». И если он принят с соблюдением всех конституционно предусмотренных процедур, его необходимо исполнять. Вне зависимости от того нравится он, или не нравится. Тем более что законов, которые бы в равной мере удовлетворяли всех, в природе не существует.

Принято считать, что в реально демократичных обществах большая часть экономической, общественной, культурной и т.д. жизни граждан и их организаций протекает вне сферы контроля со стороны политической (государственной) власти. Такой взгляд правомерен лишь отчасти. И имеет право на жизнь только тогда, когда участники-субъекты этой жизни в своем взаимодействии друг с другом (в «ипостаси» производителей и потребителей, работодателей и работников и т.д.) не выходят за рамки тех социальных предписаний данной власти, которые регулируют эти взаимоотношения на государственно-правовом уровне. Но если обе стороны, или одна из сторон, нарушает эти предписания, вменяемые государством как обя-

зательные исполнению, то политическая власть актуализируется, т.е. выступает уже не в качестве «виртуальной», а реальной силы, призывая «нарушителей» к порядку. И напоминая им всякий раз, что свобода (в том числе свобода *частнопредпринимательской деятельности*) — не есть право на не соблюдение законов. Свобода (для того чтобы быть реализованной как доступная всем общецивилизационная ценность) с необходимостью предполагает законопослушание. И, стало быть, исключает какие бы то ни были произвольные («самочинные») изъятия из тех юридически-правовых установлений власти, которыми она (эта свобода) упорядочена и ими же регулируется.

Между тем в сегодняшней России мы имеем дело с отношением к закону, построенному не на этом правовом убеждении, что «закон есть закон», а по принципу выборочности. Если не все, то большинство из отечественных предпринимателей (особенно на уровне бизнес-элиты) исходит из «презумпции»: законы только для того и существуют, чтобы их обходить, и вся суровость российских законов компенсируется возможностью их не исполнять.

Показательно в этом плане интервью с нынешним председателем наблюдательного совета директоров «Альфа-групп» М. Фридманом, опубликованное на страницах еженедельника «Московские новости». На вопрос, готов ли г-н Фридман соблюдать только те законы, которые ему кажутся правильными, а не все подряд? — интервьюирующий ответил вполне определенно: «Это, безусловно, так. Какие законы в моей системе координат являются хорошими, а какие плохие — я знаю и без государства. Другое дело, что я предпочитаю с государством вести мирное сосуществование, а в тех случаях, когда его представления о жизни совпадают с моими, я его могу даже поддерживать»<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Московские новости. 2000. 12-18 сентября.

Подчеркивая это чувство своей отдельности и свободы от окружающей его среды, М.Фридман настаивает: «Никто со стороны не может мне объяснить, что хорошо и что плохо. Общественные ценности меня если и касаются, то опосредованно. У меня свои обстоятельства и своя система координат». Исходя из этой посылки, М.Фридман оценивает свой образ жизни (и его мотивационные деятельные установки) как образ жизни «чужого среди своих». Сравнивая его с образом жизни мусульман, которые живут «внутри христианского общества, не разделяя его идеалов и держась за свои ценности»<sup>5</sup>.

Говоря о юридически-правовой ответственности предпринимателей, следует особо подчеркнуть, что эта ответственность распространяется на них не только в роли производителей и коммерсантов-«распределителей» товаров и услуг. Но и в статусе работодателей. Речь идет об ответственности в области правового регулирования наемно-трудовых отношений, соблюдения норм трудового законодательства, законов о гарантированном минимуме заработной платы, социальном страховании и пр.

В уже упоминавшемся интервью «АиФ» П.Авен утверждает, что «если ты здоров и вдруг беден (не считая пенсионеров и детей), то это стыдно сегодня...». И с этим, конечно же, нельзя не согласиться. Но здесь требуется одна весьма существенная оговорка, а именно: говорить о стыде быть бедным можно лишь только тогда, когда бедных меньшинство и в обществе созданы все необходимые условия для того, чтобы не быть бедным. Чтобы человек при желании всегда мог «сделать себя». Обеспечить достойную жизнь себе и своим близким. В данном случае твоя бедность — явление не столько общественное, сколько личностное. Значит ты или ленив от природы, не хочешь и не умеешь трудиться. Или же тебе нравится

быть бедным и жить, не напрягаясь, по принципу: «сегодня есть, завтра Бог даст». «Будет день, будет пища».

Но если бедных в обществе не меньшинство, а (как в нынешней России) преобладающее абсолютное большинство, то речь следует вести не о стыде быть бедным, а о причинах бедности. Ибо эти причины лишь в очень ограниченной мере связаны (если вообще связаны) с тем, что собой представляет бедный как индивидуальность. В их основе — если и не полное отсутствие, то в любом случае весьма значительная неразвитость общественных условий для того, чтобы тот, кто хочет и может продуктивно работать (и тем самым жить безбедно) мог это делать.

Как раз таких общественных условий (если не брать во внимание Москву и некоторые другие региональные центры) у нас нет. В том числе и потому, что работодатели (и не только в лице государства) воспринимают работающих не как наемных работников при капитализме, которым надо платить зарплату, соответствующую реальной стоимости рабочей силы. А как крепостных (или «наемных рабов»), которых держат на грани выживаемости. И цена которым — «грош». Именно этим обстоятельством объясняется тот (неизменно изумляющий западноевропейцев) факт, что подавляющее большинство «новых бедных» в России — это не безработные и не бомжи, а люди с образованием (в том числе высшим, а нередко и с учеными степенями и званиями) и постоянным местом работы.

Но речь идет не только о «грошовой» зарплате работающих, но и о таком широко распространенном в «рыночной» России явлении, как постоянные задержки с выплатой (или выплатой в усеченном размере) того, что человек заработал. Согласно данным Роскомстата, на 1 февраля 2005г. общий объем невыплаченных денег составил в стране 14,3 млрд рублей или 5% месячного фонда зарплаты всех работающих россиян. Число тех из них, которые ос-

<sup>5</sup> Там же.

тались без заработанных денег, превысило 2,4 млн человек (практически каждый 13 работник). При этом основной объем долгов приходится не на бюджетный, а как раз на частный сектор, в котором работодатели не редко вообще «кидают» работающих. То есть отказываются платить заработанное (особенно если работник — на «птичьих правах» мигрант из СНГ).

Нельзя в этой связи не согласиться с профессором социологического факультета МГУ Н.Покровским в том, что в отечественном частном секторе во взаимоотношениях между патронатом и персоналом сложилась система, весьма далекая от того, чтобы называться правовой и рыночной. Это некая система «нового феодализма с постмодернистским лицом». Своеобразная система «вассалитета». Суть ее заключается в том, что «внутри новых структур родственные связи... и полное отсутствие прав соседствуют с криминалитетом. Договора о найме, как правило, не оформляют. А если и оформляют, то в нем черным по белому написано, что внутренние правила фирмы имеют приоритет по отношению к КЗоТу. Зарплата выдается в двух видах — легальная и «черным налом», что делает сотрудников невольными соучастниками не правового поведения». И далее: «На верхнем этаже находится не более 10, но, как правило, 5-6 процентов занятых в частной фирме. Это ее владельцы и узкий круг менеджеров, получающих сверхприбыли и фактически установивших феодальный режим в данной системе. Остальная масса работающих — это вассалы. То есть не наемные работники при капитализме, как можно было бы предположить, а именно закрепощенные, которых держат на грани выживаемости». И в любой момент могут «выставить за дверь»<sup>6</sup>.

Показательны в этом плане итоги проведенного под руководством автора весной 2003 года (по заказу Комитета по те-

лекоммуникациям и средствам массовой информации города Москвы) социологического исследования «Жители города о положении работающих женщин и их социальной защите в свете нового трудового законодательства». Так, что касается оценки стиля управленческого лидерства в частных компаниях и фирмах, то абсолютное большинство опрошенных в 53,68% указывает на доминанту не демократических, а преимущественно автократических (вплоть до «феодально-крепостных») технологий и методик, в рамках которых деятельность подчиненных подвержена жесткой (тотальной) регламентации, а личностное начало неизменно подавляется. Система регулирования наемно-трудовых отношений построена не на приоритете юридически-правовых норм Трудового кодекса РФ, а на писанных и неписанных внутренних правилах фирмы. На это указали 52,68% опрошенных. А 18,39% от общего числа респондентов — на то, что если что реально здесь и «правит бал», так это произвол и личные прихоти (фантазии) начальства<sup>7</sup>.

### **Обязательства предпринимателей в сфере налогообложения**

Если источником процветания частного бизнеса выступает грамотная экономическая политика государства, то источником процветания государства и общества в целом является налоги и другие, своевременные и регулярно уплачиваемые, выплаты с частного бизнеса. (В Германии, например, только за счет малого и среднего бизнеса обеспечиваются 65% всех бюджетных поступлений). С их помощью государство не только регулирует экономические про-

<sup>6</sup> Куранты. 1997. 29 октября — 4 ноября.

<sup>7</sup> См. подробнее: *Муштук О.З.* Жители города о положении работающих женщин и их социальной защите в свете нового трудового законодательства. — М.: ПУЛЬС, 2004. №5 (289). С. 20-48.

цессы, но и, что не менее важно, занимается их социализацией, т.е. бюджетным перераспределением («редистрибуцией») доходов от богатых в пользу особо нуждающихся. Осуществляя на деле один из базовых принципов-детерминантов социально ориентированного рынка: «Против нищеты и бедности, за достойные условия существования всех и каждого».

И если предприниматель преднамеренно уходит от налогов и выводит свои доходы «в тень», он обкрадывает не только государство, но и социально незащищенные (социально уязвимые) слои населения — детей, стариков, инвалидов и т.д., нарушая, тем самым, исходную социальную заповедь рынка: «хочешь жить сам, дай возможность жить другим. И не только дай, но и помогай жить другим».

Несмотря на то, что в России до 1 января 2001г. была установлена самая низкая максимальная ставка подоходного налога — 35% против 40% в Великобритании, 45% в США, 50% в Японии, 55% в Германии и 60% во Франции, на 1 января 1997г. около 600 тыс. организаций-налогоплательщиков (или 21,4% их общего числа в 2,8 млн) даже не представляли свою отчетность в налоговые органы. На эту же дату число таких организаций в Москве составило 152 тыс. или 36% из 442 тыс.

Введенный с 1 января 2001г. единый для всех подоходный налог в 13% мало что изменил в этом отношении. И количество «налоговых уклонистов» практически не уменьшилось. Если взять всю статистическую сумму доходов граждан и сравнить ее с суммой, которая поступает в бюджет от подоходного налога, то обнаружится, что по факту люди платят лишь 5,3%, т.е. меньше половины. И среди тех, кто различными способами уходит от налогов (в том числе посредством так называемой оптимизации), «пальма первенства» принадлежит не «простым смертным» (наемным рабочим и служащим), а именно бизнес-структурам и тем, кто получает высокие доходы.

Как результат собираемость налогов в России в лучшем случае колеблется на уровне 60-65% от расчетной суммы. Тогда как в западных странах этот показатель составляет в среднем 95% от плана. Зато непрерывно растет сумма российских авуаров в зарубежных банках. Достигнув, по разным оценкам, астрономической цифры в 250-500 млрд долл. А суммарный вывоз капитала (с учетом приобретенной в зарубежных странах недвижимости и объема прямых инвестиций в их экономику и т.д.) за годы реформ, по некоторым данным, в целом составил порядка 1,3 трлн долл.

Такая ситуация — прямой результат влияния, как минимум, двух факторов. Того, что, с одной стороны, почти на 50% российская экономика — это теневая экономика, экономика «серого и черного нала». И «светиться» тем, кто ее олицетворяет, смерти подобно. С другой — того, что в отличие от западных предпринимателей, отечественные предприниматели в массе своей не довольствуются прибылью на уровне 5-7%. Они ориентированы на получение прибыли в «разы». И очень нетерпеливы в своем стремлении разбогатеть. Хочется иметь много и сразу. А не корпеть годами и десятилетиями.

Ни для кого не является секретом, что большинство нажитых за период реформ крупных состояний в основе своей нелегитимны, т.е. созданы в обход закона. Как признал через английскую газету «Файнэншл таймс» Б.Березовский, только те в России, кто «проспал последнее десятилетие, не рискуют оказаться за тюремной решеткой»<sup>8</sup>. Тех же, кто «бодрствовал», можно сажать. Не случайно еще первый президент России Б.Н. Ельцин ставил вопрос о необходимости проведения «экономической амнистии» на первоначально накопленный капитал, публично признавая, тем самым, что этот капитал по своему происхождению носит не правовой (криминальный или полукриминальный) характер.

<sup>8</sup> Московский комсомолец. 2000. 18 июля.



## Роль и ответственность в производстве и распределении материальных благ

Предприниматель в подлинном значении этого слова — это не тот, кто зарабатывает себе на жизнь перепродажей «с наваром» готового товара, закупленного за рубежом. Это и не тот, кто живет за счет спекуляций валютой и ценными бумагами, а также предоставления под высокий процент денежных кредитов и ссуд. И не тот, кто делает деньги на компрадорском посредничестве, т.е. в качестве торгпредов иностранных фирм, продвигая «забугорный» товар на внутреннем рынке в ущерб национальному производителю.

Подлинный предприниматель — это своего рода «пахарь-сеятель», т.е. тот, кто с нуля создает необходимую людям продукцию и развивает отечественное промышленное и сельскохозяйственное производство, укрепляя, тем самым, экономическую самостоятельность и процветание страны. Как свидетельствует видный промышленник и общественный деятель дореволюционной России В.П. Рябушинский, «в московской неписаной купеческой иерархии на вершине уважения стоял промышленник-фабрикант; потом шел купец-торговец, а внизу стоял человек, который давал деньги в рост, учитывал векселя, заставлял работать капитал. Его не очень уважали, как бы дешевы его деньги не были, и как бы приличен он сам ни был. Процентщик...»<sup>9</sup>.

Приходится, с сожалением, констатировать, что таких «промышленников-фабрикантов» и «пахарей-сеятелей» в отечественном бизнесе пока что не так много, как хотелось бы. И предпринимательская активность концентрируется в основном не в производственной сфере, а в сфере спекулятивного распределения в соотношении

15% (производящих) к 85% (распределяющих). И дело здесь не только в том, что давно уже стало притчей во языцех: «душат налогами». А в значительной степени потому, что, для того чтобы производить, требуется совершенно иная (не торгашеская) предпринимательская «ментальность». Особый предпринимательский дух, который ставит предпринимателя в центр экономического развития и определяет в качестве его важнейшей функции нововведение.

Отвечая на просьбу раскрыть секрет: как можно за 10 лет стать миллиардером, П.Авен в уже упоминавшемся интервью «АиФ», сославшись в качестве примера на компанию *Googly* — когда «двое молодых парней почти из пустоты, «на коленке», сделали поисковую систему в Интернете. И заработали миллиарды», — утверждает, что в этом нет ничего экстраординарного и «запредельного». И что здесь требуется, так это всего-навсего «быть работоспособным, удачливым и уметь попадать в свою нишу».

Представляется, что этот пример как доказательство «обыденности» скоропалительного появления в «рыночной» России целого ряда долларовых миллиардеров из числа тех, которые «выросли в простых московских дворах и коммуналках» и еще вчера «были ничем», — не совсем корректен. А если и уместен, то только как пример, подтверждающий не правило, а, скорее, исключение из правила. Ибо, на самом деле в западных странах основная масса миллиардеров — это не сублимированная молодежь и даже не люди среднего возраста. А чаще всего «глубокие старцы», чьи миллиарды нельзя назвать «короткими». Напротив, это очень «длинные» миллиарды в том смысле, что основаны на кропотливом труде и мирской аскезе не только их нынешних обладателей, но и их отцов и дедов, т.е. унаследованы от предыдущих поколений.

К тому же в этом примере речь идет о предпринимателях, чьи миллиарды, хотя и «короткие», но заработаны собственным (со-

<sup>9</sup> Цит. по: Кузьмичев А.Д., Шапкин И.Н. Отечественное предпринимательство. Очерки истории. — М.: Изд-во «Прогресс-Академия», 1995. С. 152.

зидательным) умом и талантом — созданием новых высоких компьютерных технологий (массово востребованного «ноу-хау»). У нас же, если не все, то львиная доля миллиардных состояний нажита без инновационного созидания — построена на «прихвате» и «хищнической» эксплуатации природных ресурсов — газа, нефти, металлов и др. и созданной социализмом промышленной и транспортной инфраструктуры в этой области.

Поверить в то, что тот или иной «капитан крупного бизнеса» в России на миллиарды долларов богаче потому, что он-де в миллионы раз умнее, трудолюбивее, лучше — все равно, что поверить утверждению, что земля не круглая, а квадратная. С этим не согласиться ни один преуспевающий представитель даже среднего класса, не говоря уже о «простых смертных, в поте лица своего добывающих хлеб насущный». Не имея при этом не только возможности «возводить палаты каменные», но нередко и того, чтобы элементарно быть сытым.

Между тем, согласно концепции австрийского ученого Й. Шумпетера, сформулированной им еще в начале XX века, истинным предпринимателем является не тот, кто извлекает доход из эксплуатации старого, традиционного, а тот, кто выпускает новый товар, вводит новый метод и новую форму организации производства, находит новый рынок и новый источник сырья. Это прежде всего новатор, который делает не то, что делают другие, и не так, как другие.

«Классический предприниматель, — подчеркивает отечественный политолог С. А. Панарин, — гетерогенный социокультурный тип. Он включает в «сублимированном» виде черты завоевательного типа — раскованное «авантюрное» воображение, азарт и готовность к риску. Предприниматель не столько организатор производства (в этом качестве его вытесняет наемный, профессиональный менеджер), сколько социальный первооткрыватель и коммуникатор. Он открывает новые социальные потребности

и, следовательно, новые рынки и налаживает новые связи — межгрупповые, межрегиональные, межкультурные...»<sup>10</sup>.

### **Содержательная суть и направленность социальной ответственности предпринимателей**

Помимо сказанного выше, социальная ответственность бизнеса включает поддержку и участие предпринимательских организаций во всех крупных государственных и местных социальных программах, разработку и реализацию собственных проектов в области благотворительной деятельности и меценатства. Наподобие того, что имело место в дореволюционной России. Как подчеркивает в этой связи тогдашний исследователь российского купечества П. Бурышкин, в этом сословии на предпринимательскую деятельность «смотрели не только и не столько как на источник наживы, а как на выполнение задачи, своего рода миссию, возложенную Богом или судьбою. Про богатство говорили, что Бог дал его в пользование и потребует по нему отчета, что выражалось отчасти и в том, что именно в купеческой среде необычайно были развиты и благотворительность, и коллекционерство, на которое смотрели как на выполнение какого-то свыше назначенного долга». И если до второй половины XIX века именитые роды соперничали, кто лучше церковь выстроит, кто ее лучше украсит, то с рубежа XX века соперничество «пошло в том, кто больше для народа сделает»<sup>11</sup>.

У нынешней же генерации отечественного предпринимательства все призывы к тому, что надо бы «делиться с народом» не

<sup>10</sup> Панарин. С. А. Парадоксы предпринимательства в России на современном этапе. Глава из книги: Политология. — М.: «Проспект». 1997. С. 311.

<sup>11</sup> Цит. по: Кузьмичев А. Д., Шапкин И. Н. Указ. соч. С. 152.

вызывают особого энтузиазма. И это несмотря на то, что «капитанами» нашего бизнеса уже наработано столько денег, что их у них даже «куры не клюют», тогда как у народа — «ни денег, ни кур». И в этих условиях (сидя на мешках, набитых «зелеными бумажками» с портретами американских президентов) пора бы уже прийти к мысли, что не мешало бы хоть как-то подумать и о стране. В том числе подумать о том, как, повернувшись лицом к народу и его нуждам, «навести мосты между молодым «третьим сословием» и остальной частью населения, сломать лед недоверия, смягчить зависть, а кое-где враждебность — наследие уродливой привычки к равенству в бедности, насаждавшейся многими десятилетиями»<sup>12</sup>.

Очевидно, что только человек, лишенный социальности и духовности, равнодушный к чужой боли и не способный к состраданию, бескорыстному благодеянию по отношению ближнему. Человек без «страновых» корней, т.е. тот, который не ощущает под собой национальной почвы, и ему (по этой причине) чуждо элементарное чувство патриотизма и любви к родине. Только такой человек («космополит биологический») может быть счастливым (и чувствовать себя на «седьмом небе») в стране, в которой миллионы людей живут за чертой бедности, а детская беспризорность принимает характер гуманитарной катастрофы.

Где, оставшись без поддержки социума, медленно вымирают десятки (если не сотни) тысяч обитателей домов для престарелых и инвалидов, специализированных детских учреждений и интернатов. Где из-за хронического недоедания и жуткой экологии, равно как и принявшей характер национального бедствия алкоголизации и роста наркомании, идут неуправляемые процессы дегенерации и депопуляции населения. Процессы, которые (если их не остановить совместными усилиями) реально угрожают

самому существованию русского (российского) народа как самостоятельного этноса.

Также социально ответственно должны вести себя предприниматели, которые «вошли во власть», в том числе в качестве парламентариев. Между тем их деятельность и на этом поприще пока весьма далека от того, чтобы всерьез озаботиться «ближними», а не только работать в пользу интересов тех узкопрофессиональных групп, которые они представляют. Так, что касается деятельности думцев-предпринимателей второго созыва (1995-1999гг.), то она, по свидетельству тогдашнего вице-спикера Государственной Думы от фракции СПС И.Хакамады, была «в конечном счете, направлена на достаточно примитивное лоббирование каких-то узких, их конкретно касающихся вопросов». Банковское лобби, к примеру, проявляло активность в основном в вопросе о внесении поправок в Закон о банках и банковской деятельности и впадало в «летаргический сон», когда обсуждались вопросы, не связанные с этой сферой. Между тем предприниматели должны понимать, что тот же «Закон о ветеранах или об инвалидах точно так же их касается: если общество будет дифференцироваться в такой же степени, как это происходит до сих пор, то предприниматели не будут нужны ни кому, общество их отторгнет. Люмпен их просто сметет»<sup>13</sup>.

### **Религиозная этика и бизнес — основные слагаемые кодекса предпринимательской чести**

Все тот же П.Авен (все в том же уже упоминавшемся интервью «АиФ») утверждает, что «бизнес — циничная вещь, и все люди в этой сферы таковы». То есть наглые, не знающие стыда, пренебрегающие нормами общественной морали (именно

<sup>12</sup> Невзлин Л. Б. «Паблик рилейшнз» — кому это нужно? — М.: Экономика, 1993. С. 22.

<sup>13</sup> Московский комсомолец. 2000. 12 февраля.

так трактует слово «цинизм» русский толковый словарь С. И. Ожегова).

Если исходить из этой посылки, то формулируемый, далее, П. Авенем постулат: «богатство — отметина Бога», выдаваемый им в качестве «аксиомы протестантской этики», явно отдает богохульством. Получается, что Бог благоволит исключительно циникам — ибо, если верить П. Авену, не циников в бизнесе нет. И оговорка, что речь идет о богатстве, которое «ты не украл, а заработал», ничего в этом плане не меняет. Поскольку при всех прочих «раскладах», это богатство все равно «безнравственное», а стало быть, и «греховное». В том смысле, что построено на пренебрежении нормами не только общественной, но и религиозной морали, которая исторически являлась (и является, по сей день) основанием общественной морали.

Отсюда следует, что «круто» замешанное на цинизме богатство (в России) — все-таки отметина не Бога. Скорее всего, здесь «поработал» не Бог, а противостоящий ему Дьявол — исключительно коварный и хитрый злой дух, полностью лишенный каких бы то ни было нравственных императивов и табу. И вызывающий к человеку исключительно как к биологическому существу и, огрубляя, как к зверю со всей совокупностью органически присущих ему (в этой «ипостаси» зверя) властно побуждающих животных инстинктов и рефлексов. И, прежде всего, жадности и жажде наживы любой ценой. Неистребимому (неуемному) стремлению к наслаждению и получению удовольствия (в том числе в самых извращенных сублимированных формах) как универсальному мотиву поведения.

Между тем абсолютизация богатства, идеология ничем не регулируемого рынка никогда не были свойственны ни классическому, ни современному протестантизму. Как справедливо отмечает заместитель председателя Отдела внешних церковных связей Московского патриархата протоиерей В. Чаплин, «установки типа «человек

человеку волк», «каждый за себя», «пусть проигравший плачет», прямо противоположны Евангелию, а значит и любому серьезному богословию, в том числе протестантскому»<sup>14</sup>.

Так называемая теология процветания, в рамках которой Божественное благословение отождествляется с богатством, является ложной в своей основе, ибо сводит Бога к автомату, обслуживающему человеческую плоть. Для христианской морали и этики (православной, католической, протестантской и т. д.) важно не богатство само по себе, а вопрос о том, откуда «есть и пошло» это богатство и на что (на какие цели) оно расходуется.

По этому поводу в Библии сказано, что деньги и богатство должны служить людям, использоваться на помощь бедным и построение Царства Божия, а не для того, чтобы прожигать их (купаться в роскоши) или накапливать огромные состояния. И, как Кощей, над «златом чахнуть».

В христианстве, по словам Патриарха Алексия II, «сребролюбие называется гнусной, убийственной страстью, иудиним предательством по отношению к Богу, адским грехом»<sup>15</sup>. Глава Евангелической Церкви земли Северный Рейн-Вестфалия Николас Шнайдер от имени Всевышнего заявляет: «эксплуатация, жадность и алчность отвратительны, ибо они несут семена смерти и разрушения»<sup>16</sup>.

Не случайно в ряде библейских текстов говорится, что, кому много дано, с того многое и спросят. И успех предпринимателя — это своего рода экзамен, ниспосланный ему Богом. В конечном счете, ему придется дать Ему (Богу) отчет. Ответить насколько хорошо он распорядился своим богатством, своими талантами и своими способностями.

<sup>14</sup> Аргументы и факты. 2004. № 44.

<sup>15</sup> Звездный бульвар. 2004. № 24.

<sup>16</sup> НГ-Религии. 2005. № 5. С. 8.

В связи с проблемой профессионального этоса предпринимателей представляется целесообразным остановиться на еще одном широко распространенном в отечественных бизнес-кругах мнении. Точке зрения, которую в одном из многочисленных исследований отечественного бизнеса один из респондентов-предпринимателей выразил следующим образом: «Этичность бизнеса — это вопрос личностный. Вопрос собственных убеждений. Ведь морали общества не существует. Существует мораль личности. В бизнесе для меня нет морали. Ибо мораль в бизнесе это закон. Если выполняешь закон, значит, морален, если не выполняешь — нет. Обман вне сферы закона вполне нормальная и законная вещь в бизнес. И рассматривать его как аморальное явление нельзя»<sup>17</sup>.

Не говоря уже о том, что в этом утверждении смешаны два самостоятельных типа регуляции взаимоотношений между людьми — закон, как жестко фиксированные и обязательные для исполнения правовые нормы и принципы организации и регулирования общественной жизнедеятельности, опирающиеся (при необходимости) на государственное принуждение. И мораль, как не обладающие силой закона неписанные правила общежития, в основании которых находится феномен обычая, — оно (это утверждение) ложно в своей основе. Принять такую точку зрения — значит, отрицать какую бы то ни было возможность совмещения бизнеса и морали, которые, если следовать логике данного утверждения, как их не смешивай, всегда будут отталкиваться друг от друга как вода и масло. И там, где начинается бизнес, мораль заканчивается.

Между тем «нормальный» цивилизованный бизнес отнюдь не отвергает и не противостоит морали. Если посмотреть на него через эту нравственную призму, то он предстает бизнесом, который выступает не только в роли социального носителя таких «ме-

щанских» добродетелей, как порядочность и обязательность в делах, трудолюбие и бережливость, размеренный порядок и самодисциплина. Но одновременно как бизнес с «непорочным» общественным лицом (в «человеческом облики»). То есть такой, чья деятельность детерминирована (помимо прочего) построенным на общечеловеческих и религиозных нравственных ценностях особым кодексом поведения. Своего рода кодексом предпринимательской чести.

Такого рода бизнес — это бизнес, в котором свобода частнопредпринимательской деятельности принимает форму социально ответственного поведения, основанного не только на не нанесении вреда и неосуществлении насилия по отношению к другим, но и на добровольном самоограничении в пользу других. На неизменном следовании христианской заповеди: «Тогда ты более всего и будешь заботиться о собственной пользе, когда будешь искать ее в том, что полезно для ближнего».

Уместно в этой связи привести нравственно-этические принципы ведения дела в России, выработанные еще в 1912 году и неуклонно соблюдавшиеся большинством дореволюционных отечественных предпринимателей, в среде которых, как заповедь, говорили: «прибыль превыше всего, но честь — превыше прибыли». И если предприниматель не обладает таким качеством, как честность, он ничего не стоит. Вот эти принципы:

*Уважай власть.* Власть необходимое условие эффективного ведения дел. Во всем должен быть порядок. В связи с этим проявляй уважение к блюстителям порядка на всех узаконенных эшелонах власти.

*Будь честен и правдив.* Честность и правдивость — фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Российский предприниматель обязан быть безупречным носителем этих добродетелей.

*Уважай право частной собственности.* Свободное предпринимательство — осно-

<sup>17</sup> Бизнес и политика. 1995. № 12. С. 23.

ва благополучия государства. Российский предприниматель обязан в поте лица трудиться на благо своей отчизны. Такое рвение можно проявить только при опоре на частную собственность.

*Люби и уважай человека.* Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождает ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу для развития у людей самых разнообразных способностей, побуждает их проявлять себя во всем блеске.

*Будь верен слову.* Деловой человек должен быть верен своему слову: «Единойжды солгавший, кто тебе поверит». Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе. Слово делового человека должно цениться неизмеримо выше казенной бумаги с печатью.

*Живи по средствам.* Не зарывайся. Выбери дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй, сообразуясь со своими средствами.

*Будь целеустремленным.* Всегда имей перед собой ясную цель. В стремлении достичь заветной цели не переходи грань дозволенного. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

Уже упоминавшийся исследователь русского купечества П. Бурыйшкин, говоря

об экономическом прогрессе России на рубеже XX века, подчеркивал: «Тот значительный успех в развитии производительных сил и всего народного хозяйства России не мог бы иметь места, если бы база была порочной, если бы те, кто этот успех создавал, были жуликами и мошенниками»<sup>18</sup>. В свете этого высказывания, одна из основных первопричин затянувшегося «неуспеха» России на пути рыночных реформ более чем очевидна.

### Литература

1. Ричард К. Чьюнинг, Джон У. Эби, Ширли Дж. Роэлс. Бизнес сквозь призму веры/Пер. с англ. — М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1993.
2. Муштук О.З. Жители города о положении работающих женщин и их социальной защите в свете нового трудового законодательства. — М.: Пульс, 2004. №5 (289).
3. Кузьмичев А.Д., Шапкин И.Н. Отечественное предпринимательство//Очерки истории. — М.: Прогресс-Академия, 1995.
4. Панарин. С.А. Парадоксы предпринимательства в России на современном этапе. Глава из книги: Политология. — М.: Проспект, 1997.
5. Невзлин Л.Б. «Паблик рилейшнз» — кому это нужно? — М.: Экономика, 1993.
6. Аргументы и факты. 2004, №44.

Статья поступила в редакцию 17.08.2007

<sup>18</sup> Цит. по: Кузьмичев А.Д., Шапкин И.Н. Указ. соч. С. 152.

*O. Mushtuk, Professor, Head of the MIFP Political Science Chair*

### BUSINESSES' ROLE AND THEIR SOCIAL AND OTHER RESPONSIBILITIES

Doing business means making the intangible and tangible assets for other members of the society but it does not mean being an altruist who acts without any remuneration or profit. It means any business activity is about having not only the personal interest but also a social touch. In this sense, any business activity is, first of all, the service for the community members, for the members of the society. The essence of such an activity can be rendered in the following short motto: a business is about providing job opportunities to the community members in order to give them food and clothes. By community members here we do not mean an object of some charitable activities or a dependent living at others' expense. We mean the people who play a part of employees who work as per a contract.

УДК 336.76

*Мурычев А.В., к.и.н., первый исполнительный вице-президент РСПП*

## ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В РОССИИ

*Понятие «инновации» (нововведения) применительно к банковской сфере трактуется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам. Инновационный процесс, т.е. процесс, связанный с созданием, освоением и распространением инноваций, охватывает все стороны деятельности банка. Особый интерес при этом вызывают новации в системе управления банком. Так, уже много лет является дискуссионным вопрос о том, как, на основе каких критериев (признаков) можно и нужно судить о «высоте» постановки качества управления в банках.*

**И**нновационного развития требуют (или допускают) любые направления деятельности банков и управления банками. Разумеется, потребность в крупных нововведениях в этой сфере возникает не каждый день, к тому же даже возникшая потребность такого рода не всегда может быть удовлетворена быстро и в полной мере. Вместе с тем в развитии российского банковского сектора в последние годы явно обнаружилась необходимость достаточно глубоких изменений в управлении одновременно по ряду направлений. Таковыми можно считать (помимо налаживания корпоративного управления):

- антикризисное управление в банковской сфере;
- организация «стандартного» управления деятельностью банков;
- развитие саморегулирования в банковской сфере.

Возможно, в число данных направлений совершенствования управления в банках следовало бы включить также органи-

зацию в них современных систем риск-менеджмента<sup>1</sup>.

Все перечисленные новые направления являются направлениями инновационного развития банковского дела, поскольку требуют глубокого творческого подхода.

### **Об антикризисном управлении в банковской сфере**

Для российских банков данное направление в их работе является только актуальной, но и в достаточной мере осознанной необходимостью. Практически любо-

<sup>1</sup> Многие склонны ставить в этот же ряд проблему перехода российских кредитных организаций на Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). На наш взгляд, названную проблему, на самом деле актуальную далеко не для всех отечественных банков, целесообразнее рассматривать как часть проблемы корпоративного управления банками, для которых переход на МСФО действительно может иметь существенное значение.

му банку нужно быть заранее готовым к кризисным явлениям, а для этого ему жизненно важно постоянно «держат в готовности» механизмы упреждения кризисных процессов или тенденций либо механизмы минимизации негативных последствий их наступления. Практически это означает, что вся организация «обычного» управления в банке должна быть грамотно «настроена» на противодействие неизбежным для его деятельности финансовым рискам, но, кроме того, у него должен быть заранее подготовленный план действий на случай, когда кризис тем не менее наступил, план, реализация которого позволит преодолеть кризисную ситуацию с минимальными потерями для самого банка, его клиентов и для банковской системы в целом.

Таким образом, есть два подхода к антикризисному управлению в банке. Однако они не исключают друг друга и банк не должен выбирать между ними. Тем не менее, верно следующее утверждение: *«Разумеется, если банк оказался в кризисе, то соответствующим образом организованное управление должно помочь ему преодолеть такое состояние, вывести его из кризиса в ряды «нормальных» банков. Однако более предпочтительными и оправданными следует считать такую политику и практическую «настройку» системы управления, которые бы позволяли вести профилактику и предупреждать, предотвращать само возникновение кризисных ситуаций в банках»<sup>2</sup>.*

Позиция автора может быть отнесена как к отдельно взятому банку, так и ко всей банковской системе, к управлению такой системой в национальных масштабах. Это означает, что проблему упреждающего антикризисного управления в банковской сфере можно и нужно рассматривать применительно к обоим уровням банковской системы. Коротко остановимся в рас-

считываемом здесь аспекте на каждом из этих уровней.

*На верхнем уровне банковской системы нашей страны, как известно, находится Центральный банк РФ, который в соответствии со ст. 3 «своего» Закона одолжен отвечать, в частности, за «развитие и укрепление банковской системы РФ» (роль Агентства страхования вкладов и других органов, также принимающих участие в регулировании деятельности банков, в данном случае можно, видимо, не анализировать). Как же он это делает?*

Ответ известен — с помощью инструментов надзора, которые он постоянно пытается усовершенствовать, стараясь в последние годы перейти от формального к качественному, содержательному надзору. Пока, к сожалению, такие попытки чаще ведут лишь ужесточению банковского надзора. Тем не менее можно отметить и одну позитивную тенденцию в этой работе Банка России.

Мы имеем в виду *стресс-тестирование* банковского сектора в целом, к чему Банк России приступил в 2004 году в рамках попыток перейти к неформальному надзору. Данное направление противокризисной работы в российских банках в последнее время становится все более актуальным. Однако технология такого тестирования пока вызывает много вопросов.

Как известно, под стресс-тестированием понимается определение (количественная оценка) потенциального негативно-го воздействия на финансовое состояние банка, которое может иметь место в предполагаемых неблагоприятных обстоятельствах, т.е. при таких заданных изменениях факторов рисков, которые (изменения) будут соответствовать хотя и исключительным, но вероятным событиям<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Тавасиев А.М. Антикризисное управление кредитными организациями: Учеб. пособ. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. С. 36.

<sup>3</sup> См. также: Банн Ф., Каннингхэм А., Дремман М. Стресс-тестирование как метод оценки системных рисков//Банки: мировой опыт. 2006. №1; Кудрявцева М. Что тестирует стресс-тест?//Рынок ценных бумаг. 2006. №2.



Технология стресс-тестирования включает в себя компоненты как количественного, так и качественного анализа. Количественный анализ направлен прежде всего на определение возможных колебаний основных макроэкономических показателей и оценку влияния таких колебаний на различные составляющие активов банка (банков). С помощью методов данного анализа определяются вероятные стрессовые ситуации, которым может подвергнуться банк. Качественный стресс-анализ акцентирован на двух основных задачах: оценке способности капитала кредитной организации (кредитных организаций) компенсировать возможные крупные убытки; определении комплекса действий, которые должны быть предприняты банком (банками) для снижения уровня рисков и сохранения капитала.

Конкретнее, эта технология предполагает учет потенциальных негативных последствий чувствительного изменения, как правило, какого-либо одного исключительного фактора риска. Но в реальной практике всегда действует большая или меньшая совокупность таких факторов — исключительных и других. Поэтому в действительности негативная ситуация может развиваться не так или даже совсем не так, как «обещает» результат однофакторного стресс-тестирования. Кроме того, очень важно, какие исходные предположения (допущения) принимаются при проведении такого анализа.

Центральный банк РФ в конце 2003 года предложил банкам рекомендации *«Подходы к организации стресс-тестирования в кредитных организациях»* (приложение 5)<sup>4</sup>. Но, как считают отдельные специалисты, *«большой пользы от данных рекомендаций нет, так как документ представляет собой краткий обзор практики усилий иностранных банков в рассматриваемой области и не содержит описания конкретных технологий (методик) стресс-тестирования»*.

*И хотя наиболее распространенные на Западе методики здесь хотя бы названы (сценарный анализ, анализ чувствительности портфеля активов банка к изменениям факторов риска), но не ясно, могут ли они применяться в специфических российских условиях. Более того, в документе подчеркивается, что поскольку профиль рисков каждой кредитной организации индивидуален и к тому же отсутствуют унифицированные, общепринятые стандарты стресс-тестирования, то все кредитные организации «должны самостоятельно разрабатывать модели проведения стресс-тестов»<sup>5</sup>.*

И наши банки занимаются этим по сути самостоятельно. Об этом свидетельствует, в частности, информация, распространенная ЦБ РФ в октябре 2005 года через Интернет, о результатах анкетирования кредитных организаций по вопросам стресс-тестирования. На вопросы анкеты ответили 190 наиболее крупных московских и региональных кредитных организаций. Аналогичное исследование по инициативе Ассоциации региональных банков «Россия» было проведено летом 2005 года. В анкетировании приняло участие 77 банков (в основном региональных) из всех 7 федеральных округов. Опрос выявил неоднозначное понимание необходимости оценки и управления всеми видами рисков, возникающих в процессе банковской деятельности<sup>6</sup>.

В целом, результаты опросов, как полагают в Центральном банке, позволяют говорить о значительной позитивной динамике в части применения банками методов стресс-тестирования. Позитивная динамика в рассматриваемой области действительно имеет место: большинство банков явно осознало необходимость лучше управлять своими рисками в том числе с помощью инструментария стресс-тестирования.

<sup>4</sup> Были опубликованы на сайте ЦБ РФ.

<sup>5</sup> Тавасиев А. М. Специальные антикризисные меры в механизмах банковского управления // Банковское дело. 2006. № 4.

<sup>6</sup> Банковское дело в Москве. 2005. № 9.

ния и ищут собственные методики такого тестирования. Но, видимо, пока еще рано говорить о существенном продвижении на этом нелегком пути.

На нижнем уровне банковской системы все более существенным требованием к управлению в современных условиях признается обязательное наличие в банке реалистичного плана действий на случай нестандартных, кризисных ситуаций, базирующегося на результатах собственного стресс-тестирования. Считается, что такие планы (программы) должны быть у каждого банка<sup>7</sup>. Они должны иметь детально проработанные планы действий на случай возникновения выходящих из-под контроля обстоятельств (в том числе при угрозе кризиса, при системных сбоях автоматизированных систем, невыполнении обязательств со стороны третьих лиц, при наступлении иных чрезвычайных обстоятельств). В отношении таких планов действий банков тоже пока не все вопросы ясны.

Так, дискуссионными можно считать вопросы о том:

- следует ли разрабатывать такие планы на все возможные варианты кризисов, включая самые экстремальные, которые могут постигнуть банк, или реалистичнее ориентироваться при их разработке на относительно простые кризисные ситуации (сбои технических систем и т.п.);
- насколько подробными должны быть такие планы;
- следует ли иметь в банке некий общий план антикризисных действий или такие планы нужны для разных направлений деятельности банка<sup>8</sup>?

<sup>7</sup> См. документы ЦБ РФ: Положение от 16.12.2003 № 242 «Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах» (п. 3.7); приложение к Письму от 24.05.2005 № 76 «Об организации управления операционным риском в кредитных организациях» (п. 3.20-3.23).

<sup>8</sup> См. также: Бортников Г.П. План реагирования в условиях кризиса ликвидности//Управление в кредитной организации. 2006. №3.

Что показывает в рассматриваемом аспекте практика отечественных банков? Опрос банков, проведенный в 2005 году, на который мы ссылались выше, показал, что в целом положение дел скорее неблагоприятное: половина опрошенных банков не готовилась к кризисным ситуациям, а к качеству планов действий остальных банков есть немалые вопросы.

Очевидно, что рассматриваемому аспекту работы значительно больше внимания должны уделять и каждый банк, и банковское сообщество в лице их ассоциаций, и, разумеется, Центральный банк. В этой последней связи трудно объяснить отсутствие плана противокризисных действий у Банка России. Наличие у него подобного плана летом 2004 года, когда случился так называемый кризис доверия, очень бы помогло и властям страны, и всем банкам. Кроме того, такой план послужил бы методическим «уроком» для коммерческих кредитных организаций.

### **Об организации стандартизированного управления деятельностью банков**

Уже много лет является фактически дискуссионным вопрос о том, как, на основе каких критериев (признаков) можно и нужно судить о «высоте» постановки качества управления в банках (хотя формально дискуссия на эту тему не проводилась). На этом фоне достаточно интересной представляется идея организации управления в банках и анализа его качества на базе национальных стандартов управления кредитными организациями в контексте налаживания современного корпоративного управления, более или менее ясно обозначившаяся в среде банкиров к концу 2004 года. В организованном порядке вопрос впервые рассматривался на научно-практических конферен-

циях в Уфе в январе 2005 года и январе 2006 года<sup>9</sup>.

На первой из этих конференций, как бы подводя итоги обсуждения, А.Козлов сказал: «Предложение о разработке национальных стандартов качества деятельности кредитных организаций представляется весьма своевременным. Стандарты затронут корпоративное управление, процессный подход и другие идеологические основы управления. Представляется, что ближайшие год-два — это наиболее подходящее время для того, чтобы такие стандарты выработать совместными усилиями банковского сообщества. Затем банковское сообщество могло бы принять их в качестве рекомендательных (при одобрении Центральным банком РФ). В дальнейшем аудиторские и консалтинговые фирмы могли бы проводить аттестацию тех или иных банков на соответствие общепринятым стандартам качества. Это... повысит эффективность и улучшит деловую культуру всей банковской сферы»<sup>10</sup>.

В Ассоциации российских банков срочно занялись разработкой соответствующих стандартов и за два года их подготовили около десятка, а некоторые из них уже утверждены и рекомендованы банкам — членам АРБ для применения (стандарты организации внутреннего контроля в банке, организации управления кредитным риском в кредитной организации и др.).

Однако качество и практическая применимость данных стандартов вызывают оп-

ределенные сомнения. Возьмем для примера «Стандарт качества организации управления кредитным риском в кредитных организациях». Его табличная схема (характерная и для других стандартов АРБ) следующая.

Выбрано 6 уровней качества (зрелости) протекания в банках соответствующих процессов (в данном случае кредитных):

- «нулевой» (процессы управления не применяются);
- «начальный» (процессы специализированы и не организованы);
- «повторяемый» (процессы повторяются на регулярной основе);
- «определенный» (процессы документированы, взаимосвязаны);
- «управляемый» (процессы наблюдаются и измеряются);
- «оптимизированный» (процессы соответствуют «лучшей практике»).

Этих уровней явный переизбыток (это все равно что делить продукцию предприятия на 6 сортов — от полностью негодного до «самого лучшего»). Неясно также, что можно было бы взять в данном случае за «лучшую практику».

По этим 6 уровням должны оцениваться выбранные элементы организации кредитного (и любого другого) процесса. К таким элементам, разбитым в данном стандарте на 9 групп, отнесены следующие параметры (табл. 1).

Получается крайне усложненная процедура. Трудно даже представить себе, сколько людей и как долго должны были бы работать, чтобы выяснить, как банк «укладывается» хотя бы в один такой стандарт. А ведь стандартов будет, вероятно, много...

Представляется, что к задаче разработки указанных стандартов необходимо вернуться заново, уточнив исходные концептуальные положения об их формировании.

Свое определенное и ясное мнение мог бы сформулировать и Банк России, ко-

<sup>9</sup> Марданов Р.Х. Указ. статья//Вестник АРБ. 2005. №5; Резолюция III научно-практической конференции «Повышение функциональной роли банковской системы через улучшение качества ее деятельности. Управление бизнес-процессами в Банке России и кредитных организациях»//Сайт Банка России. 2006. 13 февр.

<sup>10</sup> Козлов А.А. О подходах к повышению качества управления и организации деятельности банков//Деньги и кредит. 2005. №2.

Таблица 1

**Элементы организации кредитного процесса,  
оцениваемые в стандарте**

<b>1. Маркетинговая (продуктовая) составляющая</b>	
1.1	Количественные показатели, характеризующие продукт деятельности по управлению кредитными рисками банка
1.2	Состав лиц (сторон), интересы которых учитываются в процессе управления кредитными рисками в банке. (Пользователи)
<b>2. Технологическая составляющая</b>	
2.1	Разработка (переработка) стратегии в области кредитования, кредитной политики и внутренних документов, регламентирующих порядок осуществления кредитных операций
2.2	Оценка индивидуальных кредитных рисков
2.3	Управление кредитным портфелем
2.4	Кредитный мониторинг
2.5	Работа с проблемными кредитами
<b>3. Организационная составляющая</b>	
3.1	Совет директоров (наблюдательный совет) или правление
3.2	Исполнительные органы управления (высшее руководство)
3.3	Кредитный комитет
3.4	Организационная составляющая по кредитованию (кредитные подразделения)
3.5	Организационная составляющая по управлению рисками (подразделение риск-менеджмента)
3.6	Организационная составляющая по юридическим функциям (юридическая служба)
3.7	Организационная составляющая по финансово или планово-экономическим функциям
3.8	Организационная составляющая по учетным функциям и составлению обязательной отчетности
3.9	Организационная составляющая по функциям внутреннего контроля (аудита)
<b>4. Управленческая составляющая</b>	
4.1	Кредитная политика (стратегия)
4.2	Стандарты кредитования
4.3	Документальная регламентация лимитов кредитного риска
4.4	Методики, используемые при управлении кредитными рисками в банках
4.5	Методика стресс-тестирования
4.6	Внутренний контроль (аудит) в сфере кредитования
<b>5. Информационная составляющая</b>	
5.1	Информация, используемая для оценки индивидуальных кредитных рисков
5.2	Информация, используемая для управления кредитным портфелем
5.3	Информация, используемая для кредитного мониторинга
5.4	Информация, используемая для управленческого и внутреннего контроля

Продолжение табл. 1

<b>6. Программно-техническая составляющая</b>	
	Автоматизированные информационные системы (программные средства)
<b>7. Кадровая составляющая</b>	
7.1	Корпоративная культура
7.2	Требования к персоналу и обучение персонала, участвующего в кредитном процессе
7.3	Оплата труда и мотивации сотрудников, участвующих в кредитном процессе
<b>8. Имущественно-техническая составляющая</b>	
	Компьютерная техника и прочее имущество
<b>9. Раскрытие информации о процессе и его результатах</b>	
	Информация для клиентов банка и других внешних пользователей (в т. ч. internet-сайт банка) (При этом часть информации может раскрываться только ограниченному кругу пользователей.)

торый в данном вопросе проявляет пассивность и пока официально на этот счет не высказывался<sup>11</sup>.

### Литература

1. Банн Ф., Каннингхэм А., Дреманн М. Стресс-тестирование как метод оценки системных рисков//Банки: мировой опыт. 2006. № 1.
2. Кудрявцева М. Что тестирует стресс-тест?//Рынок ценных бумаг. 2006. № 2.
3. Тавасиев А.М. Антикризисное управление кредитными организациями: Учеб. пособ. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
4. Бортников Г.П. План реагирования в условиях кризиса ликвидности//Управление в кредитной организации. 2006.
5. Козлов А.А. О подходах к повышению качества управления и организации деятельности банков//Деньги и кредит. 2005.

<sup>11</sup> Сам Центральный банк принял только один собственный стандарт — «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы РФ. Общие положения» (Вестник Банка России. 2006. № 6).

Статья поступила в редакцию 21.08.2007

*A. Murychev, PhD (History), First Executive Vice-President,  
Russian Union of Entrepreneurs and Industrialists*

## CORPORATE MANAGEMENT QUALITY AS A FACTOR INFLUENCING COMPETITIVENESS LEVEL INCREASE

It is well-known that the strategy chosen, management competences, valuable resource and a market niche availability are not the only factors any company's operations depend upon. A company's success is impossible without an access to the investment fund capital. It is necessary to be aware of the fact that the investors would not invest substantial funds into a company lacking an efficient management system and an operational monitoring system. The investors are ready to pay a big bonus sum for the shares of a company which has a clear-cut corporate management system. Corporate management quality is now one of the most important factors influencing the decision-making process when investment issues are concerned.

УДК 339.13.21

*Романова А.И., к. э. н., доцент МФПА*

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: МЕТОДЫ ОЦЕНКИ, СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ

*В условиях сильной конкуренции любой хозяйствующий субъект для нормального функционирования и оценки своих перспектив на будущее должен знать свою конкурентоспособность. Располагая информацией о конкурентных позициях, предприятия получают возможность определить свои преимущества и узкие места, выбрать правильную стратегию и тактику поведения, адекватную реалиям рыночных процессов.*

**К**онкурентоспособность предприятий — категория количественно измеримая, требующая применения методов экономико-математического анализа, модельного аппарата, способного с большей точностью отразить существующее состояние и дать достоверный прогноз развития на перспективу. Под уровнем конкурентоспособности предприятия следует понимать, относительный показатель, отражающий характеристики его возможностей противостоять конкурентному натиску на конкретных рынках (отдельных сегментах) в определенный период времени. При этом методы его установления, несмотря на традиционный набор вычислительных процедур, могут существенно отличаться. В частности, различия часто наблюдаются по составу локальных (частных) показателей, что в значительной степени зависит от отраслевой специализации предприятия, масштабов производства, организационной структуры использования инструментов маркетинга и т. д.

Обобщенный алгоритм оценки конкурентоспособности предприятия представлен на рис. 1.

Начинать исследование и оценку конкурентоспособности предприятия следует с

анализа состояния его места и роли в конкурентной среде<sup>1</sup>. При этом важно знать не только долю рынка и занимаемых сегментов, но и происходящие в них изменения. Также необходимо четко представлять степень известности данного предприятия (отношения к нему потребителей, установить мотивы предпочтений при выборе, того, или иного производителя при покупке продукции, включая качество, уровень цен, дизайн, упаковку и т. д.). По результатам мониторинга проводится сопоставление показателей с аналогичными характеристиками конкурирующих субъектов и выполняются прогнозные расчеты на будущее. При широкой номенклатуре изделий необходимо весь ассортимент продукции разбить по товарным группам, основываясь на ряде критериев (вид продукции, упаковки, цена, класс и т. д.). Здесь также важно учитывать динамику этого показателя.

Источником информации могут являться торговые точки, в которых реализуется продукция данного предприятия и конкурентов. Данное исследование производится путем опроса с помощью специаль-

<sup>1</sup> Голубков Е.П. Исследование рынков//Маркетинг в России и за рубежом. 1999. № 1. С.14.

но разработанной анкеты. При этом выясняется, вся ли продукция реализуется, устраивают ли потребителей цены на товары, каково мнение о компании, ее продукции потенциальных покупателей, мотивы потребительских предпочтений при покупке продукции того или иного товаропроизводителя и т.д. Полученные сведения создают информационное поле анализа и позволяют дать оценку конкурентного положения исследуемых субъектов рынка в динамике за определенный период времени, выявить изменения рынка в целом и его сегментов, установить причины таких изменений, провести сопоставление конкретных показателей с аналогичными характеристиками конкурентов и перейти к необходимым расчетам.

Для оценки конкурентоспособности предприятий, выпускающих широкий ассортимент продукции, можно использовать дезагрегированную модель с применением детализированных показателей, характеризующих каждую конкретную группу товаров. Это необходимо для определения места, занимаемого данной товарной группой (или отдельного изделия) в ряду представленной на рынке аналогичной продукции.

Важная роль в оценке внутренней среды предприятия отводится отбору показателей, входящих в систему оценки, и непосредственно характеризующих результаты его деятельности. Такими основными индикаторами для промышленных предприятий являются: качество продукции (включая частоту, количество возврата и рекламаций, наличие и величину брака); широта ассортимента (число наименований изделий, разновидности упаковки, массы и пр.); себестоимость единицы продукции (по видам); цены на выпускаемые товары; размер прибыли (убытков); уровень рентабельнос-

Этапы проведения оценки и повышения конкурентоспособности предприятия

I этап — анализ показателей, определяющих конкурентоспособность предприятия

Анализ конкурентной среды

Анализ внутренней среды предприятия

II этап — формализация метода оценки конкурентоспособности предприятия

III этап — выделение отдельных признаков и установление по ним ограничений

IV этап — определение количественных значений отдельных признаков для каждого уровня шкалы градации с учетом коэффициентов весомости

V этап — проведение оценки конкурентоспособности предприятия

VI этап — разработка стратегий повышения конкурентоспособности предприятия

**Рис. 1.** Модель поэтапной оценки и разработки стратегии повышения конкурентоспособности предприятия

ти; наличие собственного капитала; ликвидность активов, кредитоспособность и платежеспособность; уровень использования производственных мощностей; кадровый потенциал (уровень квалификации, текучесть); размер средней заработной

платы и пр. Для сравнительной оценки этих показателей и сопоставления их с аналогичными показателями конкурентов можно использовать *SWOT*-анализ, который позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия и разработать стратегию и тактику работы на рынке на перспективу.

Поскольку любое промышленное предприятие представляет собой многомерный динамический объект, следовательно, при определении уровня его конкурентного потенциала необходима взаимосвязанная между собой совокупность (набор) определенных характеристик, отражающих количественную меру его развития, где индикаторами могут являться:  $k_1, k_2, k_3, \dots, k_n$ , где  $k_i$  — показатели конкурентоспособности предприятия по  $i$ -му направлению деятельности в определенный период времени ( $t_i$ ).

Вместе с тем общий (интегральный) показатель ( $K$ ), как правило, устанавливается традиционным способом [4, с. 87-92]:

$$K = \sum k_i \times d_i,$$

где  $d_i$  — весовой коэффициент значимости  $i$ -го показателя конкурентоспособности предприятия устанавливается методом экспертных оценок,  $i = 1, \dots, n$ .

Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия в нормированном виде можно представить величиной, находящейся в диапазоне:

$$0 \leq K \leq 100.$$

В результате создается основа для формализации процедуры оценки, в том числе для определения ограничительных критериев, которые устанавливаются экспертным путем. Сущность таких ограничений состоит в следующем: при максимальном суммарном значении всех признаков интегральный показатель конкурентоспособности составит 100 баллов ( $K = 100$ ). Соответственно при сумме баллов свыше 75 можно считать исследуемое предприятие высоко конкурентоспособным; от 50 до 75 — сред-

не конкурентоспособным, при сумме от 25 до 50 — низко конкурентоспособным и при сумме ниже 25 — не конкурентоспособным.

Установление коэффициента (индекса) весовой значимости при оценке конкурентоспособности предприятия является одним из самых важных этапов в оценочной процедуре, поскольку от его величины зависит не только правильность полученных количественных значений, но и план дальнейших действий, соответственно, и полученные в будущем результаты.

Поскольку для оценки уровня конкурентоспособности ставится задача адаптации готовой функции, абстрагируемся от деталей математических зависимостей. Оценку конкурентоспособности хозяйствующего субъекта можно проводить как по одному предприятию, так и в сравнении с другими представителями рынка. Кроме того, уровень конкурентоспособности может рассматриваться в динамике за разные периоды времени, что позволяет выявить тенденцию ее изменения.

В разработанных по результатам исследования методических положениях наиболее важное место отводится отбору (выделению) важнейших характеристик (признаков) конкурентоспособности предприятий и определению меры значимости каждого признака. Это связано с тем, что выделенные признаки создают основу для количественной оценки и степени их влияния на конечный результат.

Исследование позволило выделить показатели, которые чаще всего рассматриваются учеными-экономистами<sup>2</sup> в качестве важнейших характеристик конкурентоспособности, целенаправленное воздействие

<sup>2</sup> См.: Голубков Е.П. Исследование рынков//Маркетинг в России и за рубежом. 1999. №1. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. — М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002; Сабельская Г. Система показателей конкурентоспособности//ЭКО — 2000. №4 и др.



Таблица 1

## Система показателей, используемых в оценке конкурентоспособности предприятия

№№ п/п	Показатель	Индекс	Способ расчета	Обозначение символа
K1	Занимаемая доля рынка (сегмента)	Ур	$Ур = Q/E$	Q — объем реализованной продукции; E — емкость рынка
K2	Качество продукции	Кп	Оценивается системой параметров	-
K3	Уровень цен	Kz	$Z/Z_k$	Z, Z <sub>k</sub> — цены на аналогичную продукцию исследуемого предприятия и конкурента
K4	Широта ассортимента	Уа УТэ	$Уа = n_a/n_{ak}$ Оценивается системой параметров	n <sub>a</sub> , n <sub>ak</sub> — число наименований выпускаемой продукции исследуемого предприятия и конкурента
K5	Финансовая устойчивость	Фу	Оценивается системой параметров	-
K6	Уровень использования производственной мощности	УМ	$УМ = Q/M$	M — величина производственной мощности
K7	Уровень дистрибуции	Уп	$Уп = n/n_k$	n/n <sub>k</sub> — количество торговых точек исследуемого предприятия и конкурента
K8	Технико-экономический уровень предприятия	УТэ	Оценивается системой параметров	-
K9	Уровень корпоративной культура (имидж)	Ни	Оценивается системой параметров	-
K10	Затраты на рубль товарной продукции	Sв	$S_b = S_n/B$	S <sub>n</sub> — полная себестоимость; B — выручка
K11	Уровень инновационной активности	Y <sub>ин</sub>	$Y_{ин} = N_{ин}/N_o$	N <sub>ин</sub> , N <sub>o</sub> — количество инноваций, внедренных исследуемым предприятием и конкурентом
K12	Показатели рентабельности	R	Оцениваются системой показателей рентабельности	-

на которые может привести к определенным (желаемым) изменениям в состоянии изучаемого объекта. Эти локальные пока-

затели могут быть применены и при анализе конкурентоспособности промышленных предприятий (табл. 1).

Для оценки внутренних элементов, определяющих конкурентоспособность предприятий, предлагается использовать следующие показатели: качество продукции (с учетом наличия и величины брака, частоты и количества рекламаций); широта ассортимента; себестоимость единицы продукции (по видам); уровень цен; уровень использования производственных мощностей (тенденции изменения); размер прибыли (убытков); уровень рентабельности; финансовое состояние; кредитоспособность; платежеспособность и пр.

Уровень использования производственной мощности является важнейшей технико-экономической характеристикой, влияющей на размер затрат, цен на продукцию и, в конечном итоге на конкурентоспособность предприятия.

Технико-экономический уровень — комплексная характеристика, которая отличается спецификой расчета и требует системного подхода к оценке. Технический уровень предприятия определяется по всему парку оборудования. При этом за основу могут быть приняты: возрастной ценз, степень обновления оборудования и пр. Сначала определяются локальные показатели, затем с учетом весовых коэффициентов их значимости устанавливается обобщающий показатель.

Экономические показатели учитывают такие аспекты, как уровень рентабельности (продукции, производства, продаж, активов и предприятия); размер производственных затрат; производительность труда; фондоотдача; затраты на рубль товарной продукции и пр. Сначала производятся расчеты по локальным направлениям, с последующей интегральной оценкой. Затем определяется общий показатель по совокупности экономических и технических параметров с учетом их значимости.

Финансовая устойчивость зависит от следующих показателей: общей (абсолютной) и относительной ликвидности; автономии предприятия; оборачиваемо-

сти оборотных средств и платежеспособности.

Конкурентоспособное предприятие выпускает конкурентоспособную продукцию, которая является комплексной характеристикой и подлежит оценке по качественным параметрам, широте ассортимента и ценовому фактору с последующим синтезом в единый измеритель.

Уровень дистрибуции и широта ассортимента не представляют сложности в установлении.

Корпоративная культура формирует имидж предприятия, который является одной из важнейших характеристик его привлекательности на рынке. Факторы имиджа отличаются большим разнообразием: известность, как предприятия, так и его продукции; позиция на рынке; наличие бренда и т.д. Здесь необходимы специальные исследования для установления количественных показателей. Возможна оценка (в баллах) по специально разработанной шкале.

Уровень инновационной активности определяется степенью готовности предприятия к обновлению по всем элементам производства: новая продукция, техника, технология, упаковка и т.д.

Определение конкурентоспособности предприятия представляет собой сложный процесс и требует привлечения ученых и высококвалифицированных специалистов в качестве экспертов. Особенно это важно при установлении количественных показателей, где невозможно их установить расчетным путем, как по параметрам конкурентоспособности, так и по весовым коэффициентам.

Оценку конкурентоспособности хозяйствующего субъекта можно проводить как по одному предприятию, так и в сравнении с другими представителями рынка. Кроме того, уровень конкурентоспособности может рассматриваться в динамике за разные периоды времени. Это позволяет выявить тенденцию изменения конкурентного потенциала.

Определение конкурентоспособности предприятия представляет собой сложный процесс и требует привлечения ученых и высококвалифицированных специалистов в качестве экспертов. Особенно это важно при установлении количественных показателей, когда установить их расчетным путем не представляется возможным.

Различные виды и уровни конкуренции предопределяют поиск разных способов укрепления предприятиями своих позиций на рынке и, соответственно, разработку стратегий адекватного реагирования на изменчивость рыночной среды. Изучение трудов российских зарубежных ученых-экономистов<sup>3</sup> позволило выделить среди них несколько основных групп.

**1. Стратегия лидерства на основе низких издержек.** В основу данной стратегии положено создание устойчивого преимущества в затратах перед конкурентами и стремление стать поставщиком на рынок самых дешевых товаров, привлекательных для широкого круга потребителей. Широкому применению данной стратегии препятствуют такие факторы, как инфляция, несовершенство законодательства, проблемы с обеспечением сырьем и др.

**2. Стратегии индивидуализации** состоят в стремлении сделать свою продукцию уникальной, чтобы она выгодно отличалась от товаров конкурентов и за счет этого стала более привлекательной для широкого круга покупателей. Успех при реализации этой стратегии может быть обеспечен только при тщательном изучении потребностей покупателей. Правильное использование данной

стратегии обеспечивает предприятиям стабильно высокую прибыль, когда дельта повышения цены на продукцию превышает дополнительные затраты на осуществление индивидуализации продукта. Реализация стратегии индивидуализации на практике заканчивается неудачей, в случае, если покупатели не оценили уникальность данной торговой марки и отдали предпочтение продукции конкурентов.

**3. Стратегии концентрации на рыночной нише** отличает сосредоточение внимания на узком участке рынка. Здесь доминирует предложение узкому сегменту рынка продукции, отвечающей его вкусам и потребности. Целевая ниша рынка может определяться региональными особенностями, вытекающими из специальных требований к продукции, или специальными свойствами товара, привлекательными для участников только этого рыночного сегмента. Задача состоит в лучшем, чем это делают конкуренты, обслуживании покупателей такой рыночной ниши.

**4. Стратегия наилучшей стоимости** заключается в том, что в ней упор делается на предложении потребителям большей реальной ценности товара путем сочетания низких издержек и дифференциации качества. Чтобы стать производителем с наилучшей стоимостью, предприятию необходимо обеспечить высокое качество продукции и придать ей нужные свойства при более низких, в сравнении с конкурентами, издержках.

**5. Стратегия инновации** может обеспечить предприятию конкурентное преимущество в получении монопольной, сверхвысокой прибыли и достижении быстрого экономического роста. Преимущество хозяйствующего субъекта, реализующего данную стратегию, основано на том, что он является первым либо в данном бизнесе, либо на определенной территории, либо на новом рынке

<sup>3</sup> Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. — М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002; Маккей Х. Как уцелеть среди акул: (опередить конкурентов в умении продавать, руководить, стимулировать, заключать сделки). — Уфа: Акад. Менеджмента. — М.: Экономика, 1993.

(сегменте). Основные особенности конкурентного преимущества, связанного со стратегией инновации, заключаются в использовании продуктовых, технологических, организационных и других новшеств. Это сопряжено со значительным риском, однако в случае успеха обеспечивает высокую прибыль за счет установления монопольных цен. Ориентированные на инновационную деятельность предприятия должны располагать высококвалифицированным персоналом, достаточными финансовыми ресурсами для создания и вывода новинок на рынок. Такая стратегия присуща преимущественно крупным компаниям.

**6. Стратегия фокусирования** используется, как правило, небольшими предприятиями, которые находят свою нишу на рынке и все усилия направляют на этот сегмент. Многие небольшие зарубежные предприятия стараются придерживаться этой стратегии. Ее рекомендуется использовать предприятиям, расположенным в небольших населенных пунктах.

Применение на практике рассмотренных стратегий в чистом виде встречается нечасто не только у отечественных, но и у зарубежных производителей. Чаще используется комбинация стратегий в ви-

де некоторого рационального сочетания стратегических приемов. Вместе с тем приведенные стратегии могут служить ориентиром будущей деятельности предприятия в зависимости от уровня его конкурентоспособности в целом и отдельных ее составляющих. Специалисты считают, что ни одно предприятие не может достичь превосходства над конкурентами абсолютно по всем характеристикам конкурентоспособности. Необходим выбор приоритетов и выработка стратегий, в наибольшей степени соответствующих тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим способом использующих сильные стороны предприятия.

### Литература

1. Голубков Е.П. Исследование рынков. //Маркетинг в России и за рубежом. 1999. № 1.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. — М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.
3. Маккей Х. Как уцелеть среди акул: (опередить конкурентов в умении продавать, руководить, стимулировать, заключать сделки). — Уфа: Акад. Менеджмента. — М.: Экономика, 1993.
4. Сабецкая Г. Система показателей конкурентоспособности //ЭКО. 2000. № 4; и др.

Статья поступила в редакцию 15.08.2007

---

*A. Romanova, PhD (Economics),  
Assistant Professor, MIFP*

### BUSINESS COMPETITION: ASSESSMENT METHODOLOGY, COMPETITIVENESS LEVEL IMPROVEMENT STRATEGIES

When the competition is fierce, any business, in order to operate normally and estimate the development prospects, should know its competitiveness level well. If a business learns about its position in the competition, it can determine and identify where the advantages are and where there are areas for improvement and choose the right strategy and tactics in line with the market development processes.

УДК 339.137

**Купцов М.М.**, аспирант Московской финансово-промышленной академии

## ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*В конце XX начале XXI века в экономике многих стран стали происходить изменения. Изменилась конкуренция между фирмами. Основой конкуренции в современном мире стали инновации во всех областях бизнеса.*

*Компании, осуществляющие инновационный тип конкурентного поведения, должны инвестировать в научные исследования в области технологии, маркетинга, человеческих ресурсов и других направлениях деятельности, поскольку это необходимо в современной конкуренции. За счет инноваций компания получает доминирующее положение в отрасли, пока не придут другие инновационно настроенные конкуренты. Инновации необходимы в современном бизнесе, поскольку они защищают конкурентные позиции компании от наступления агрессивно настроенных новых конкурентов.*

В последнюю четверть XX столетия и в первые годы XXI века в экономическом развитии многих стран проявились новые тенденции. Так, информация стала не только фактором производства, но и объектом труда, являясь неотъемлемой частью любой человеческой деятельности. Поэтому проникновение новых информационных технологий во все производственные процессы рождает совместное влияние множественных эффектов на конечный результат.

В бизнесе изменяются конкурентные преимущества за счет перехода общества от доиндустриальной и индустриальной стадии развития к постиндустриальной (табл. 1).

На смену земле и природным ресурсам в индустриальном обществе в качестве доминирующих факторов производства приходят труд и капитал, а в современном обществе на первое место постепенно выходят знания и интеллектуальный капитал.

В современной конкуренции решающую роль играют не столько население, как в доиндустриальном обществе, и не столько доступ к ресурсам и рынкам, как в индустриальном, сколько качество и интенсивность непрерывного обучения людей и организаций. При этом доминирующей сферой экономической активности становится не сельское хозяйство, как в доиндустриальном обществе, и не промышленность, как в индустриальном, а сфера услуг<sup>1</sup>.

Современное производство в настоящее время — это во многом деятельность ума, т.е. преимущественно нематериальное воздействие со стороны инженеров, бухгалтеров, конструкторов, дизайнеров, специалистов по персоналу, сбыту и маркетингу, экспертов по информационным сетям. Во многих организациях все большая часть

<sup>1</sup> Deutcher E., Kochendorfer-Lucius G. Towards the Global Knowledge and Information. Development & Cooperation. 1999. №7. С. 20-21.

Таблица 1

## Изменение в источниках конкурентных преимуществ

Доиндустриальное общество	Индустриальное общество	Постиндустриальное общество
Земля	Труд	Знания
Природные ресурсы	Капитал	Интеллектуальный капитал
Население	Доступ к рынкам	Непрерывное обучение
Сельское хозяйство, лесоводство, добыча полезных ископаемых	Промышленность	Сфера услуг

полученного эффекта становится результатом применения специальных знаний, широкого обучения персонала и взаимодействия с партнерами и контрагентами.

Инновации, новые идеи часто оказываются более ценными по сравнению с традиционными ресурсами бизнеса (финансы, оборудование, рабочая сила). Особенно ярко это проявляется на стадиях формирования и становления нового бизнеса.

Так, в постиндустриальном обществе основной конкурентный потенциал базируется на интеллектуальном капитале сотрудников фирмы. Для обеспечения себе устойчивой конкурентной позиции необходима постоянная инновационная активность предприятия, направленная на усовершенствования конкурентных преимуществ товаров (услуг). Становиться более эффективным вкладывать деньги не в традиционные сферы бизнеса, например в материальные активы, а в креативные бизнес — идеи, благодаря которым фирма сможет создать себе конкурентные преимущества.

При инновационном типе конкурентного поведения творческие идеи должны быть достаточно оригинальными, отличаться от традиционных подходов к решению насущных проблем и опираться на современные представления экономической науки.

Создание товара (услуги), который за счет своей инновационности будет иметь конкурентное преимущество, начинается с определения соответствующего новшества, которое воплощается в бизнес-идею.

После выбора бизнес-идеи, начинается непосредственно инновационный процесс, благодаря которому создается конкурентное преимущество. Для этого предприятию необходимы соответствующие ресурсы на создание и реализацию, чтобы довести идею до конкурентоспособного товара (услуги). Здесь и применяются все основные инновационные элементы, находящиеся в руках у субъекта бизнеса. Помимо создания товара-новинки, необходимо вывести его на рынок, и, соответственно, при принятии товара (услуги) рынком, можно сказать, что фирма создала конкурентное преимущество за счет инновационной активности.

С появлением конкурентоспособного товара-новинки, помимо конкурентного преимущества, появляется и конкурентная угроза со стороны внешнего окружения. Так, многочисленные приверженцы адаптивно-приспособленческого типа конкурентного поведения направят свои конкурентные силы на создание товара-аналога, а также за счет методов ценовой

и неценовой конкуренции постараются ослабить внимание потребителей к предложенному новому товару (услуге).

Как уже говорилось выше, инновационный тип конкурентного поведения базируется на множестве различных новшеств и инноваций, осуществляется за счет различных комбинаций в деятельности предприятия.

Инновация (новшество, нововведение)<sup>2</sup> может быть определена как внедрение новых идей в рамках различных сфер деятельности предприятия, направленных на его хозяйственное развитие. В соответствии с такой трактовкой можно выделить следующие виды инноваций, каждая из которых влияет на конкурентоспособность организации.

- **Предпринимательские** — за счет них фирма может диверсифицироваться в родственную и неродственную отрасли, что даст возможность укрепить общую конкурентоспособность организации за счет распределения различных рисков по разным рынкам и географическим территориям.

- **Технические** — за счет них фирма может улучшить технические характеристики создаваемых товаров (услуг), что повысит их конкурентоспособность по сравнению аналогами.

- **Производственные (технологические)** — дают возможность организации переходить на новую, энергосберегающую технологию, дающую большую эффективность. Благодаря данной инновации появляются ценовые и неценовые конкурентные преимущества товара (услуги), а предприятие может получить конкурентное преимущество (недостаток) во взаимодействии с контрагентами по цепочкам ценностей, в связи с изменением необходимости в производственных услугах.

- **Рыночные** — дают возможность обслуживания новых клиентов на новых

рынках, за счет чего увеличивается объем продаж организации, что дает ей возможность более широко применять ценовые методы конкуренции. Также появляется возможность оказывать конкурентное воздействие на поставщиков за счет увеличения предложения на аналогичные услуги на новых рынках.

- **Информационные** — направлены на изменение внутренней среды организации, с целью повышения ее эффективности внутренних процессов, что дает возможность более быстрого реагирования на изменения внешней среды по сравнению с конкурентами.

- **Управленческие** — дают возможность принятия более быстрых и точных управленческих решений по сравнению с конкурентами.

- **Экономические (финансовые)** — дают возможность более эффективного использования финансовых средств предприятия, что увеличивает его конкурентоспособность за счет большей финансовой независимости, а также возможности финансирования мероприятий, по созданию и укреплению конкурентной позиции.

Благодаря данным инновациям, предприятие может создавать конкурентоспособные товары (услуги), а также повышать уровень собственной конкурентоспособности за счет инновационной активности. Имея арсенал возможных нововведений, менеджмент компании должен определить возможность его применения, на основе степени новизны, масштаба инновации, взаимодействия данного изменения в производственно-хозяйственной структуре предприятия.

Учитывая диффузию и распространение инноваций, необходимо на стадии разработки товара (услуги) и (или) других инновационных преобразований определить дальнейшее развитие организации.

Так, создание товара (услуги) на основе новой технологии делает необходимым

<sup>2</sup> Васюхин О.В. Методология стратегического управления инновационной деятельностью предприятий: Дис.... д-ра экон. наук: 08.00.2005 Санкт-Петербург, 2003, 268 с. РГБ ОД, 71:04-8/220, с. 18.

создание сопряженных товаров, сервисного обслуживания и т.д. В случае принятия новшества рынком фирма получает временное конкурентное преимущество, в противном случае конкурентный недостаток в виде невостребованной продукции и, соответственно, некупившиеся затраты по ее производству и реализации.

Считать инновационным предприятие, занимающееся только внедрением научно-технических разработок в свою деятельность будет неверно. Как было описано выше, инновационная активность имеет гораздо более широкое распространение в деятельности предприятия, направленное на повышение его конкурентоспособности не только в вопросах продвижения товаров (услуг), но и за существование и функционирование в системе бизнеса.

Поэтому деятельность предприятия, придерживающегося инновационного типа конкурентного поведения, базируется на креативности (творческом начале) по созданию и реализации товаров (услуг).

Помимо данной компоненты, для инновационного типа конкурентного поведения необходимо иметь огромный информационный потенциал, отслеживать последние достижения НИОКР, новых схем взаимодействия с контрагентами по цепочкам ценностей, новые способы общения с клиентами и т.д., для скорейшего применения того или иного новшества в предпринимательской деятельности. Следует отметить, что инновационный тип конкурентного поведения является затратноемким, поскольку требуются финансирование мониторинговых мероприятий, исследований в разных сферах деятельности, а главное финансирование, обеспечивающее внедрение тех или иных инноваций.

Фирма придерживается инновационного типа конкурентного поведения, при осуществлении тактического конкурентного позиционирования за счет внедрения в свою деловую профессиональную деятельность новых компонентов.

Таковыми являются:

- новые продукты (услуги) и товарные марки;
- новые технологии;
- новые элементы материальной и сырьевой базы бизнеса, оборудования и техники;
- новые подходы к кадровой политике и во внутрифирменной организации;
- создание новых компаний, а также поглощение действующих;
- новые подходы в маркетинге товаров и услуг, в управлении издержками и качеством работы, в организации сбыта товаров;
- привлечение новых клиентов и желаемых партнеров по бизнесу;
- актуализация видов, методов, форм и направлений конкурентных действий;
- улучшение, а при необходимости обновление собственной репутации вплоть до радикальной смены имиджа компании.

За счет данных действий менеджмент компании стремиться добиться конкурентных преимуществ в области снижения затрат на производство товаров и оказание услуг, дифференциации товарного предложения, выбора и освоения новых рыночных секторов, сегментов и ниш, диверсификации инвестиций за счет опережения соперников в разработке этих новых компонентов деятельности, создания более эффективной организации бизнеса, в том числе вследствие слияния или враждебного поглощения компаний, их дезинтегрирующего разъединения, компромиссного сотрудничества или кооперации<sup>3</sup>.

Конкретные (тактические) шаги по реализации инновационного типа конкурентного поведения осуществляется за счет инновационной активности. Данная активность постоянно натывается на

<sup>3</sup> Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: Учеб. 4-е изд., перераб. и допол. — М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2004. — (Университетская серия). С. 604-605.



противодействие со стороны представителей внешнего окружения субъектов бизнеса.

Сопротивления инноваций в бизнесе всегда имеет конкурентный характер, в основе которого лежит вполне объяснимое опасение субъектов предпринимательства отстать от творчески настроенных соперников. Преодоление данного сопротивления компаниями-новаторами и определяется как инновационное конкурентное поведение.

При инновационном типе конкурентного поведения фирма применяет наступательные и оборонительные конкурентные действия. Также широко используются инструменты ценовой и неценовой конкуренции. Это дает возможность выходить на принципиально новые виды деятельности и закреплять там свои конкурентные позиции.

Интересно проанализировать взаимосвязь инноваций и конкурентоспособности предприятия<sup>4</sup>. Данный анализ проводится исходя из возможностей отражения угроз со стороны прямых и условно прямых конкурентов, а также изменений внешней среды, способных ослабить конкурентную позицию организации.

Так, инновационное поведение предприятия с целью укрепления его конкурентоспособности особенно актуальна в следующих случаях: во-первых, когда рыночные цены на продукцию становятся такими, что доход не покрывает издержек. Это заставляет предпринимателя провести процессную или продуктовую инновацию. Во-вторых, если в ходе маркетинговых исследований спроса выявляется неудовлетворенная рыночная потребность, то это также стимулирует предприятие проводить инновации.

Исходя из вышеприведенных данных, можно выделить следующие основные причины, обуславливающие инновационное конкурентное поведение предприятия.

Во-первых, это — изменение уровня конкурентной борьбы товаропроизводителей. Структура отрасли оказывает существенное влияние на уровень инновационной активности. Чем выше уровень конкурентной борьбы, тем больше стремление к осуществлению инноваций, и наоборот.

Во-вторых, инновационная активность обуславливается стремлением хозяйствующих субъектов к получению экономической прибыли. Инновации позволяют инициаторам их осуществления временно получить определенную степень власти на рынке, т.е. появляется возможность диктата цен покупателям и как следствие получение временной экономической прибыли.

При этом, чем более радикальной является инновация, тем более длительный период больший объем прибыли она приносит.

В-третьих, реализация инноваций позволяет увеличить масштабы деятельности предприятия, так как их результаты открывают фирмам новые, никем не занятые рынки.

В-четвертых, инновационная активность фирм обусловлена появлением нормативных актов государства, которые заставляют предприятия проводить соответствующие изменения. Так, например, ужесточение экологических норм влечет за собой соответствующие изменения в технических системах, обеспечивающих им выполнение этих норм.

Осуществление инновационного типа конкурентного поведения ведется на основе инновационных стратегий конкурентного поведения. Рассмотрим стратегии, которые описывают, как организация может повышать свою конкурентоспособность за счет

<sup>4</sup> Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 Школьник Е.В. Инновационные отношения в рыночной экономике: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 Чебоксары, 2003, 154 с. РГБ ОД, 61:04-8/2325, с. 38-39.

изменения характеристик предлагаемых рынку товаров (услуг)<sup>5</sup>.

В зависимости от условий микро- и макросреды предприятие может выбрать один из двух основных видов инновационных стратегии:

- *адаптационный, оборонительный, пассивный;*

- *творческий, наступательный, активный.*

**1. В общем виде сущность адаптационной стратегии** состоит в проведении частичных, тактических изменений, позволяющих усовершенствовать ранее освоенные продукты, технологические процессы, рынки в рамках уже сложившихся на предприятии структур и тенденций деятельности. В этом случае инновации рассматриваются как контрнаступательные конкурентные действия на изменения внешней среды бизнеса, чтобы сохранить ранее завоеванные рыночные позиции и не допустить на них конкурентов.

В рамках адаптационной стратегий выделяются тактические модели конкурентного поведения, базирующиеся на следующих действиях:

- **защитные действия** — комплекс мероприятий, позволяющих противодействовать наступательным действиям конкурентов, целью которых является проникновение на сложившийся рынок с аналогичной или новой продукцией;

- **действия инновационной имитации** предполагают, что товаропроизводитель делает ставку на успешность новшеств конкурентов, занимаясь их копированием;

- **действия, направленные на выживание** ориентированы на максимальное снижение уровня риска в условиях высокой неопределенности внешней

среды и потребительского спроса на новшество;

- **действия, направленные на непосредственное реагирование на нужды и запросы потребителей** применяется обычно в области производства промышленного оборудования. Данная модель реализуется небольшими по размерам предприятиями, выполняющие индивидуальные заказы крупных компаний.

**2. В общем виде сущность активной наступательной инновационной стратегии** состоит в широкомасштабном проведении стратегических изменений, позволяющих радикально преобразовать ранее существующие на рынке товары (услуги). Осуществляя данную стратегию, фирма может открыть принципиально новые отрасли, где при успешных конкурентных действиях, она может получить доминирующее положение.

Например, *Hewlett-Packard*, которая на рубеже 80-90-х годов прошлого века превратилась из мелкой венчурной компании, одной из сотен тысяч калифорнийских компаний, в одного из столпов современного компьютерного бизнеса. Такие крупные компании, лидеры мирового бизнеса, как *Microsoft*, *Intel*, *Apple Computers*, *Sun Microsystems*<sup>6</sup> когда-то были мелкими фирмами.

В рамках активной наступательной инновационной стратегии выделяют тактические модели конкурентного поведения, базирующиеся на следующих действиях:

- **действия, направленные на активные НИОКР.** Производители, выбравшие данную модель, получают самое сильное конкурентное преимущество, которое, собственно, и выражается в оригинальных, единственных в своем роде научно-технических разработках или принципах и методах;

<sup>5</sup> Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 *Коптев А.В.* Повышение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе инновационных стратегий: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 Екатеринбург, 2003. 165 с. РГБ ОД, 61:03-8/2330-2, с. 84-88.

<sup>6</sup> Основы бизнеса/Под. ред. *Ю. Б. Рубина*: Учеб. 7-е изд., перераб. и дополн. — М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2006. С. 134.

• **действия, ориентированные на маркетинг**, предусматривают целевую направленность всех элементов производственной системы, а также вспомогательных и обслуживающих видов деятельности на поиск средств решения проблем, связанных с выходом новшества на рынок;

• **действия, направленные на слияния и приобретения**, являются одним из самых распространенных вариантов инновационного развития предприятий, поскольку предполагают меньший риск по сравнению с другими видами активных инновационных действий, опираются на уже отлаженные производственные процессы и ориентируются на освоенные рынки. Результатом данных действий является создание новых производств, крупных подразделений, совместных предприятий на базе объединения ранее обособленных структур.

Разработка, производство и введение на рынок новых товаров — это продолжительный и дорогой процесс. Как свидетельствует мировая практика, только незначительная часть новых товаров имеет коммерческий успех. По оценкам некоторых экспертов, рыночный успех имеет не более 20% нововведений<sup>7</sup>.

Однако первопроходцы рынка получают важнейшее преимущество первого хода, которое при правильном его использовании, возможно, обернется лидерством на рынке и высокими прибылями. К основным преимуществам можно отнести следующие:

• наглядное отличительное преимущество. Обычно любое новшество имеет наглядные, убедительные преимущества перед товаром или идеями, которые оно призвано заменить;

• более высокие цены. Как правило, сегмент рыночных новинок малочувстви-

телен к вопросам цены, что обеспечивает пионерам высокие доходы;

• издержки переключения. Покупатели, привыкшие к товару первопроходцев, весьма негативно относятся к предлагаемым конкурентами изменениям;

• дополнительные барьеры для последователей в виде патентов на изобретения.

Первоначальная стратегическая задача первопроходцев — быстрый рост, когда стратегические усилия направляются на расширение рынка с помощью стимулирования покупок потребителями, ранее не пользовавшимися данным товаром, но положительно относящимися к новинкам, способными оценить реальную пользу товара и обладающими средствами для его приобретения.

Быстрорастущий рынок сразу привлекает новых конкурентов. Обычно приход последователей на новые рынки задерживается, так как они вынуждены преодолевать барьеры патентной защиты, отсутствия необходимых технических знаний и информации о потенциале рынка.

На мой взгляд, сводить инновационную деятельность предприятия только к технологическим инновациям неверно. Инновационный тип конкурентного поведения заключается также в разработке новых организационных структур и форм хозяйствования и управления на предприятиях. Процесс реализации инноваций охватывает практически все стороны деятельности предприятия. Поэтому верно, что под инновационной деятельностью подразумевается совокупность всех мероприятий по созданию, приобретению, освоению и распространению новых и усовершенствованных видов продукции, услуг, технологий, сырья и материалов, методов организации производства и управления.

В странах с рыночной экономикой инновации представляют собой эффективную оборонительную и наступательную реакции фирмы на возникающие угрозы

<sup>7</sup> Hopkins P.S., Bailey C.L. New Product Pressures. Conference Board Record. — June 1971. — P. 16-74.

рынка: потерю своего сегмента на рынке, давление со стороны расширяющегося и диверсифицированного предложения конкурентов, появление новых технологий, сокращение срока жизни продукта, изменение структуры спроса, законодательные ограничения и т.д. Систематическая инновационная деятельность, таким образом, является единственным источником длительного успеха.

Инновационный тип конкурентного поведения является состязанием между предпринимателями за более выгодные условия производства и сбыта продукции, за возможность получения наибольшей прибыли посредством создания и введения на рынок новых товаров и услуг для производственного и потребительского секторов. Собственно, цель, участвующих в конкуренции, состоит в том, чтобы выйти вперед и оторваться от производителей уже знакомых рынку товаров (услуг). Конкурентоспособность инновационных товаров определяется двумя основными группами факторов. Первая включает микроэкономические факторы, действующие на уровне фирмы или отрасли и оказывающие влияние на качественные и стоимостные характеристики инновационного товара, а вторая группа факторов определяется состоянием социально-экономической среды.

Так, на мой взгляд, инновационный тип конкурентного поведения заключается, кроме прямого столкновения с другими игроками рынка, в уходе от конкуренции в области, еще не сформировавшиеся и не занятые другими игроками. Инновационное конкурентное преимущество создается нестандартным продуктом, работой и (или) услугой, а также управленческим решением.

### Литература

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
2. Друкер П. Ф. Рынок: как выйти в лидеры: Практика и принципы. — М.: Book Chamber International, 1992.
6. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: Учеб. пособ./Под ред. В.М. Аньшина, А.А. Дагаева. — 2-е изд., перераб. и дополн. — М.: Дело — М, 2006.
7. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 5-е изд. — СПб.: Питер, 2006.
11. Аньшин В.М., Филин С.А. Менеджмент инвестиций и инноваций в малом и венчурном бизнесе: Учеб. пособ. — М.: Анкил, 2003.
12. Филин С.А. Инновационно-инвестиционное управление в венчурном бизнесе; М.: Информ.-изд. центр Роспатента, 2003.
14. Основы бизнеса: Учебник/Под ред. Ю.Б. Рубина. 7-е изд., перераб. и дополн. — М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2006.
15. Бунич А.П. Инновации и конкурентная борьба//Инновации. 2005. №5 (82); и др.

Статья поступила в редакцию 30.07.2007

*M. Kuptsov,*  
postgraduate student, Moscow University of Industry and Finance

### INNOVATIONS INTRODUCTION AS A BASE FOR BUILDING A COMPETITIVE BUSINESS

Many countries of the world faced economic changes in the end of the previous and the beginning of this century. The very business competition base has changed. Now the innovations form the competition base in all economic spheres. As the research is absolutely necessary to compete on the modern market, the businesses that are innovation-oriented when competing at the market should invest into the technology, marketing, HR, etc. research. The companies gain the dominant position on the market because of the innovations introduced and they keep the position as long as there are no other innovation-oriented competitors. The innovations are necessary for the modern market as they serve as a protective device against the aggressive new competitors.

УДК 339.137.025

*Шестаков В.А., к. ю. н., доцент кафедры административного и финансового права МФПА*

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

*В российской юридической практике существуют различные подходы к содержанию определения незаконного предпринимательства как правового явления, а также имеется неопределенность в решении вопроса о правильном применении законодательства об ответственности за преступления в сфере экономической деятельности.*

*Автор предлагает рассмотреть понятие предпринимательства (предпринимательской деятельности) методом «определения от противного», поскольку уголовным законодательством Российской Федерации дана дефиниция «незаконного предпринимательства».*

Российская правовая наука отмечает, что дефиниция понятия «предпринимательская деятельность», раскрываемая ст. 2 ГК РФ, является логическим завершением положений Конституции РФ. Итак, понимая под предпринимательской деятельностью «самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке», законодатель указал на взаимосвязь данного термина со следующими правовыми категориями: свобода экономической деятельности, признание различных форм собственности, реализация права на труд.

Согласно ст. 8 Конституции РФ, свобода экономической деятельности обеспечивается правом каждого на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной экономической деятельности. Следовательно, свободное осуществление предпринимательской деятельности необходимо рассматривать как элемент конституционного принципа экономической свободы.

Кроме того, ст. 37 Конституции РФ провозглашая право свободно распоряжаться своими способностями к труду, выбирать род деятельности и профессию, предполагает в том числе и право выбора гражданином способа осуществления предпринимательской деятельности.

Вместе с тем составляющей определения предпринимательской деятельности является также понятие имущества, находящегося в собственности гражданина, в соответствии же со ст. 8 Конституции РФ собственность признается экономической основой конституционного строя России, а ее формы защищаются государством.

Несмотря на то, что положения ст. 34 Конституции РФ основаны на принципе диспозитивности, согласно которому субъект, исходя из своих способностей и интересов, самостоятельно определяет направления и способы использования принадлежащих ему материальных средств, устанавливает необходимые хозяйственные связи и приемлемые условия их осуществления<sup>1</sup>, свобода данной деятельно-

<sup>1</sup> См.: Лазарев В.В. и др. Научно-практический комментарий к Конституции Российской Федерации. — М.: ГАРАНТ, 2003.

сти не может быть абсолютной. Анализируя содержание прав и свобод человека и гражданина, а также обязанностей государства по их соблюдению и защите, законодатель закрепил ряд ограничений свободы всех субъектов экономической деятельности.

Так, не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию (ч. 2 ст. 34 Конституции). Свобода экономической деятельности не должна противоречить политике государства, направленной на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека, на охрану труда и здоровья людей, гарантий их социальной защиты (ст. 7). Недопустима такая экономическая деятельность, которая наносит вред окружающей среде, допускает хищническое использование природных ресурсов, нарушает права и законные интересы других лиц (ч. 2 ст. 36). Ограничение экономической свободы и даже прав собственности возможно в случаях принудительного отчуждения имущества (ч. 3 ст. 35), в условиях чрезвычайного положения (ст. 56) исходя из определенных обязанностей и обязательств субъекта хозяйствования и т.п.

Особое внимание в рамках рассматриваемой нами проблемы, целесообразно обратить на правовые условия, определяющие осуществление предпринимательской деятельности и являющиеся ограничениями данного вида экономической деятельности, а также ее признаки. К таким условиям относятся государственная регистрация и лицензирование.

Предпринимательской деятельностью могут заниматься граждане и юридические лица. Гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. Юридическое лицо подлежит

государственной регистрации<sup>2</sup>, поскольку только со дня внесения в единый государственный реестр юридических лиц оно считается созданным. Таким образом, поскольку право заниматься предпринимательской деятельностью возникает с момента регистрации, настоящая деятельность граждан и юридических лиц в соответствии со ст. 23 и 51 ГК РФ подлежит обязательной государственной регистрации.

В свою очередь, ст. 49 ГК РФ устанавливает порядок, согласно которому отдельными видами деятельности, определенными законом, предприниматели вправе заниматься только на основании специального разрешения (лицензии).

Учитывая мнения отечественных правоведов, перечень признаков предпринимательской деятельности включает:

- самостоятельность инициативной деятельности, осуществляемой субъектом от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность;
- направленность на систематическое получение прибыли, которая выступает главной целью хозяйственной деятельности;
- осуществление данной деятельности на постоянной профессиональной основе<sup>3</sup>.

Таким образом, указав на основы возникновения и развития предпринимательской деятельности, условия ее осуществления и признаки, мы подошли к понятию «незаконное предпринимательство», а, следовательно, и к вопросу обеспечения правильного применения законодательства об уголовной ответственности за преступления этой категории.

<sup>2</sup> См.: Дуюнов В.К. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации. — М.: «Волтерс Клувер», 2005.

<sup>3</sup> См.: Разумов С.А., Борзенков Г.Н., Верин В.П. и др. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации. — М.: «Юрайт-Издат», 2004.

Сложность разрешения настоящей проблемы обусловлена ее дискуссионным характером, множеством правовых позиций в юриспруденции, касающихся различных аспектов применения норм УК РФ по вопросам незаконного предпринимательства. Попытка нивелирования существующих противоречий и систематизации взглядов была осуществлена посредством разъяснений, содержащимся в Постановлении Пленума Верховного Суда от 18 ноября 2004 г. № 23 «О судебной практике по делам о незаконном предпринимательстве и легализации (отмывании) денежных средств или иного имущества, приобретенных преступным путем».

Под незаконным предпринимательством действующее уголовное законодательство понимает осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации или с нарушением правил регистрации, а равно представление в орган, осуществляющий государственную регистрацию юридических лиц, документов, содержащих заведомо ложные сведения, либо осуществление предпринимательской деятельности без специального разрешения (лицензии) в случаях, когда такое разрешение (лицензия) обязательно, или с нарушением условий лицензирования.

Вместе с тем именно с понятиями предпринимательской деятельности и, соответственно, незаконного предпринимательства юристы связывают логический или логико-правовой парадокс: в ст. 2 ГК РФ признаком такой деятельности названо осуществление ее лицами, зарегистрированными в соответствующем качестве в установленном законом порядке, а в ст. 171 УК РФ речь идет, в частности, об осуществлении предпринимательской деятельности без регистрации.

Кроме того, по мнению А. Горелова, аналогичная ситуация сложилась и при применении специальной по отношению к ст. 171 УК РФ нормы ст. 172, в которой по-

нятие незаконной банковской деятельности (банковских операций) также раскрывается посредством обращения к понятию банковской деятельности, содержащемуся в отраслевом (банковском) законодательстве: правоприменители... полагают, что незаконная банковская деятельность может вестись исключительно кредитными организациям, следовательно, лицо, которое, предположим, занимается незарегистрированной куплей-продажей иностранной валюты в наличной и безналичной формах и не представляющее никакую кредитную организацию, не подлежит уголовной ответственности. При этом юрист отмечает неосновательности ограничения действия ст. 171 и 172 УК РФ<sup>4</sup>.

Поэтому, на наш взгляд, конструктивными являются предложения П. Яни об ограничении ссылкой на указанные в ст. 2 ГК РФ признаки предпринимательства (самостоятельность деятельности, осуществление ее на свой риск, направленность на систематическое получение прибыли) либо, приведя полностью определение предпринимательства, подчеркнуть, что в названной статье ГК РФ в отличие от толкуемой статьи уголовного закона дано определение именно законной деятельности. А незаконной ее делает отсутствие формальных признаков — надлежащей регистрации и соблюдения порядка лицензирования<sup>5</sup>.

Вместе с тем Постановление Пленума Верховного Суда РФ, перечисляя субъектов преступления, предусмотренного ст. 171 УК РФ, называет лицо, на которое в силу его служебного положения постоянно, временно или по специальному полномочию были непосредственно возложены

<sup>4</sup> Горелов А. Как квалифицировать незаконное предпринимательство // Российская юстиция. 2003. № 12.

<sup>5</sup> См.: Яни П. Незаконное предпринимательство и легализация преступно добытых доходов // Законность. 2005. № 3.

обязанности по руководству организацией (например, руководитель исполнительного органа юридического лица либо иное лицо, имеющее право без доверенности действовать от имени этого юридического лица), а также лицо, фактически выполняющее обязанности или функции руководителя организации, что позволяет избежать ограничительного толкования указанной статьи.

Ранее нами в качестве признака предпринимательской деятельности называлась такая ее характеристика, как систематическое получение прибыли от пользования имуществом продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг, поэтому вопрос признания непроступной однократной сделки подтвердил настоящее положение.

В соответствии со ст. 209 ГК РФ собственнику принадлежат права владения, пользования и распоряжения своим имуществом. Собственник вправе по своему усмотрению совершать в отношении принадлежащего ему имущества любые действия, не противоречащие закону и иным правовым актам и не нарушающие права и охраняемые законом интересы других лиц, в том числе отчуждать свое имущество в собственность другим лицам, передавать им, оставаясь собственником, права владения, пользования и распоряжения имуществом, отдавать имущество в залог и обременять его другими способами, распоряжаться им иным образом.

При этом, согласно нормам гражданского законодательства, единственным условием, позволяющим гражданам реализовать предоставленное им право на передачу внаем (в аренду) жилых помещений, является наличие права собственности на такие помещения. Иных условий (в том числе регистрации в качестве индивидуального предпринимателя), соблюдение которых необходимо для реализации гражданами вышеназванных прав, гражданским законодательством не установлено.

В связи с чем указанным Постановлением Пленума Верховного Суда Российской Федерации разъяснено, что если не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя лицо приобрело для личных нужд жилое помещение или иное недвижимое имущество, либо получило его по наследству или по договору дарения, но в связи с отсутствием необходимости в использовании этого имущества временно сдало его в аренду или внаем и в результате такой гражданско-правовой сделки получило доход (в том числе в крупном или особо крупном размере), то содеянное им не влечет уголовной ответственности за незаконное предпринимательство. С 1 января 2003 г. введен в действие принятый Постановлением Госстандарта России от 6 ноября 2001 г. № 454-ст. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК 029-2001 (ОКВЭД), предназначенный для классификации и кодирования видов экономической деятельности и информации о них.

Объектами классификации в ОКВЭД являются виды экономической деятельности. Экономическая деятельность имеет место в случае, если ресурсы (оборудование, рабочая сила, технологии, сырье, материалы, энергия, информационные ресурсы) объединяются в производственный процесс, имеющий целью производство продукции (оказание услуг). Экономическая деятельность характеризуется затратами на производство, процессом производства и выпуском продукции (оказанием услуг).

Передача гражданином принадлежащих ему на праве собственности жилых помещений во временное пользование на возмездной основе другим лицам не может признаваться ни экономической, ни тем более предпринимательской деятельностью.

Вместе с тем доходы, получаемые собственником жилых помещений по договорам найма (аренды) жилых помещений, то



есть по договорам гражданско-правового характера, являются объектом налогообложения.

Если вышеуказанное лицо уклоняется от уплаты налогов или сборов с полученного дохода, в его действиях при наличии к тому оснований содержатся признаки состава преступления, предусмотренного ст. 198 УК РФ<sup>6</sup>.

Интересным, на наш взгляд, в рамках формирования определенной позиции в отношении понимания термина «доход», является мнение по поводу внереализационных расходов, которые фактически выпали из содержания Постановления Верховного Суда РФ. А между тем под выведенное им определение дохода не попадает выручка коммерческой организации от сдачи имущества в аренду, поскольку эта деятельность не является реализацией. Однако в признаках предпринимательской деятельности есть такой вид извлечения дохода, как использование своего имущества (п. 1 ст. 2 ГК РФ). Продолжая тему внереализационных операций, В.В. Толкачев расширил перечень данных операций. По мнению юриста, в состав доходов от внереализационных операций включаются:

- доходы, получаемые от долевого участия в деятельности других предприятий;
- доходы от сдачи имущества в аренду;
- доходы (дивиденды, проценты) по акциям, облигациям и иным ценным бумагам;
- другие доходы от операций, непосредственно не связанных с производством продукции (работ, услуг) и ее реализацией, за вычетом расходов, связанных с этой деятельностью;
- при осуществлении предпринимательской деятельности без лицензии — денежные средства и иная материальная выгода, полученные от реализации продук-

ции (работ, услуг), для производства которой требовалось наличие лицензии<sup>7</sup>.

Следует, кроме того, обратить внимание на соотношение точек зрения на незаконное предпринимательство как длящееся либо продолжающееся преступление. Так, по мнению С.Коровинских, незаконная предпринимательская деятельность характеризуется протяженностью во времени, благодаря чему она может быть сопряжена с нарушением финансовых интересов государства в сфере формирования доходной части бюджета от поступления налоговых платежей, нарушением интересов легальных предпринимателей<sup>8</sup>.

С точки зрения Б.В. Волженкина, к предпринимательской деятельности в ряде случаев нельзя отнести даже несколько случаев совершения сделок, например при производстве от случая к случаю различных мелких работ по договору подряда за плату, но в то же время он признает незаконным предпринимательством совершение одной крупной сделки, выполнение какой-либо значительной работы, оказание услуги, к примеру — строительство или ремонт какого-либо объекта, изготовление большой партии той или иной продукции, в процессе которых фактически осуществляется система действий, направленных на извлечение прибыли.

А.Э. Жалинский полагает, что осуществлением предпринимательской по содержанию деятельности является систематическое совершение лицом действий, обладающих определенным единством и в этом единстве направленных на извлечение прибыли в результате возмездного удовлетворения потребностей третьих лиц в заранее обусловленных либо предлага-

<sup>6</sup> Уголовный кодекс Российской Федерации. — М.: ГАРАНТ, 2007.

<sup>7</sup> См.: Толмачев О. Незаконное предпринимательство как альтернативный формально-материальный состав преступлений // Российская юстиция. 2001. № 7.

<sup>8</sup> См.: Коровинских С. Уголовная ответственность за незаконное предпринимательство // Российская юстиция. 2000. № 4.

емых услугах, имуществе, товарах. Вопрос о возможности признания предпринимательской деятельности осуществляемой решается судом в зависимости от продолжительности и интенсивности возмездных действий, объема получаемой прибыли и других факторов. Не является осуществляемой, по мнению А.Э. Жалинского, предпринимательская деятельность, состоящая в случайном, не предусмотренном договором, но возмездном оказании услуг по ремонту автомобиля знакомым людям.

Иная позиция у П.С. Яни, который, изучив правоприменительную практику, обращает внимание на ее неединообразие. По его свидетельству, в одних и тех же регионах в схожих случаях решения принимаются разные. Так, в областном районе осужден за незаконное предпринимательство К., получивший доход в крупном размере от перепродажи одной автомашины. А в другом районе той же области отделом внутренних дел уголовное дело в отношении П. и Л., получивших доход в крупном размере от перепродажи большой партии пиломатериалов, прекращено за отсутствием состава преступления. Причем в последнем случае свое решение следователь мотивировал именно единичностью сделки, что, по его мнению, не дает оснований рассматривать ее как предпринимательскую деятельность.

Вместе с тем позиция А. Горелова, с которой трудно не согласиться, подчеркивает, что длительность совершения преступного деяния еще не дает основания для причисления его к числу длящихся, под которым теория уголовного права понимает действие или бездействие, сопряженное с последующим длительным невыполнением обязанностей, возложенных на виновного законом под угрозой уголовного преследования. Представляется, что незаконное предпринимательство не отвечает понятию длящегося преступления.

Рассматриваемое преступление является, однако, продолжаемым, а такими при-

знаются деяния, складывающиеся из ряда тождественных преступных действий, направленных к общей цели и составляющих в своей совокупности единое преступление. Такое заключение важно, поскольку позволяет, во-первых, определить содеянное лицом как «деятельность» и, во-вторых, «складывать» полученный в результате каждой из преступных операций доход с доходами от иных операций, что во многих случаях дает возможность вменить лицу извлечение крупного (особого крупного) дохода, сумма которого установлена в примечании к ст. 171 УК РФ.

Именно разъяснение, с точки зрения П. Яни, такой очевидной вещи, что под доходом в ст. 171 УК РФ следует понимать выручку от реализации товаров (работ, услуг) за период осуществления незаконной предпринимательской деятельности без вычета произведенных лицом расходов, связанных с осуществлением этой деятельности (п. 12) а в случае исчисления дохода, полученного организованной группой лиц, следует исходить из общей суммы дохода, полученного всеми ее участниками, является главным достижением Постановления. Ранее практика, основанная на решениях высшего судебного органа, создавала такую странную ситуацию, когда с возрастанием затрат на преступную деятельность уменьшалась возможность привлечения к уголовной ответственности.

Это положение тем более важно, поскольку связано с формированием представления о крупном доходе как признаке незаконного предпринимательства. Так, ряд правоведов, в том числе Т.Д. Устинова и Лопашенко Н.А., считают, что содержание понятия «доход» в рамках проблемы незаконного предпринимательства связано с налогами, которых лишено государство в силу незарегистрированности данной деятельности и которые уплачиваются с прибыли. При этом основание идентичности понятий дохода и прибыли видят в

налоговом законодательстве<sup>9</sup>. Более того, квалификация таких действий лица, как занятие незаконным предпринимательством и уклонение от уплаты налогов осуществляется по совокупности преступлений, ответственность за которые предусмотрена ст. 171 и 198 УК РФ.

Иной позиции, нашедшей закрепление в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ, придерживаются Б.В. Волженкин, подчеркивая, что норма об ответственности за незаконное предпринимательство не касается отношений по уплате налога, А.П. Горелов, указывая на то, что приведенные положения налогового законодательства, регулирующие исключительно вопросы исчисления объектов налогообложения, должны учитываться при квалификации налоговых преступлений, но не преступления, предусмотренного ст. 171 УК РФ<sup>10</sup>, а также П.Яни и другие, отмечая неубедительный характер ссылки на Налоговый кодекс РФ, поскольку сам Кодекс понятия дохода и прибыли не признает тождественными, более того, обращение к налоговому и уголовному (ст. 198 и 199 УК РФ) законодательству, законодательству о бухгалтерском учете и др. позволяет констатировать, что законодатель обозначает терминами «доход» и «прибыль» не схожие, а совершенно разные категории. Так, под «доходом» понимается вся выручка от реализации продукции; под «расходом» — затраты на производство и реализацию, включаемые в себестоимость продукции, под «прибылью» — разница между доходами и расходами.

Постановлением также предусмотрено разъяснение роли самостоятельности осу-

ществления предпринимательской деятельности: если лицо (за исключением руководителя организации или лица, на которое постоянно, временно или по специальному полномочию непосредственно возложены обязанности по руководству организацией) находится в трудовых отношениях с организацией или индивидуальным предпринимателем, которые осуществляют свою деятельность без регистрации, с нарушением правил регистрации, без специального разрешения (лицензии) либо с нарушением лицензионных требований и условий или с предоставлением заведомо подложных документов, то выполнение этим лицом обязанностей, вытекающих из трудового договора, не содержит состава преступления, предусмотренного ст. 171 УК РФ.

Данное положение Постановления имеет также большое значение, поскольку отечественными юристами высказывалось, в том числе, мнение об отсутствии признаков незаконного предпринимательства в случае, когда унитарное предприятие было создано по постановлению губернатора (главы администрации города) для осуществления коммерческой деятельности, требующей получения лицензии, и осуществляет такую деятельность без лицензии; приобретенное предприятием имущество, согласно уставу предприятия, принадлежит субъекту Федерации или городу, руководитель, другие работники лишь состоят в трудовых отношениях и выполняют возложенную на них обязанность, а не самостоятельно, на свой страх и риск, ведут деятельность; при этом какой-либо ущерб никому не причинен; и, как следствие, не извлекается и крупный доход, так как, во-первых, кроме зарплаты руководитель ничего не получает и, во-вторых, доход от указанной деятельности частично направлен в местный бюджет.

Однако уголовное законодательство Российской Федерации предусматривает ответственность за сам факт извлечения крупного дохода, сопряженного с осуществлением предпринимательской деятель-

<sup>9</sup> См.: Устинова Т. Ответственность за незаконную предпринимательскую и банковскую деятельность // Законность. 1999. № 7; Лопашенко Н.А. Преступления в сфере экономической деятельности. Комментарий к главе 22 УК. — Ростов н/Д, 1999.

<sup>10</sup> См.: Горелов А.П. Незаконное предпринимательство: судебная практика // Законодательство и экономика. 2004. № 4.

ности без лицензии, когда ее наличие обязательно.

Этой деятельностью занимается субъект предпринимательства — юридическое лицо, которое к уголовной ответственности не привлекается.

Следовательно, такую ответственность будет нести руководитель данной организации, независимо от того, получал ли он в организации заработную плату или ее задерживали.

Так как действиями организации в соответствии со ст. 52 ГК РФ являются действия ее органов, т.е. действия конкретных физических лиц, поэтому... физические лица, входящие в состав юридических лиц, прежде всего руководители организаций, виновные в совершении организациями преступления, предусмотренного ст. 171 УК РФ, подлежат уголовной ответственности.

В Постановлении Пленума Верховного Суда РФ в качестве субъекта преступления признается:

а) лицо, имеющее статус индивидуального предпринимателя;

б) лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность без государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, а также при осуществлении незаконной предпринимательской деятельности организацией;

в) лицо, на которое в силу его служебного положения постоянно, временно или по специальному полномочию были непосредственно возложены обязанности по руководству организацией (например, руководитель исполнительного органа юридического лица либо иное лицо, имеющее право без доверенности действовать от имени этого юридического лица);

г) лицо, фактически выполняющее обязанности или функции руководителя организации.

Содержание понятия субъекта преступления — предмет исследования многих

правоведов. Так, П. Яни говорит о том, что, учитывая раскрытие содержания понятия субъекта преступления, предусмотренного ст. 171 УК РФ, средством указания на характер деятельности, имеющей установленные в законе признаки, т.е. на объективную сторону преступного деяния (что делать, как правило, нельзя, иначе субъект, допустим, убийства станет определяться как лицо, совершившее убийство, т.е. как специальный субъект), субъекта преступления следует, казалось бы, считать во всех случаях специальным.

При этом ученый отмечает, что данное утверждение не абсолютно по отношению к осуществлению незаконной предпринимательской деятельности физическим лицом, а не организацией. Во всяком случае, часто высказываемое соображение о том, что лицо, не достигшее восемнадцатилетнего возраста, не может нести ответственность по ст. 171 в силу ст. 26 ГК РФ (при неприменении положений ст. 27 ГК РФ), не имеет достаточных оснований: то, что несовершеннолетнего не регистрируют в качестве предпринимателя, не может рассматриваться в качестве извинительного обстоятельства в случае занятия им незарегистрированным, т.е. незаконным, предпринимательством. Собственно, такое понимание следует из п. 10 Постановления от 18 ноября 2004 г.

Некоторые ученые, анализируя данный вопрос с позиции привлечения к ответственности за совершение преступления юридическим лицом, указывают на то, что действующее уголовное законодательство не предусматривает ответственности юридических лиц, и, следовательно, в тех случаях, когда незаконным предпринимательством занимаются юридические лица, к уголовной ответственности могут быть привлечены только те физические лица, которые уполномочены контролировать или осуществлять деятельность, связанную с необходимостью государственной регистрации организации или получения

специального разрешения (лицензии). Отдельные авторы полагают, что субъектом незаконного предпринимательства являются лица, «создавшие предприятие, определяющие его производственную программу, осуществляющие административно-распорядительную деятельность по управлению предприятием, а также распоряжающиеся прибылью, получаемой от предпринимательской деятельности».

Иной позиции придерживается Т.Д. Устинова, она говорит о том, что в число лиц, которых возможно привлечь к уголовной ответственности, неизбежно попадут учредители и акционеры, которые могут участвовать в распределении прибыли, однако учредители и акционеры непосредственно не занимаются предпринимательской деятельностью, следовательно, в соответствии с гражданским законодательством они не могут быть субъектом данного преступления.

В юридических кругах наряду с предыдущими позициями существовало и мнение о возможном включении в перечень субъектов преступлений данной категории юридического лица. В качестве аргумента рассматривались вред, причиненный этим юридическим лицом, и проблемы, с которыми сталкивались при установлении лица, виновного в совершении соответствующего противоправного деяния. Однако данная позиция не нашла поддержки, более того, была оспорена. Так, Н.Ф. Кузнецова, Ж.А. Ионова придерживались мнения, что уголовная ответственность юридических лиц не соответствует принципам личной и виновной ответственности, поскольку за коллективной ответственностью юридического лица вполне могут скрыться истинные виновники преступления<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> Кузнецова Н.Ф. Цели и механизмы реформы уголовного кодекса//Государство и право. 1992. №6. С. 82; Ионова Ж.А. Правовые основы легитимации предпринимательства//Государство и право. 1997. №5. С. 46.

Бланкетный характер описания признаков объективной стороны такого преступления, как незаконное предпринимательство, обусловили необходимость разъяснения конкретных ситуаций, с которыми может столкнуться правоприменитель. Вопросы наличия состава незаконного предпринимательства освещены Пленумом следующим образом:

а) в случае, когда юридическое лицо занимается деятельностью, хотя, быть может, и не требующей лицензирования, но которой ему запрещено заниматься ввиду наличия у него специальной правоспособности для осуществления лишь определенных видов деятельности (допустим, аудиторская фирма систематически осуществляет торговые операции, прикрывая их притворными сделками), а также когда федеральным законом разрешено заниматься предпринимательской деятельностью только при наличии лицензии, однако порядок и условия лицензирования установлены не были, а лицо стало осуществлять такую деятельность в отсутствие специального разрешения, Пленум принял положительное решение о наличии состава преступления;

б) в случае, когда лицо, не имея соответствующей лицензии, занималось тем не менее определенным видом предпринимательской деятельности, а затем этот вид деятельности был исключен из перечня видов деятельности, осуществление которых допустимо только на основании специального разрешения, Пленум на поставленный вопрос дал отрицательный ответ.

Согласно мнению П.Яни, особенно важно обратить внимание на позицию по последнему вопросу: здесь Пленум, по сути, потребовал применять положения ст. 10 УК РФ об обратной силе уголовного закона в случае, когда без формального изменения уголовного закона этот закон — в силу бланкетности конкретной

статьи — изменяется содержательно одновременно с соответствующими изменениями законодательства позитивного регулирования.

Вопросу соотношения незаконного предпринимательства со смежными преступлениями посвящена значительная часть Постановления Пленума Верховного Суда РФ. В Постановлении проведено разграничение между:

1) действиями лица, занимающегося частной медицинской практикой или частной фармацевтической деятельностью без соответствующего специального разрешения (лицензии), повлекшими по неосторожности причинение вреда здоровью или смерть человека и действиями лица, связанными с незаконным предпринимательством. Первые надлежит квалифицировать по соответствующей части ст. 235 УК РФ. Критерием такого разграничения, по мнению Пленума, стал характер общественно опасных последствий как элемента деяния;

2) действиями лица, связанными с незаконным предпринимательством и иными видами незаконной деятельности, к которым относятся незаконное изготовление огнестрельного оружия, боеприпасов, сбыт наркотических средств, психотропных веществ и их аналогов. Несмотря на то, что данные виды деятельности содержат признаки предпринимательства, Пленум исключил возможность квалификации по совокупности, имея в виду весьма далеко отстоящие друг от друга объекты этих деяний и, возможно, исходя из того, что «экономический»

объект может быть дополнительным по отношению к основному объекту посягательства, предусмотренных ст. 223, 228 и др.

Долгое время в правоприменительной практике актуальным оставался вопрос о возможном поглощении незаконным предпринимательством преступлений, предусмотренных ст. 171.1, 180 и 238 УК РФ, с разъяснениями Пленума была установлена единая позиция: преступления данной категории квалифицируются по совокупности. Пробелом, содержащимся в Постановлении, юристы считают тот факт, что Пленумом не была разъяснена ситуация о возможности вменения состава незаконного предпринимательства в совокупности с составом мошенничества.

### Литература

1. Горелов А.П. Как квалифицировать незаконное предпринимательство//Российская юстиция. 2003. № 12/
2. Горелов А.П. Незаконное предпринимательство: судебная практика//Законодательство и экономика. 2004. № 4.
3. Дуюнов В.К. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации. — М.: Волтерс Клувер, 2005.
4. Лазарев В.В. и др. Научно-практический комментарий к Конституции Российской Федерации. — М.: ГАРАНТ, 2003.
5. Разумов С.А., Борзенков Г.Н., Верин В.П. и др. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации. — М.: Юрайт-Издат, 2004.
6. Яни П. Незаконное предпринимательство и легализация преступно добытых доходов//Законность. 2005. № 3; и др.

Статья поступила в редакцию 18.08.2007

*V. Shestak, PhD (Law), Assistant Professor, Administrative and Financial Law Chair, MIFP*

### WAYS TO PREVENT THE BUSINESS CRIME

The Russian legal practitioners use different approaches when officially defining the unlawful business practices. There also are discrepancies concerning the definition of what the right punishment for the economic crimes should be. The author of the work offers his own definition of what business activity is. He opts for the using the rule of contraries here as the Russian Criminal Code includes a definition of unlawful business practices.

УДК 339.137.22

*Адашкевич Ю.Н., к. ю. н., ЗАО «Специальная информационная служба»*

## КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА (БИЗНЕС-РАЗВЕДКА)

*Сегодня можно сказать, что конкурентная разведка эволюционировала, как гибридный процесс деятельности по стратегическому планированию и маркетинговым исследованиям. На одном из этапов развития бизнеса компании начали широко применять стратегическое планирование в своей деятельности. Важными составляющими всего этого процесса были анализ конкурента, потребителя и поставщика. Однако большинство компаний не было готово к тому, чтобы собирать и анализировать информацию на систематической, рутинной, повседневной основе. Кроме того, деятельность по исследованиям и деятельность по планированию оставались отдельными процессами, без какого-либо тесного взаимодействия.*

*Сама концепция конкурентной разведки существовала уже давно, но воплотилась в жизнь и оформилась только в середине 90-х годов. Подобно многим инновационным и свежим деловым идеям, общее принятие конкурентной разведки деловым миром было достаточно медленным. И сама конкурентная разведка эволюционировала медленно, но сделала резкий рывок в последние несколько лет.*

**М**ногие иностранные компании организовали и эффективно сконцентрировали свои ресурсы для выполнения работы в сфере конкурентной разведки. Россия, для того, чтобы ее экономика была конкурентоспособной не должна оставаться в стороне от этого процесса.

Рыночная экономика, построенная на конкуренции, чрезвычайно динамична и рискованна. В условиях риска и неопределенности существенно возрастает роль полной, своевременной и достоверной информации как основы для принятия управленческих решений.

Речь, прежде всего, идет о конкурентной среде. Если перед компанией стоит задача занять какую-то рыночную нишу или удержать ее, без информационно-аналитических данных не обойтись. Любой участник рынка должен иметь полное представление о том, с кем ему придется конкурировать, в

чем суть угроз его экономическому благополучию. Достижение превосходства в конкурентной борьбе, да и вообще экономическое выживание невозможно без знания намерений конкурентов, основных тенденций деловой и политической жизни, анализа рисков и других факторов, влияющих на предпринимательскую деятельность.

Конкурентная разведка — важнейший инструмент минимизации рисков и обеспечения прибылей, поскольку в определенном смысле это система «раннего предупреждения» о намерениях конкурентов, возможных поворотах и изменениях на рынке, возможных результатах воздействия политических технологий на предпринимательскую деятельность.

По словам автора «библии конкурентной разведки», американского журналиста Л.Каханера: «Конкурентная разведка, подобно мощному радару, улавливает но-

вые веяния в бизнесе, отслеживает появляющиеся возможности и предупреждают о надвигающихся опасностях».

Конкурентная разведка решает задачу, которую обычно ставят инвесторы перед менеджментом: избегать нерационального использования капитала и других ресурсов, не допускать промахов и ошибок, ведущих к банкротству. Такие ошибки чаще всего случаются тогда, когда топ менеджеры принимают решения, основываясь на неверных представлениях и предположениях, не имея под рукой достоверной информации.

Таким образом, жизнеспособность предприятия во многом обеспечивается хорошо организованной системой сбора деловой информации, ее своевременным анализом и распределением. Такая система и получила название *конкурентной (деловой) разведки*, предназначенной для выявления угроз, уменьшения предпринимательских рисков, выработки оптимальных управленческих решений.

Не удивительно, что конкурентная разведка активно укрепляет свои позиции в структуре современных компаний по всему миру, как больших, так и маленьких. Независимо от спадов на мировом рынке сектор деловой разведки растет. *IBM, Xerox, Motorola, Merck, Intel, Microsoft* — это лишь несколько из немалого числа транснациональных корпораций, сделавших конкурентную разведку одним из видов своей базовой деятельности. Ежегодно компании с мировым именем тратят, под теми или иными предлогами, до \$10 млрд на конкурентную разведку.

Можно встретить словосочетания «деловая разведка», «бизнес-разведка», «экономическая разведка» и некоторые другие, эквивалентные или близкие конкурентной разведке. Термин «конкурентная разведка» (*competitive intelligence*) прочно прижился в Соединенных Штатах. В Западной Европе чаще встречается «деловая разведка» (*business intelligence*). И все же, наиболее полно и емко суть этого процесса

отражает именно термин «конкурентная разведка».

Возрастание роли конкурентной разведки определяют следующие факторы:

- быстрый рост темпов деловой жизни;
- информационная перегрузка;
- возрастающая глобальная конкуренция;
- увеличение агрессивности конкурентов;
- сильное влияние политических изменений и др.

В России конкурентная разведка иногда воспринимают как что-то вроде «промышленного шпионажа». В развитых рыночных экономиках конкурентная разведка еще два десятилетия назад приобрела легальный статус и к настоящему времени превратилась в необходимый компонент рыночной стратегии и тактики. Пониманию необходимости конкурентной разведки способствует созданное более полутора десятка лет назад международное «Общество профессионалов конкурентной разведки» со штаб-квартирой в США (*SCIP www.scip.org*), которое насчитывает сейчас несколько тысяч членов: руководителей и менеджеров компаний, специализирующихся в этой области, независимых экспертов, специалистов информационного менеджмента.

Идентифицировать конкурентную разведку с корпоративным, промышленным шпионажем — большое и распространенное заблуждение. Если «промышленный шпионаж» — близкий родственник военной и политической разведкам, поскольку «отдает предпочтение» противозаконным способам сбора информации, то конкурентная разведка не имеет отношения к рыцарям «плаща и кинжала».

Конкурентная разведка это прежде всего использование современных информационных технологий для легального сбора и анализа данных о конкурентной среде и конкурентах. Она осуществляется исключительно в рамках нормативно-правового поля, и результатов добивается благодаря



аналитической обработке огромного количества самых разнообразных открытых информационных материалов.

В российском бизнесе наступает период перехода именно на этот, цивилизованный способ конкуренции. Реальная конкуренция (цивилизованная) — главное превосходство рыночной экономики перед административной. Это тот рычаг, который делает экономику эффективной.

Вот здесь и выдвигается на первый план информационная составляющая о конкуренте. Что бы превзойти соперника в организации производства, качестве товаров и услуг, производительности, эффективности, прежде всего надо знать, как минимум конкретные показатели этих составляющих, а также формы и методы их воплощения в практику.

Изучая конкурентов, выявляя причины, секреты (да, секреты) их эффективности, сильные и слабые стороны, цивилизованный производитель активно использует полученные знания, внедряет передовые идеи у себя, совершенствует их, идет дальше. Это управленческие знания, технические, технологические, научные, маркетинговые. Догоняя и опережая соперника, предприниматель побуждает его к ответному совершенствованию.

Изолированный от такой информации предприниматель — слепой котенок. Отсутствие информации о деятельности конкурентов, отказ от их изучения или хотя бы недооценка важности этого — прямая дорога к регрессу, отставанию, а, значит, и гибели.

Таким образом, мы не погрешим против истины, если скажем, что конкурентная разведка — двигатель экономического и технологического прогресса.

Иногда можно услышать, что повышенное внимание к организации и проведению конкурентной разведки ложится дополнительным бременем на бюджет, отвлекает ресурсы от главных задач менеджмента. Это заблуждение. Конкурентная раз-

ведка не требует огромных материальных затрат и уж точно не означает потери времени. Ведь, как мы уже определились, по большому счету, это правильная организация и систематизация сбора и анализа информации. Опыт давно убедил в многократной окупаемости затрат на информацию и аналитические исследования. Это не прямая прибыль, а уход от финансовых и моральных потерь.

Многие наши руководители порой даже и не подозревают, что они сами или их сотрудники (служба безопасности, коммерческий отдел, подразделение маркетинга) так или иначе, в той или иной форме ведут конкурентную разведку, даже, если никогда и не слышали об этом термине, ибо такая работа нужна и неизбежна.

*Пройдемся коротко по основным постулатам, характеризующим суть конкурентной разведки.*

Итак, конкурентная разведка — не просто инструмент исследования конкурентной среды. Это *актуальный бизнес-процесс*, возникший на стыке экономики, юриспруденции и специальных разведывательных дисциплин и приемов.

*Объекты исследования конкурентной разведки* — юридическое лицо, например негосударственная организация в виде частной фирмы, коммерческого банка, акционерного общества; физическое лицо, например руководитель фирмы-конкурента; ситуация, тенденция в том или ином сегменте рынка.

*Основная область применения конкурентной разведки* — конкурентная среда.

*Цель конкурентной разведки* — информационно-аналитическая поддержка принятия оптимального управленческого решения, обеспечивающего достижение конкурентного превосходства над другими участниками рынка.

*Главные задачи конкурентной разведки:*

- непрерывный мониторинг и сбор открытой информации о конкурентной среде;

- аналитическая обработка полученных из всех возможных информационных источников данных;
- представление результатов руководству для принятия управленческих решений;
- хранение и распространение результатов.

В современной «концепции конкурентной разведки» как инструмента достижения конкурентных преимуществ используется модель «пяти сил» М.Портера, которые управляют конкуренцией в отрасли и характеризуют состояние конкурентной среды. Эта модель также используется для выявления потенциальных угроз в отношении фирмы и планирования собственных действий с их учетом.

*Вот эти «пять сил»:*

- угроза со стороны существующих конкурентов;
- угроза появления товаров-заменителей или услуг-заменителей, конкурентно-способных с точки зрения цены;
- угроза появления новых или потенциальных конкурентов;
- угроза со стороны поставщиков сырья и комплектующих;
- угроза со стороны потребителей товаров и услуг.

Выводы конкурентной разведки используются как для принятия тактических решений, так и для выработки стратегических направлений развития предприятия. В своей работе конкурентная разведка широко использует приемы и методы стратегического планирования, что позволяет получать комплексное представление о ситуации на рынке и уточнять позиции, на которые компания может претендовать. Немало конкурентная разведка черпает и из арсенала средств маркетологов, чьи усилия направлены главным образом на выявление и анализ потребительского спроса в том или ином сегменте рынка.

## Основные информационные потребности конкурентной разведки

Анализ практики свидетельствует о том, что предприятия, осознающие ценность и необходимость конкурентной разведки, проявляют наибольший интерес к следующим сведениям о своих конкурентах:

- компрометирующей информации;
- информации о заключении контрактов;
- перепродаже коммерческих секретов;
- информации, способствующей захвату рынков сбыта и сырья.

Их интересуют также финансовое положение конкурентов и партнеров, финансовые отчеты и прогнозы, возможности доступа к информационным сетям, маркетинг и стратегия цен, условия продажи фирм и возможность их слияния, техническая спецификация продукции, перспективы развития фирмы, система безопасности фирмы, организационная структура фирмы, ведущие специалисты, финансовые операции конкурентов и партнеров, заказчики и поставщики, отчеты о реализации продукции и их цены, ввод в действие новых производственных мощностей, модернизация и расширение действующих, объединение с другими фирмами, стратегия и тактика ведения бизнеса конкурентами.

Сюда входят юридический и финансово-экономический анализ планируемой коммерческой операции, анализ объективных возможностей партнеров и участников сделки (платежеспособность, правоспособность и т.п.), субъективные характеристики партнеров и участников (вероятность обмана, профессиональная грамотность и т.п.), выявление связей с криминальными структурами, степень контролируемости ими партнеров и участников сделки, определение форм и способов защиты используемых средств и имущества (технология перемещения средств и товаров, возможность и оформление залога и т.п.), а также

методов контроля за отдельными сторонами сделки на всех ее этапах, противодействие попыткам нанесения ущерба от сторонних юридических и физических лиц.

## Основные информационные потоки и источники сведений

Как правило, информационные потоки о внешней среде структурированы следующим образом:

1. Законодательство и его планируемые изменения в сферах, регионах, странах деятельности компании.

2. Теория и практика работы госадминистративных органов, включая правоприменительных и контролирующих структур.

3. Текущее состояние секторов рынка предпринимательской активности компании, прогноз их развития.

4. Конкуренты и партнеры: состояние и прогноз.

5. Состояние и прогноз криминогенной обстановки.

6. Инвестиционный климат в регионах и секторах рынка предполагаемых капиталовложений.

Среднестатистический набор источников выглядит так:

1. Материалы СМИ, в том числе базы данных архивов прессы.

2. Интернет (при условии применения профессиональных методов поиска, селекции и обработки).

3. Базы данных по субъектам экономической деятельности разных стран с характеристиками их экономического положения (СИНС имеет возможность работать в режиме *on-line* приблизительно с 10 тыс. таких баз данных, дислоцированных в разных странах);

4. Базы данных аналитических отчетов по политическому и экономическому положению различных регионов и секторов рынка; в том числе профессиональные издания, включая специализированную пе-

риодику (книги, журналы, газеты, монографии, обзоры, доклады, тезисы выступлений).

5. Адресно-справочные базы данных.

6. Детективы и их объединения.

7. Эксперты, практики, консультанты в различных отраслях, направлениях, сегментах (в том числе в правоохранительной среде); активные игроки тех или иных секторов рынка (одним словом — эксперты).

8. Аналитические подразделения, специализированные, отраслевые ВНИИ и т.п. генерирующие выводную информацию и другие.

9. Маркетинговые агентства, маркетологи.

Рассматривая проблему источников информации через призму технологии ее добычи, мы получим следующий перечень: люди; документация; открытые публикации; технические и электронные носители; технические средства управления; продукция; производственные отходы.

На первый взгляд, схема выглядит просто. Сложность — в создании и настройке комплекса надежных и достоверных источников-каналов, а также в их профессиональной обработке (анализе исходного сырья). Изолированный канал или даже их совокупность серьезной ценности не представляет.

Качественный продукт создается на базе системной работы специализированной инфраструктуры. Именно тогда возможен качественный переход от предварительных, сырых сведений (*information*) к выводной действенной аналитике (*intelligence*).

Не всегда экономически оправданно содержать полный комплекс конкурентной разведки, опираться только на собственные силы и средства (особенно субъектам малого и среднего бизнеса). В первую очередь это касается системы информационных потоков. Нередко «аваральный» характер работы требует высококвалифицированных и в известной ме-

ре универсальных (а значит, высокооплачиваемых) специалистов. Нужна современная аппаратура. Непросто обеспечить поддержание действительно актуальных баз данных (а это нечто совсем иное, чем примитивные диски, приобретенные на серых рынках). И даже при наличии всего этого вероятность качественного и своевременного выполнения работы собственными силами все равно в значительной мере — элемент удачи. Чтобы правильно ориентироваться в сфере угроз бизнесу, необходимо заниматься этими проблемами постоянно.

Распространение получает аутсорсинг: для построения системы безопасности или отдельных ее блоков (особенно информационных, КР) часто выгодней обратиться к специализированным компаниям, производящим продукт в совершенно ином режиме. Назовем этот режим «производственным». Для него характерен большой регулярный поток входной и выходной информации.

В таком ритме работают крупные информационные и консалтинговые агентства, в том числе и СИНС (обрабатывается от 800 до 1500 информационных поводов ежемесячно). Это позволяет обеспечить специализацию исполнителей (прежде всего аналитиков) и подразделений, сформировать единую мощную информационную базу, систему учета и контроля производственного процесса, максимально автоматизировать процессы обработки и хранения

информации на основе современных технологий, обеспечить телекоммуникационные возможности доступа в крупнейшие информационные центры, партнерские организации. От такой компании требуется вхождение в развитую информационную инфраструктуру, эффективный алгоритм привлечения профильных внешних экспертов.

Мы пошли по пути организации информационного конвейера, когда все этапы выполняются различными службами. Численность и специализация каждой определяется задачами обработки соответствующих информационных потоков.

### Литература:

1. *Адашкевич Ю.* Бизнес в России: риски//Бизнес Матч. Август 2000.
2. *Адашкевич Ю.* Отдайте риск на аутсорсинг//Q-МИР». № 1 (9). Март 2005.
3. *Джон Прескотт, Стивен Миллер.* Конкурентная разведка: Уроки из окопов. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
3. *Ромачев Н.Р., Нежданов И.Ю.* Конкурентная разведка. — М.: Издательство Ось-89, 2007.
4. *Ярочкин В.И., Бузанова Я.В.* Корпоративная разведка. — М.: Издательство Ось-89.
5. *Доронин А.И.* Бизнес-разведка. — М.: Издательство Ось-89, 2003.
6. *Ющук Е.Л.* Конкурентная разведка: маркетинг рисков и возможностей. — М.: Вершина, 2006.
7. *Херринг Я.* Сколько стоит ваша конкурентная разведка?//CI magazine. №2. Март-апрель, 2007.

Статья поступила в редакцию 22.08.2007

---

*Yu. Adashkevich, PhD (Law),  
ZAO Spetsialnaya Informatsionnaya Sluzhba*

### SURVEILLANCE IN BUSINESS COMPETITION

The concept of business surveillance was invented long ago but the practical implementation process began in the mid-90-s only. Like many other innovations and fresh business ideas, the concept was treated with skepticism and much time passed before the idea was widely accepted by the business community. The very surveillance system developed slowly. It has made a breakthrough only recently. In order to become competitive, the Russian economy should become part of the above processes.

## ОТ РЕДАКЦИИ

Рынок *M&A* бьет все рекорды. По итогам 2006 года российский рынок слияний и поглощений можно сравнить со всем рынком Восточной Европы. По прогнозам экспертов объем сделок *M&A* в России в ближайшее время приблизится к таким странам, как Франция и Германия.

Сегодня для российских компаний и банков развитие бизнеса за счет слияний и поглощений процесс такой же естественный, что и для аналогичных зарубежных институтов. Этот процесс изобилует как позитивными, так и негативными тенденциями.

Заметим, что слияния и поглощения не являются неизбежным этапом развития каждой крупной компании. Возможны и другие источники формирования капитальной базы. Однако концентрация и централизация капитала в российской экономике протекает в основном за счет слияний и поглощений. Эти процессы проходят в разных формах. Расширяется практика заключения внутренних и международных сделок *M&A* в России, растет активность игроков среднего эшелона, консолидирующих небольшие активы в определенных отраслях, налицо серьезный интерес к российскому рынку со стороны западных (преимущественно европейских) компаний.

Рост количества *M&A*-сделок позволяет экспертам говорить о том, что российский рынок слияний и поглощений становится все более цивилизованным. Причем во многом благодаря корпоративному рейду, который на поверку оказался пусть и болезненным, но наиболее эффективным регулятором рынка. Случаи, когда грамотный поглотитель формирует из двух неэффективных предприятий одно, но эффективное или же интегрирует «умирающие» производства в успешно работающие холдинги и корпорации, отнюдь не редки.

Наряду с неснижающейся активностью постоянно обновляемых вариаций на тему перехвата управления, в России приобрели популярность и так называемые мошеннические схемы захвата бизнеса. Все это делает рынок *M&A* чрезвычайно интересным объектом исследования. Тем более что ответы на вопросы, превратятся ли слияния и поглощения в эффективный инструмент развития бизнеса в России, кто и как будет контролировать различные сегменты национального рынка — не однозначны.

В сегодняшнем номере журнала рассмотрению данных вопросов посвящены статьи **Чумаченко Андрея Александровича**, к. э. н., главного консультанта Консалтинговой группы «Банки. Финансы. Инвестиции»; **Дуна Игоря Валерьевича**, начальника управления структурирования ООО «*RDI Group*» и **Кобызева Дмитрия Игоревича**, аналитика компании *PricewaterhouseCoopers*.

Главный редактор журнала,  
**Новашина Т.С.**

УДК 339.137.2

**Чумаченко А.А.**, к. э. н., главный консультант  
Консалтинговой группы «Банки. Финансы. Инвестиции»

## СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНЦИИ В РОССИЙСКОМ БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

*На протяжении последних нескольких лет процессы внутренней консолидации в российском банковском секторе характеризуются высокой интенсивностью. К настоящему моменту можно уже говорить о том, что фактическое число игроков рынка банковских услуг заметно меньше общего количества действующих кредитных организаций. На фоне других национальных банковских рынков Россию в настоящее время отличает низкая степень проникновения иностранных игроков.*

**З**а последние несколько лет Россия смогла стать одним из значимых рынков в мировом масштабе слияний и поглощений (M&A). За 2006 год суммарный объем совершенных сделок с участием российских компаний составил по разным оценкам более 40 млрд долл. В отраслевой структуре совершаемых сделок доля сектора финансового посредничества (включая кредитные организации) составляет сейчас около 6%, при этом существует тенденция в пользу ее дальнейшего увеличения.

Перспектива развития консолидационных процессов в банковском секторе России и, ключевая роль в них операций на рынке M&A, связана сразу с несколькими факторами. Во-первых, речь идет о высоком потенциале роста российского рынка банковских услуг, стимулирующем приток иностранных инвестиций в капиталы кредитных организаций. Во-вторых, важной предпосылкой процессов консолидации является слабость капитальной базы российских банков. В-третьих, в бан-

ковской сфере в России остается нереализованным потенциал повышения эффективности, связанный с реализацией эффекта масштаба и диверсификации операций.

В числе прочего, фактор консолидации можно считать значимым с точки зрения расширения предложения инвестиционных ресурсов со стороны банковского сектора. Во-первых, крупные банковские институты обладают более широкими возможностями привлечения средств на долгосрочной основе (в том числе на международных рынках капитала). Во-вторых, увеличение масштабов бизнеса позволяет банку снизить риски посредством диверсификации (как в географическом, так и отраслевом разрезе) своих операций и перейти к финансированию крупных инвестиционных проектов. В-третьих, большие объемы операций делают оправданными вложения в новые технологические решения, что, в конечном счете, повышает эффективность и качество обслуживания.

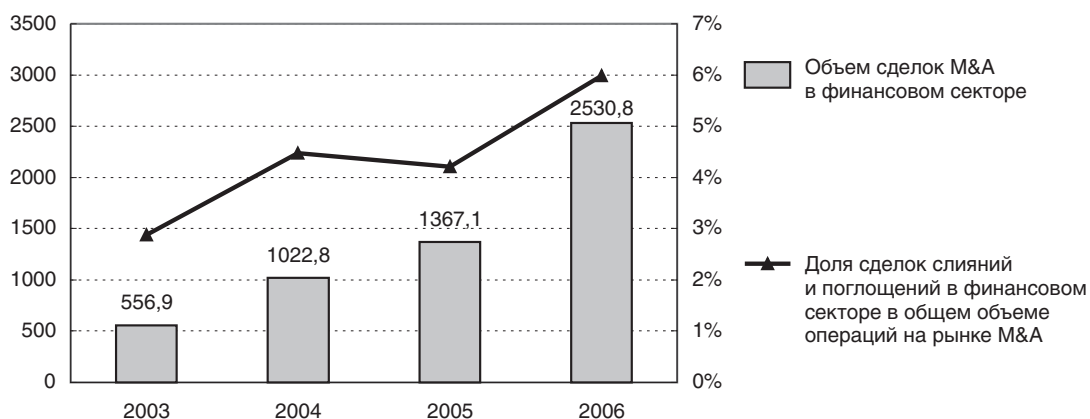


Рис. 1. Динамика объемов операций на рынке M&A в российском финансовом секторе (млн долл.)

## 1. Иностраннные банки на российском рынке слияний и поглощений

В настоящее время российский банковский сектор рассматривается иностранными финансовыми институтами в качестве привлекательного объекта для инвестиций. В условиях все еще низкой насыщенности рынка финансовых услуг, уровень

рентабельности банковского капитала в России заметно превышает показатели стран Восточной Европы.

На фоне других национальных банковских рынков Россию в настоящее время отличает низкая степень проникновения иностранных игроков. Так, совокупный вклад нерезидентов в капиталы кредитных организаций (без учета нерезидентов, находящихся под существенным влия-

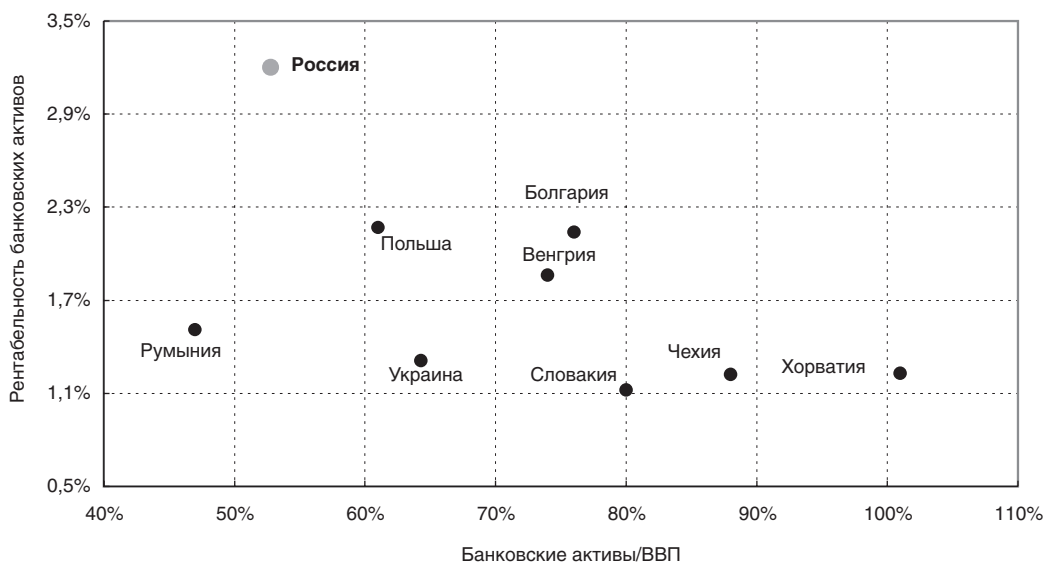


Рис. 2. Рентабельность банковских активов и насыщенность рынков финансовых услуг России и стран Восточной Европы

янием резидентов РФ) не превышает 18%. Для сравнения, доля иностранного капитала в банковской системе Польши составляет около 70%, Литвы — 77%, Чехии — 97%, Эстонии — 99%. Около 4,1% (\$32 млрд) всего объема сделок M&A в Европе в период 1990-2005 годов приходилось на страны Центральной и Восточной Европы.

Опыт стран Центральной и Восточной Европы в привлечении иностранного капитала в банковский сектор во многом специфичен, поскольку здесь нерезиденты, как правило, сразу получали существенную долю рынка в результате покупки приватизируемых государственных банков. В этом отношении Россия скорее ближе к Китаю и Вьетнаму, где государство изначально следовало стратегии удержания контроля над банковским сектором. Иностранные финансовые институты здесь рассматриваются в первую очередь в качестве миноритарных акционеров и поставщиков опыта и новых технологий.

В этой связи вопрос о приватизации государственных банков в России если и поднимался на уровне регулирующих органов, то только в качестве задачи на отдаленную перспективу. Сформировавшаяся к настоящему времени концентрированная структура российского рынка банковских услуг остается одним из основных факторов, снижающим его привлекательность для иностранных инвесторов. В России на 3 крупнейших банка, контролируемых государством (Сбербанк РФ, Внешторгбанк и Газпромбанк), без дочерних организаций приходится более 30% активов банковского сектора. В то же время среди частных кредитных организаций нет ни одной, которой бы принадлежало более 5% банковского рынка. Для сравнения в Украине структура банковского рынка более «ровная»: 60% банковского рынка контролируется 16 банками. Доли банков из первой тройки сопоставимы друг с другом и различаются не более чем на 2-3 процентных пункта. Приобретение любого из них оз-

начает не только получение контроля над значительной долей национального рынка, но также возможность в случае успешного развития занять в будущем лидирующие позиции. Во многом это объясняет достаточно высокий уровень цен по проведенным сделкам покупки украинских банков. Так, мультипликатор капитала по сделкам M&A, проведенным в украинском банковском секторе за последние 2 года, не опускался ниже 4 (в России в среднем за тот же период он составил 3,5).

Протекционистская направленность политики государства в банковском секторе находит отражение не только в жесткой позиции относительно передачи контроля над крупнейшими российскими банками в частные руки, но и в ряде ограничений, усугубившихся для деятельности иностранных финансовых институтов.

Во-первых, речь идет о квоте (в размере 12%) участия нерезидентов в суммарном капитале российских кредитных организаций, действовавшей вплоть до 2002 года. Во-вторых, в России в настоящее время остается в силе фактический запрет на открытие филиалов иностранных банков. Данное ограничение, не формализованное ни в одном из законодательных и нормативных актов, вместе с тем определено в Стратегии развития банковского сектора РФ в качестве важной меры «поддержания равных конкурентных условий для всех кредитных организаций, оказывающих банковские услуги».

В ходе переговоров о вступлении в ВТО Россия отстаивает позицию, предполагающую сохранение основных принципов регулирования иностранных инвестиций в банковский сектор, а именно: поддержание условий, не позволяющих иностранным игрокам претендовать на монопольные позиции на национальном рынке банковских услуг. На данный момент уже достигнута договоренность, согласно которой запрет на открытие филиалов для иностранных банков останется в силе и, кроме того, бу-



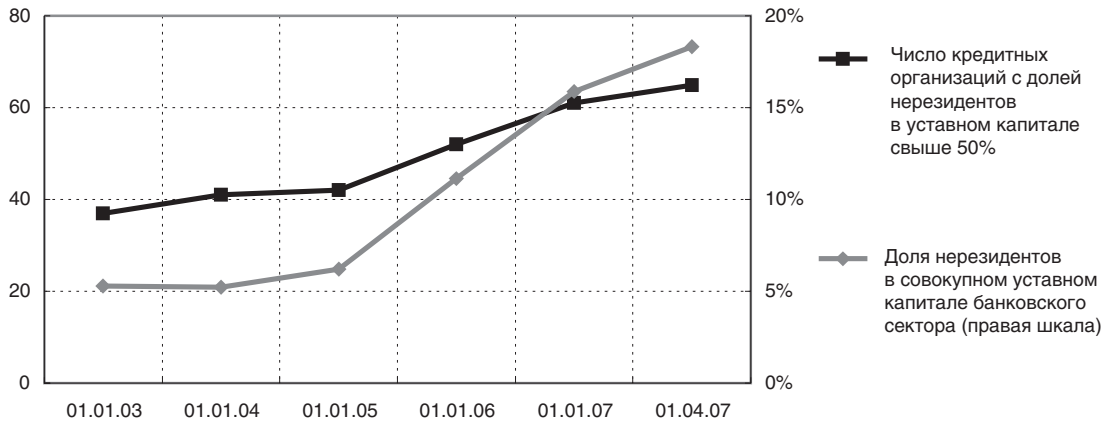


Рис. 3. Иностраный капитал в российском банковском секторе

дет восстановлена квота на участие нерезидентов в капитале кредитных организаций (теперь, правда, на уровне 50%).

Справедливости ради необходимо отметить, что в расчет квоты не будут включаться доли в капиталах российских банков, приобретенные нерезидентами до момента вступления России в ВТО. Иначе говоря, данное ограничение, если и окажет какое-либо влияние на инвестиционную активность нерезидентов в российском банковском секторе, то оно скорее будет носить стимулирующий характер. Те иностранные игроки, которые рассматривают российский рынок банковских услуг в качестве целевого, получают дополнительный мотив для капитализации своих дочерних банков и новых приобретений: получение большей, чем у конкурентов доли в рамках квоты.

В качестве фактора, способствующего дальнейшему проникновению иностранного капитала в российский банковский сектор, можно рассматривать также внесенные в конце 2006 года изменения в законодательство, устанавливающие унифицированный характер осуществления инвестиций в капиталы кредитных организаций для резидентов и нерезидентов. Начиная с января 2007 года, предварительное согласие Банка России на прода-

жу нерезидентами небольших пакетов акций (долей) в уставных капиталах банков больше не требуется. Так же, как и в случае инвестиций, осуществляемых нерезидентами, разрешительный порядок распространяется только на сделки по приобретению более 20% участия.

На протяжении последних лет активность нерезидентов на российском рынке банковских M&A носит выраженный повышательный характер. Если в 2005 году было проведено 5 сделок *out-in* (приобретения российского банка нерезидентом) на сумму \$236 млн, то в 2006 году — уже 9 общей стоимостью \$1442,4 млн. В 2007 году, судя по объявленным и уже прошедшим в первом полугодии сделкам, их объем должен превысить \$5 млрд.

Число банков, контролируемых нерезидентами, за последние 2,5 года возросло с 42 до 77. Ряд из них уже смогли добиться существенных успехов: так, по объему активов Райффайзенбанк в сумме с Импэксбанком занимает на данный момент 7-е место среди российских банков, Международный московский банк — 9-е, а Ситибанку принадлежит 16-я позиция в списке.

В 90-х годах иностранные банки в принципе не рассматривали покупку участия в капитале российской кредитной организации в качестве способа вхождения на

Таблица 1

**Крупнейшие сделки M&A в российском банковском секторе  
с участием нерезидентов**

Покупатель	Объект сделки	Год	Сумма сделки, \$ млн	Мультипликатор капитала (P/BV)
KBC Bank	92,5 % акций ЗАО АКБ «Абсолют Банк»	2007	1030	3,7
Raiffeisen	100 % акций ОАО «Импэксбанк»	2006	550	2,9
OTP Bank	96,4 % акций ОАО «Инвестсбербанк»	2006	477	3,8
Nordea	85,7 % акций ОАО АБ «Оргрэсбанк»	2007	313,7	3,8
Morgan Stanley	100 % долей ООО «Городской ипотечный банк»	2006	175	4,9
Societe Generale	100 % акций ЗАО КБ «Дельтакредит»	2005	105	2,2
GE Consumer Finance	100 % акций АКБ «Дельтабанк» (АОЗТ)	2004	100	4,2
Banca Intesa	75 % минус 1 акция ЗАО «КМБ-банк»	2005	90	3,7

российский рынок. Бизнес всех иностранных банков, присутствующих в России более 10 лет, начинался с учреждения собственной дочерней структуры и получения банковской лицензии. Операции данных банков замыкались, как правило, на обслуживании иностранных компаний, работающих в России, а также вложениях на фондовом рынке.

Только в начале 2000-х годов, когда российский банковский сектор вышел на траекторию устойчивого роста, иностранные банки стали ориентировать свои стратегии в России на быстрое увеличение объемов операций и освоение новых рыночных сегментов. В этих условиях вопрос о приобретении готового бизнеса как альтернативы органическому росту приобрел уже практическую значимость.

Как можно судить по структуре операций на рынке M&A, приобретение российской кредитной организации не рассматривается иностранными банками как способ получения дополнительных преимуществ в области обслуживания корпоративной клиентуры. Напротив, корпоративный бизнес иностранных игроков в России развивается на основе имеющихся в их распоряжении внутрифирменных ресурсов, что связано, в числе прочего, с возможностями предоставления услуг на трансграничной основе, т.е. через материнские банки.

На данный момент практически все крупные российские компании имеют выход на внешние рынки заимствований. В структуре их финансирования доля трансграничного кредитования уже превышает 50%. Так, например, в 2006 году

нефинансовый сектор привлек \$28 млрд в виде синдицированных кредитов и \$8,8 млрд в виде еврооблигаций. Фактически конкуренция за корпоративных клиентов ведется уже не на национальном, а на глобальном уровне. Очевидно, что российские банки в силу своего пока ограниченного конкурентного потенциала, здесь вряд ли могут представлять существенный интерес для потенциальных покупателей.

Тенденция увеличения объемов трансграничных сделок на российском рынке банковских M&A в первую очередь стала отражением корректировки розничных стратегий иностранных игроков. На начальном этапе их целевую клиентуру формировали в основном лица с высоким уровнем достатка. Соответствующей стратегии до определенного момента, в частности, придерживались Райффазенбанк, Ситибанк и Международный московский банк. Учитывая локализацию их клиентской базы в столичном регионе, а также относительно низкую для указанного направления розничного бизнеса потребность в дополнительных точках продаж и операционных сотрудниках, вариант развития на базе уже действовавшей дочерней организации выглядел более предпочтительным.

В дальнейшем, однако, с ростом привлекательности сегмента массовой розницы вопросы развития филиальной сети, расширения каналов привлечения клиентов, оптимизации издержек обслуживания, разработки стандартизированных продуктов и процедур стали выходить на первый план. Появление перечисленных приоритетов в организации и ведении бизнеса необходимо также связывать с выделением нового для иностранных банков направления деятельности в России — оказание услуг малым и средним предприятиям.

Для тех иностранных игроков, которые ориентируются на быстрое расширение своих операций на российском рынке банковских услуг, приобретение банка в лю-

бом случае становится одной из важных стратегических альтернатив. При всей индивидуальности факторов, определяющих выбор каждого из банков, в конечном плане решающую роль здесь играет оценка выигрыша во времени, который в результате сделки получает покупатель на быстрорастущем рынке.

Так, в одном случае объектом покупки становятся банки, имеющие строгую специализацию на определенном рыночном сегменте, т.е. по сути — обособленное бизнес-направление. В данном качестве можно рассматривать следующие проведенные на российском рынке сделки с участием нерезидентов: приобретение *GE Consumer Finance* ДельтаБанка, работающего на рынке потребительского кредитования, покупку французской банковской группой *Societe Generale* — оператора ипотечного рынка ДельтаКредит и Промэк-банка, специализирующегося в области автокредитования, приобретение *Morgan Stanley* Городского ипотечного банка, а также итальянским *Banca Intesa* — КМБ-Банка.

Основными критериями, определявшими выбор покупателей данных банков, являлись высокий уровень корпоративного управления, наличие налаженной бизнес-модели, высокое качество активов, развитая клиентская база, квалифицированный менеджмент и персонал. Отдельного внимания заслуживает тот факт, что в ряде перечисленных сделок покупатель фактически приобретал бизнес-структуру, подготовленную к работе и привлечению инвестиций иностранными донорскими организациями (в частности, это относится к ДельтаБанку и банку ДельтаКредит, ранее принадлежавшим *The U.S. A. Russia Investment Fund* и КМБ-Банку, созданному при непосредственном участии ЕБРР).

Другим вариантом освоения российского рынка для иностранных финансовых институтов является покупка крупного универсального банка. В данном случае

иностранный игрок, как правило, претендует на клиентскую базу приобретаемой организации и развитую филиальную сеть. Получая сразу заметную долю рынка, покупатель, однако, должен исходить из того, что отдача от вложенных средств будет невысокой.

Крупнейшей сделкой такого рода для рынка банковских *M&A* должно стать приобретение *Societe Generale* Росбанка, принадлежащего к числу лидеров российского банковского сектора. В настоящее время иностранному инвестору уже принадлежит 20% минус 1 акция участия в капитале банка, а также заключен опционный контракт на покупку акции, в результате реализации которого его доля может быть увеличена до 50% плюс 1 акция.

Среди российских универсальных банков, приобретенных нерезидентами за последние 2 года, необходимо отметить Импэксбанк (покупатель — *Raiffeisen*), располагавший на момент совершения сделки сеть из 190 точек продаж, банк Абсолют (покупатель — бельгийская банковская группа *KBC*), а также Инвестсбербанк (ставший объектом поглощения со стороны венгерской *OTP Group*).

Мотивом для приобретения российской кредитной организации нерезидентом может выступить желание сэкономить время на процедуре получения лицензии, а также обойти запрет на привлечение в течение 2-х лет вкладов физических лиц вновь создаваемыми банками. С этой точки зрения, приобретения *Home Credit Finance Group* и *ICICI Bank* в России необходимо рассматривать в первую очередь как организацию бизнеса с нуля.

На данный момент на рассмотрении в Госдуме находится законопроект, который предусматривает возможность получения лицензии на работу с физическими лицами для банка, с момента регистрации которого прошло не более 2 лет. Для этого его капитал должен составлять не менее 100 млн евро, а финансовое положение

его учредителей соответствовать установленным требованиям Банка России. Принятие данного законопроекта, как ожидается, должно снизить спрос на банковские лицензии со стороны иностранных инвесторов.

## 2. Процессы внутренней консолидации в российском банковском секторе

На протяжении последних нескольких лет процессы внутренней консолидации в российском банковском секторе характеризуются высокой интенсивностью. К настоящему моменту можно уже говорить о том, что фактическое число игроков рынка банковских услуг заметно меньше общего количества действующих кредитных организаций.

Как уже отмечалось выше, по данным Банка России, на 1 апреля 2006 г. российские кредитные организации входят в состав 30 банковских групп, 37 банковских холдингов, а также 191 консолидированной группы, в которой преобладающей является финансовая деятельность. Очевидно, представленная статистика не принимает в расчет холдинговые структуры, объединяющие банки на основе непрозрачных отношений собственности и контроля.

В настоящее время на рассмотрении Правительства РФ находится законопроект, в рамках которого предлагается пересмотреть критерии выявления банковских групп и холдингов, на основе которых устанавливается обязанность по составлению консолидированной отчетности. В частности, под понятие банковской группы будут попадать банки, контролируемые одним лицом, а также компании, находящиеся под контролем банка. Если соответствующие поправки в закон «О банках и банковской деятельности» будут приняты, наверняка, оценка масшта-



**Рис. 4.** Реорганизация кредитных организаций в форме присоединения в России

бов консолидации в российском банковском секторе будет пересмотрена в сторону повышения.

Развитие российского рынка банковских *M&A* диктуется во многом специфическим набором факторов. С одной стороны, в условиях быстрого расширения спроса на банковские услуги российские кредитные организации получают хорошие возможности для органического роста. Фактически, даже небольшие банки обладают определенным запасом прочности для конкурентной борьбы на своих рыночных нишах.

В этой связи продажа банковского бизнеса является скорее выбором, который делается исходя из тенденций среднесрочного характера. Принимая во внимание перспективу усиления конкурентного давления, связанную с расширением присутствия иностранных банков, собственники кредитных организаций рассматривают реализацию своей доли в капитале в качестве важной стратегической альтернативы. Это, однако, не мешает им ставить перед банком такие задачи экстенсивного развития, как, например, освоение новых рынков, расширение филиальной сети, существенный рост клиентской базы. Решение части из них вполне может быть

связано с приобретением меньшей по размеру кредитной организации.

В целом в российском банковском секторе к настоящему времени сложилось несколько моделей консолидации. В качестве ключевых мотивов сделок банковских *M&A*, как правило, выступают: получение контроля над сетью точек продаж (в рамках региональной экспансии), привлечение новых клиентов, а также приобретение готового бизнеса.

Проникновение крупных московских банков на региональные рынки оставалось на протяжении последних лет основным фактором, стоявшим за покупками банков в России. В 2006 году примерно каждая третья сделка представляла собой приобретение столичными кредитными учреждениями региональных банков. Как правило, в качестве объекта поглощения выбирался крупный региональный игрок, располагающий емкой клиентской базой и пользующийся поддержкой со стороны местных властей.

Расширение географии бизнеса также определяло инвестиционную активность ряда сильных региональных банков, предполагавших войти в число кредитных организаций федерального уровня. В качестве примера успешной стратегии построения крупного объединения на основе приоб-

ретений региональных банков может рассматриваться создание УРСА банка.

Для ряда крупных банков, обладающих достаточной капитальной базой, решение проблем экстенсивного роста было связано с покупкой целых бизнес-направлений, в первую очередь, банковской розницы. В данном контексте могут рассматриваться сделки по приобретению инвестиционным банком НИКойл Автобанка и банка Уралсиб, имевших выраженную розничную ориентацию, и формирование на их основе универсального банка Уралсиб. Ближайший его конкурент — Росбанк, в свою очередь, приобрел группу ОВК, располагавшей на тот момент сетью из 360 точек продаж и более 100 банкоматов.

Операции на российском рынке банковских M&A также обслуживает процессы интеграции инвестиционного и корпоративного бизнеса. Получение синергетического эффекта, связанного с объединением указанных направлений, в частности, можно рассматривать в качестве определяющего мотива, стоявшего за приобретением АКБ «Мой банк» 53% инвестиционной группы «Центринвест». Данный расчет, по всей видимости, лежит в основе покупки инвестиционной компанией «Финам» Мегаваттбанка, а также Финансовой группой «Открытие» Щит-Банка.

Реализация потенциала консолидации в российском банковском секторе затруднена в значительной степени в си-

лу проблем правового характера. Так, в отношении кредитных организаций действует общий для всех акционерных обществ порядок проведения процедур слияния и присоединения. В соответствии с ним, в случае реорганизации банк обязан письменно уведомить об этом каждого из своих кредиторов (ст. 15 ФЗ «Об акционерных обществах», ст. 60 ГК РФ), число которых для розничных банков может достигать сотен тысяч. Как следствие, во многих случаях присоединение приобретаемого банка происходит посредством переуступки его активов в пользу покупателя. В значительной степени это объясняет небольшое число реорганизаций в форме присоединения, совершаемых с участием кредитных организаций. Например, в 2006 году было осуществлено только 9 такого рода реорганизаций, что, очевидно, не соответствует фактическим масштабам консолидации в банковском секторе.

В настоящее время на рассмотрении в Госдуме находится законопроект, который должен урегулировать данный аспект процессов консолидации. Для кредитных организаций предлагается ввести упрощенный порядок уведомления кредиторов: посредством электронных каналов распространения информации и печатных изданий.

Статья поступила в редакцию 20.08.2007

---

*A. Chumachenko, PhD (Economics),  
Senior Consultant, Banks, Finance, Investment Consulting Group*

## **M&A AS A FACTOR IN THE RUSSIAN BANKING SECTOR COMPETITIVE PROCESSES**

Internal consolidation processes in the Russian banking sector have become increasingly active in the last few years. It is possible to say now that in fact the number of players on the banking services market is much less than the total number of currently operating credit institutions. Unlike the other banking services markets, the Russian market is characterized by the low number of foreign market players.

УДК 336.714

*Дун И.В., начальник управления структурирования ООО «RDI Group»*

## ИНВЕСТИЦИОННЫЕ БАНКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ M&A

*В развитой рыночной экономике у хозяйствующих субъектов время от времени возникают кризисные ситуации, связанные с несоответствием размера и структуры компании требованиям рынка. В этом случае владельцы могут принять решение либо об уходе с определенного рынка, либо об усилении своего присутствия за счет соединения своего капитала с другим капиталом, либо за счет приобретения компании, которая или является их конкурентом, или производит необходимую им продукцию. В статье проводится анализ рынка слияний и поглощений Центральной, Восточной Европы и России: выявляются тенденции их развития, основные отрасли, вовлеченные в процесс слияний и поглощений, анализируются трансграничные сделки. Исследуются инвестиционные услуги банков по организации слияний и поглощений, а также причины возникновения спроса на эти услуги, развитие рынка M&A в России в последние годы и роль банков в этом процессе.*

### Введение

В настоящее время в России наблюдается рост активности на рынке слияний и поглощений в классическом его понимании. Отличительным признаком рынка слияний и поглощений является направленная деятельность по реструктуризации бизнеса, с целью приведения его в оптимальное соответствие постоянно меняющимся рыночным условиям. Немалую роль в этом процессе играют инвестиционные банки, обеспечивающие необходимую корпорациям поддержку принятия решений о необходимости сделок по слиянию или поглощению (M&A). Необходимо подчеркнуть повышение роли российских инвестиционных банков в этом процессе, в соответствии с необходимостью удовлетворения растущих объемов и потребностей бурно развивающегося российского рынка M&A.

Кроме того, следует отметить увеличивающийся объем слияний и поглоще-

ний в самой финансовой сфере. Бурный рост российской экономики в последние годы, сопровождающийся повышением благосостояния населения и увеличением кредитоспособности как частных, так и корпоративных заемщиков вызвал значительное увеличение притока в страну иностранного банковского капитала. Это нашло свое отражение в росте количества сделок по покупке иностранными банками крупных пакетов акций российских финансовых институтов. С другой стороны, существенное влияние на ускорение процессов слияний и поглощений оказывает продолжающееся снижение маржи в банковском секторе, особенно усилившееся в 2005-2006 годы, что связано в первую очередь с усилением конкуренции в банковском секторе и активизацией деятельности банков-нерезидентов на российском рынке. Процесс консолидации банковских бизнесов дает возможность оптимизации получаемых от них прибыли и снижения издержек.

При этом следует отметить положительное отношение регулирующих органов к этому процессу — Банк России принял ряд положений, существенно упрощающих порядок слияний и поглощений в банковском секторе и уменьшающих временные затраты на этот процесс. В Стратегии развития банковского сектора Банк России выделил значимость процесса укрупнения банков в целях повышения их финансовой устойчивости, в реальности же этот процесс идет недостаточно быстрыми темпами: M&A сделки затронули лишь небольшое количество средних по размеру банков, работающих преимущественно в секторе розничных финансовых услуг. Как среди крупнейших банков, так и среди небольших региональных кредитных организаций слияния/поглощения происходят относительно редко.

Также следует выделить наметившуюся в 2005-2006 годах тенденцию по поглощению/покупке существенных пакетов акций иностранных компаний крупнейшими российскими корпорациями — лидерами в своих секторах. Это обуславливается как появившимися в распоряжении таких компаний значительными объемами свободных финансовых ресурсов, так и стремлением к страновой диверсификации бизне-

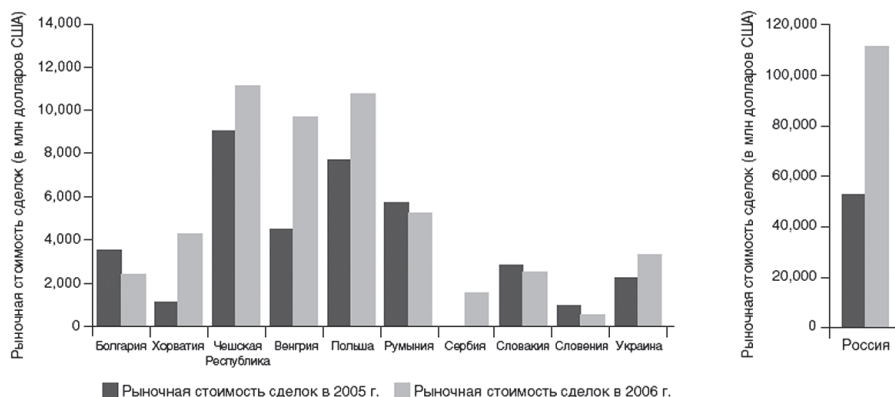
са и хеджированию рисков, связанных с сосредоточением бизнеса исключительно в России.

## Анализ развития рынка M&A в Центральной, Восточной Европе и России

### Общее состояние и динамика рынка M&A в CEE в 2005-2006 гг.

С 2004 года рынок слияний и поглощений в Центральной и Восточной Европе (CEE) вырос в три раза. На нем прослеживается та же тенденция, что и на рынке Великобритании и континентальной Европы, где в 2006 году было зарегистрировано максимальное количество слияний и поглощений. Рынок слияний и поглощений в странах CEE составляет примерно 12% от общеевропейского рынка (включая Россию), в 2005 году этот показатель составлял 9%. В 2006 году доля региона на общеевропейском рынке существенно увеличилась, что в значительной степени было обусловлено тенденцией роста рыночной стоимости сделок (диаграмма 1). Общая стоимость десяти крупнейших сделок в регионе увеличилась с 26 801 млн. долл. в 2005 году до 29 931 млн долл. в 2006 году.

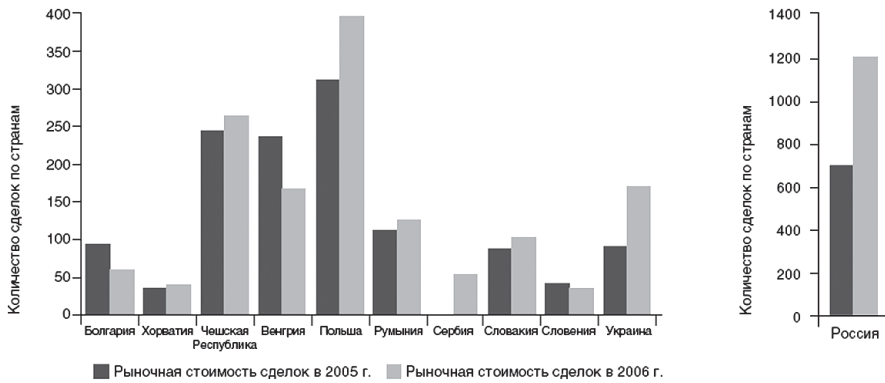
Диаграмма 1. Рыночная стоимость сделок M&A в CEE в 2005-2006 гг.



Источник: данные PricewaterhouseCoopers



**Диаграмма 2.** Количество сделок M&A в CEE в 2005-2006 гг.



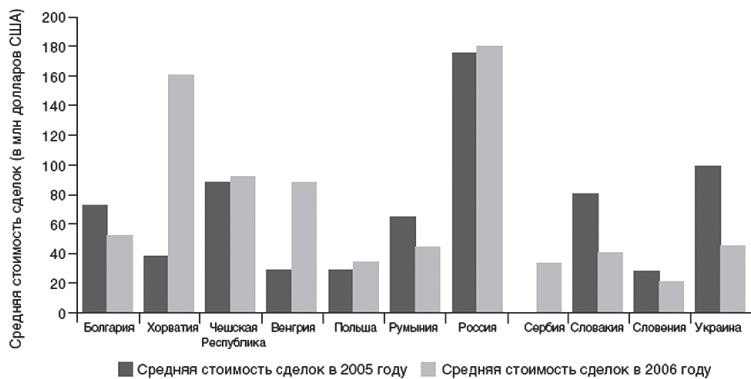
Источник: данные PricewaterhouseCoopers

В 2006 году в 11 странах CEE было совершено 2527 частных сделок с капиталом, информация о которых была представлена в открытых источниках (диаграмма 2). В целом количество сделок увеличилось на 37% по сравнению с 2005 годом, а их общая стоимость выросла на 79% и достигла рекордного уровня — 163 млрд долл. (в 2005 году этот показатель составил 91 млрд долларов). Устойчивый рост на рынке CEE привел к тому, что совокупная стоимость сделок, совершенных на

этом рынке, удвоилась по сравнению с 2005 годом и утроилась по сравнению с 2004 годом. Этот рост был достигнут в значительной степени благодаря показателям российского рынка, где в 2006 году было зарегистрировано 1210 сделок общей стоимостью 111 млрд долл.

Останавливаясь более подробно на российском рынке необходимо отметить, что в 2006 году рост российского рынка слияний и поглощений составил 111% — с 53 млрд долл. в 2005 году

**Диаграмма 3.** Средняя стоимость сделок по слияниям и поглощениям в 2005-2006 гг.



Источник: данные PricewaterhouseCoopers

Диаграмма 4. Крупнейшие сделки M&A в CEE в 2006 году

Место в рейтинге	Инвестор	Объект сделки	Страна инвестора	Страна объекта сделки	Примерная стоимость (в млн долларов США)
1	ОАО «Роснефтегаз»	ОАО «Юганскнефтегаз» (23,21%)	Российская Федерация	Российская Федерация	6 597
2	China Petroleum & Chemical Corp – SINOPEC	ОАО «Удмуртнефть» (99,49%)	Китай	Российская Федерация	3 500
3	ОАО «Лукойл»	ООО «Лукойл-Пермь» (100%)	Российская Федерация	Российская Федерация	3 347
4	Millhouse Capital UK Ltd	Группа «Евраз» (Lanebrook Ltd) (50%)	Российская Федерация	Российская Федерация	3 117
5	ОАО «Газпром» («Зарубежгаз»)	ОАО «Новатек» (19,4%)	Российская Федерация	Российская Федерация	2 567
6	ОАО «Газпром»	ОАО «Роснефть» (3,13%)	Российская Федерация	Российская Федерация	2 500
7	Barr Pharmaceuticals	Pliva dd (91,74%)	США	Хорватия	2 449
8	PKN Orlen	Mazeikiu Nafta (84,36%)	Польша	Литва	2 344
9	Росбанк	ОАО «Полюс Голд» (24,05%)	Российская Федерация	Российская Федерация	1 974
10	Lehman Brothers, Mid Europa Partners AI / Bateen Investmant	Radiokomunikace a.s. (100%)	США	Чешская Республика	1 536

Источник: данные PricewaterhouseCoopers

до 111 млрд долл. в 2006 году, таким образом, российский рынок составляет почти 70% рынка слияний и поглощений в Центральной и Восточной Европе. При этом количество сделок увеличилось с 706 в 2005 году до 1210 в 2006, причем 922 из этих сделок были совершены российскими компаниями. Рост количества сделок составил 71%, что ставит Россию на второе место в этой категории. В прошлом году в России было совершено 142 сделки, стоимость которых составила более 100 млн долл. Совокупная средняя стоимость сделки составила 181 млн долл.

(диаграмма 3), что позволило России сохранить 1 место по среднему объему сделок среди стран CEE.

Количество сделок, осуществляемых на внутренних рынках, увеличилось в 2006 году на 5% — с 56 до 61% от общего количества слияний и поглощений. Наибольшая доля сделок с капиталом, осуществляемых на внутренних рынках, зарегистрирована в России и Польше, где в среднем этот показатель составил 70%. При этом 6 из 10 крупнейших сделок по M&A в CEE были совершены на российском внутреннем рынке (диаграмма 4).

Диаграмма 5. Направления трансграничных инвестиций в СЕЕ



Источник: данные PricewaterhouseCoopers

### Трансграничные сделки М&А в СЕЕ в 2005-2006 гг.

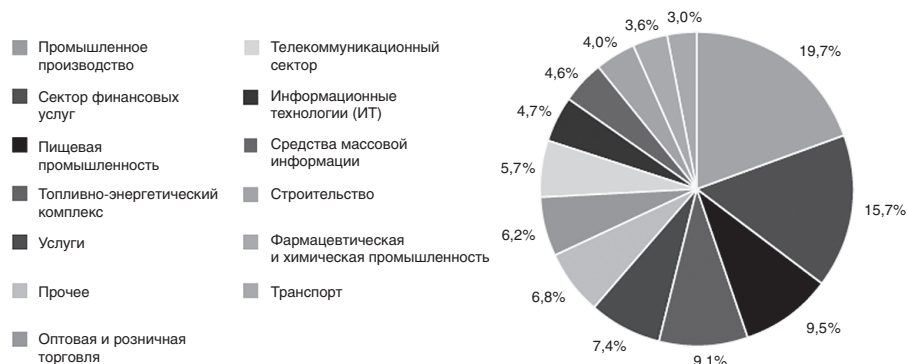
Общий объем иностранных инвестиций в страны Центральной и Восточной Европы составил в истекшем году около 46 млрд долл., что на 20% ниже уровня 2005 года. При этом количество сделок с привлечением иностранных инвестиций снизилось на 6% — с 40 до 34% от общего объема сделок (до 866 сделок). Это отражает тот факт, что отечественные компании заняли место иностранных инвесторов и благодаря этому уменьшили свою зависимость от иностранного капитала. В настоящее время отечественные компании демонстрируют значительные возможности и высокую конкурентоспособность в сфере осуществления слияний и поглощений на внутренних рынках.

Список наиболее привлекательных стран для осуществления иностранных инвестиций не изменился по сравнению с прошлым годом. Лидером являлась Россия, где было осуществлено 186 сделок, за ко-

торой следовали Чешская Республика (127 сделок) и Польша (121 сделка). В прошлом году наиболее активными иностранными инвесторами в Центральной и Восточной Европе оставались инвесторы из Великобритании (13%), Германии (11%), США (11%) и Австрии (8%).

С другой стороны, в 2006 году компании СЕЕ совершили 248 сделок на зарубежных рынках. Этот показатель увеличился почти на 33% по сравнению с 2005 годом, когда было зафиксировано 187 международных сделок. Как и в 2005 году, наиболее активно международные инвестиции осуществляли Россия (102 сделки), Чешская Республика (44 сделки), Польша (29 сделок) и Венгрия (28 сделок). На Россию, Чешскую Республику, Польшу и Венгрию приходится 82% общего числа всех сделок, связанных с зарубежными инвестициями (в 2005 году этот показатель составил 74%).

Рост числа сделок и их концентрации показывает, где расположены основные центры влияния на рынок слияний и по-

**Диаграмма 6.** Доля отраслей в общем объеме сделок M&A в СЕЕ в 2006 году.

Источник: данные PricewaterhouseCoopers

глощений в Центральной и Восточной Европе. По-прежнему сильные позиции занимает Россия, которая приобрела объекты в таких прилежащих государствах, как Армения, Беларусь, Прибалтийские государства, Казахстан и Узбекистан. Россия расширила географические масштабы деятельности, осуществив приобретения в таких странах дальнего зарубежья, как Великобритания, США, ЮАР, Канада и др.

В целом, успешное осуществление M&A сделок с активами, расположенными на более удаленных рынках, может рассматриваться как явный признак повышения уровня развития и конкурентоспособности стран Центральной и Восточной Европы. Основные направления трансграничных инвестиций приведены на диаграмме 5.

### Отраслевой анализ сделок M&A в СЕЕ в 2005-2006 гг.

Лидером по уровню активности в сфере слияний и поглощений по-прежнему является производственный сектор, где количество сделок достигло 499 (384 в 2005 году), что составляет 20 и 21% соответственно от общего количества сделок. На втором месте — сектор финансовых услуг (16% от общего числа сделок по сравнению с 13% в 2005 году), за ним следует пищевая промышленность — 10% (9% в 2005 году) и предприятия нефтегазового и энергетического сектора — 9% (10% в 2005 году) (диаграмма 6). В прошлом году на эти четыре сектора экономики приходилось 54% всех сделок (в объемном выражении), что соответствует уровню 2005 года. Однако, если говорить о ежегодном приросте объема сделок, здесь наивысшие результаты в истекшем году продемонстрировали предприятия строительного, транспортного и финансового секторов.

Крупные сделки — сделки стоимостью 100 млн долл. и более — являются еще одним показателем повышения внимания к отдельным секторам экономики, причем лидерами по этому показателю являются электроэнергетика, промышленное производство и сектор финансовых услуг. В электроэнергетическом секторе средняя стоимость сделок составила в 2006 году примерно 76 млн долл. по сравнению с 29 млн долл. в 2005 году. В связи с осуществлением относительно большого числа крупных сделок в сфере промышленного производства, средняя стоимость таких сделок в странах Центральной и Восточной Европы в прошлом году практически утроилась и достигла 41 млн долл. Аналогичный рост наблюдался в секторе финансовых услуг, где средняя стоимость сделки достигла 106 млн долл.

Почти три четверти всех сделок, совершенных в секторе финансовых услуг (397

сделок) в странах Центральной и Восточной Европы в 2006 году, приходится на четыре страны: Россию (225 сделок), Украину (42 сделки), Сербию (16 сделок) и Болгарию (11 сделок). Такое значительное количество сделок в финансовом секторе обусловлено следующими факторами:

- иностранные банки демонстрировали значительный интерес к рынку розничного банковского обслуживания. Этот интерес привел к ряду значительных поглощений, осуществленных крупными европейскими банками;

- фрагментированный характер рынка с низким охватом клиентской базы банковскими услугами и относительно большой численностью населения, а также растущие доходы населения стали дополнительными мотивами для осуществления инвестиций в этом регионе;

- остальные сегменты рынка финансовых услуг остаются практически нетронутыми или значительно менее привлекательными для иностранных компаний, которые ограничили свою деятельность поглощениями средних по размеру финансовых организаций, которые будут использоваться в качестве платформы для дальнейшего расширения бизнеса.

Можно ожидать, что рост количества сделок в секторе финансовых услуг сохранится и в 2007 году. Дальнейшая консолидация активов на внутренних рынках может стать основным двигателем слияний и поглощений, поскольку мелким банкам с более высокими капитальными затратами становится труднее конкурировать с международными гигантами.

В качестве примеров крупных *M&A* сделок в российском секторе финансовых услуг можно отметить следующие операции:

- поглощение Объединенной финансовой группы банком *Deutsche Bank* (Германия);

- поглощение Импэксбанка банком *Raiffeisen Zentralbank Oesterreich* (Австрия);

- поглощение Инвестсбербанка банком *OTP Bank* (Венгрия);

- поглощение Московского международного банка банком *Unicredito Italiano* (Италия).

В 2006 году в топливно-энергетическом комплексе всех стран Центральной и Восточной Европы наблюдался рост и увеличение активности по сравнению с 2005 годом. Наибольшая активность наблюдалась в России, Чешской Республике, Венгрии и Польше. В России продолжилась консолидация основных нефтегазовых активов крупными компаниями, значительные доли в капитале которых принадлежат государству. Это происходило на фоне ограничений со стороны государства доступа иностранных компаний к стратегическим ресурсам. В то же время за счет высоких цен на нефть российские компании топливно-энергетического сектора стремятся развивать свои производственные мощности и приобретают зарубежные активы. Такое расширение масштабов деятельности, вероятно, сохранится и в будущем.

На сделки, осуществленные в секторе промышленного производства, пришлось в 2006 году более 70% слияний и поглощений. В российской металлургической отрасли наблюдался значительный рост слияний и поглощений, приблизивший эту отрасль к топливно-энергетическому сектору. Этот рост был обусловлен, главным образом, увеличением количества сделок. Волна консолидации охватила активы по производству недргоценных цветных металлов, а также активы черной металлургии, причем российские металлургические компании стремились приобретать высокотехнологичные зарубежные производственные мощности.

Быстрый рост строительной индустрии наблюдался во всех странах Центральной и Восточной Европы. За прошедший год количество сделок практически удвоилось — с 52 сделок в 2005 году до 102 сделок в 2006 году. Наиболее замет-

ный рост наблюдался в России, Польше, Чешской Республике и Венгрии. Средняя стоимость сделок, совершаемых в этом секторе в Центральной и Восточной Европе, увеличилась за последний год в десять раз — с 3 млн долл. в 2005 году до 31 млн долл. в 2006 году. По истечении ставшего рекордным года инвесторы с оптимизмом относятся к инвестициям в сектор недвижимости в странах Центральной и Восточной Европы. Снижение доходности заставляет инвесторов изменять направления капиталовложений и ориентироваться на инвестиционные возможности с более высоким уровнем прибыльности, обеспечиваемым участием в девелоперской деятельности: в целях повышения прибыльности инвесторы стремятся войти в инвестиционные проекты на раннем этапе и принимают на себя риск застройщика.

Представляется, что из всех стран Центральной и Восточной Европы в будущем наиболее значительные возможности на рынке слияний и поглощений возникнут в России. Однако абсолютно очевидно, что произойдет усиление конкуренции за выгодные сделки, причем ошибки в определении основных условий сделок станут практически недопустимыми.

### **Анализ деятельности инвестиционных банков на российском рынке слияний и поглощений**

Следует отметить, что масштаб сделок по слиянию и поглощению в России значительно превышает масштаб аналогичных сделок в Центральной и Восточной Европе в целом. Россия постепенно преодолевает «дефицит доверия», который ранее отмечался со стороны инвесторов. Также можно наблюдать практическое исчезновение «скидки (дисконта) на Россию» в ценообразовании в сделках по слиянию и поглощению, более того, в 2006 году мож-

но было даже говорить о появлении понятия «премия на Россию».

В этих условиях, которые можно охарактеризовать как переходный период для российского рынка *M&A*, возрастает роль компаний-посредников, обеспечивающих подготовку российских компаний к выходу на рынок слияний и поглощений. С одной стороны, эти компании сопровождают сделку на уровне международных стандартов: в это понятие входит подготовка и правильная презентация необходимой финансовой отчетности компании по *IAS/GAAP*, *Due Diligence*, оценка стоимости компании по международным стандартам, четкое юридическое оформление сделки. С другой стороны, инвестиционный консультант дает возможность как одной, так и другой стороне в сделке слияния/поглощения, найти подходящего партнера для сделки:

- для компании, желающей привлечь инвестиции, посредник, задействуя широкий круг своих связей среди потенциальных инвесторов для нахождения партнера по сделке, находит возможность получить справедливую цену при продаже пакета акций компании;

- для компании, ищущей привлекательный объект для вложения собственных ресурсов, посредник, используя хорошее знание местного рынка и владение технологиями оценки стоимости компании по международным стандартам, находит объект для вложений, максимально отвечающий целям компании-инвестора и обеспечивающий требуемую отдачу на вложенные ресурсы.

На международном рынке роль посредников в большинстве случаев выполняют специализированные инвестиционные банки. Они обладают как большим опытом в проведении сделок такого рода (что дает возможность обеспечить сопровождение сделки на уровне международных стандартов), так и высоким уровнем доверия к ним со стороны участников рынка; кроме того, они обладают обширными контактами в

**Диаграмма 7. Рейтинг финансовых консультантов по стоимости и количеству сделок M&A за 2006 год**

№ п/п	2006 год		2006 год	
	Компания	Сумма сделок \$ млрд.	Компания	Сумма сделок \$ млрд.
1	Duetsche UFG	16,77	Duetsche UFG	11
2	JP Morgan	14,00	Aquila Capital Group	9
3	Morgan Stanley	12,65	Morgan Stanley	7
4	UBS	7,35	Ренессанс Капитал	7
5	Dresdner Kleinwort	5,50	UBS	6
6	Credit Suisse First Boston	3,79	«Тройка-Диалог»	6
7	HSBC	1,67	JP Morgan	4
8	Ренессанс Капитал	1,08	Dresdner Kleinwort	3
9	«Тройка-Диалог»	0,90	Credit Suisse First Boston	3
10	Aquila Capital Group	0,54	HSBC	2

Источник: данные группы M&A Intelligence, журнал «Слияния и поглощения»

их среде. Эти факторы дают возможность посреднику быстро и качественно выполнить задачу нахождения подходящего партнера для сделки слияния/поглощения.

К сожалению, присутствующие в настоящее время на российском рынке инвестиционные банки зачастую не обладают вышеприведенными качествами. В первую очередь, им, безусловно, не хватает доверия со стороны потенциальных участников сделок (в особенности зарубежных). Однако, кроме этого, российские инвестиционные банки испытывают недостаток технологий, необходимых для проведения M&A сделок. И если первый недостаток обусловлен, по большей части, молодостью российских банков и отсутствием у них брэнда, признанного на международном уровне, то во втором случае сказывается высокая степень универсализации большинства российских инвестиционных банков, снижающая возможности для качественной проработки технологий по основному направлению их деятельности.

Следует, однако, отметить положительные сдвиги, наблюдающиеся в последние годы на российском рынке инвестицион-

но-банковских услуг. Они в первую очередь были связаны с постепенным накоплением российскими инвестиционными банками опыта и технологий, необходимых для проведения M&A сделок. И хотя международно-признанный бренд и репутацию эти факторы вряд ли могут заменить, они, помноженные на лучшие знания российскими игроками специфики местного рынка, дают им возможность составить конкуренцию ведущим глобальным инвестиционным банкам.

Вышеназванные обстоятельства находят свое подтверждение при анализе рейтинга финансовых консультантов M&A сделок (диаграмма 7). С одной стороны, первые 7 строчек рейтинга по объему сделок прочно удерживают зарубежные инвестиционные банки. Однако, с другой стороны, в рейтинге по количеству организованных сделок российские инвестиционные банки присутствуют в верхней половине рейтинга (*Aquila Capital Group* и Ренессанс Капитал). Такая ситуация отражает увеличение активности и опыта реализации сделок российскими инвестиционными банками, но при этом показывает, что крупные сделки по-прежнему доверяются ведущим

международным инвестиционно-банковским домам, имеющим многолетнюю репутацию и признанный брэнд.

## Заключение

Проведенный нами анализ свидетельствует об общем росте возможностей для осуществления инвестиционной деятельности банков на российском рынке (а также в регионах Центральной и Восточной Европы) и об увеличении реальной активности на рынке услуг по слиянию и поглощению. При этом российский сегмент рынка слияний и поглощений развивается опережающими темпами, становясь фактором ускорения для рынков остальных стран региона.

С другой стороны, необходимо отметить недостаточно высокий уровень участия российских инвестиционных банков в процессах слияний/поглощений, происходящих на российских рынках. Это обуславливается в первую очередь отсутствием у них серьезных контактов в международном инвестиционном бизнесе и короткой историей работы на рынке, что приводит к недостатку доверия со стороны инвесторов. Однако следует признать, что качество технологических наработок по реализации M&A сделок и соответствующий опыт постепенно нарабатывается россий-

скими инвестиционными банками, что приводит к соответствующему увеличению количества реализуемых ими сделок.

Важно подчеркнуть существенно увеличившийся уровень активности по слияниям/поглощениям в российском финансовом секторе, что во многом было обусловлено интересом международных финансовых институтов к российскому банковскому сектору. Однако уровень консолидации в банковском секторе по-прежнему остается недостаточным, несмотря на предпринимаемые регулятором (Банком России) усилия для ускорения этого процесса.

В завершении следует отметить тенденцию, появившуюся на российском рынке в 2006 году, и состоящую в значительном увеличении количества и объема сделок по поглощению крупнейшими российскими корпорациями зарубежных активов, что проявилось в росте трансграничных сделок типа *in-out*. Эта тенденция обуславливается как стремлением российских компаний к расширению бизнеса за счет освоения новых рынков и соответствующему повышению капитализации, так и наличием свободных денежных ресурсов, помноженным на желание диверсифицировать страновые риски ведения бизнеса

Статья поступила в редакцию 20.08.2007

---

*I. Dun, Structuring Department Head, OOO RDI Group*

## INVESTMENT BANKING ON THE RUSSIAN M&A MARKET

The businesses operating in the developed market economies sometimes find themselves in a critical situation. The crisis could be the consequence of the fact that the company does not meet the market demand in terms of its size or management type choice. The business owners in this case could either refuse to keep operating in a certain market sector or reinforce their positions by purchasing other company's capital or by purchasing the competitor's company or by purchasing a company that produces the "lacking" product. The author of the article analyzes the M&A market in the Central and Eastern European countries and Russia. He shows the market development trends and identifies the main sectors where the M&A processes are most active. He also shows the trans-border transactions case studies. The author identifies the M&A-promoting investment-related bank services, analyzes the reasons why the services are in such a demand, shows the recent development trends in the M&A Russian market and the role the banks play in the development.



УДК 339.13.017

*Кобызев Д.И., аналитик компании PricewaterhouseCoopers*

## РЫНОК СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В ИЗРАИЛЕ И В РОССИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

*Уже несколько лет Россия является одним из мировых лидеров по динамике развития рынка слияний и поглощений. Расширяется практика заключения внутренних и международных сделок слияния и поглощения в России, растет активность игроков среднего эшелона, консолидирующих небольшие активы в определенных отраслях, налицо серьезный интерес к российскому рынку со стороны западных (преимущественно европейских) компаний. В этой связи исследование российского рынка M&A и наиболее успешных практик слияний и поглощений за рубежом представляется весьма актуальным.*

*Сопоставление российского рынка с зарубежными рынками если и происходило, то в основном с рынками Центральной и Восточной Европы, реже с рынками Западной Европы. Сравнительный анализ рынков M&A в Израиле и в России, имевших схожие по некоторым параметрам предпосылки развития, производится впервые. В последние два года оба рынка продемонстрировали феноменальные результаты, однако пути достижения этих результатов были несколько отличными. И это является серьезным поводом для осмысления перспектив развития российского рынка M&A.*

### Введение

**А**нализ рынка слияний и поглощений крайне важен как для нынешних, так и для будущих участков рынка M&A. Последний, как лакмусовая бумажка отражает важнейшие тенденции в развитии экономики страны: общее состояние экономики, инвестиционную привлекательность, основные направления потоков иностранного и отечественного капитала, наиболее активно развивающиеся отрасли, развитие фондового рынка, государственную экономическую политику и многое другое.

В данной статье автор поставил своей целью сравнить рынки слияний и поглощений в России и в Израиле и проанализировать тенденции их развития. Оба рынка

представляют собой неклассические варианты рынка M&A и являются интересными объектами для исследования. Выбор объектов для сравнения обусловлен следующими факторами:

- рынки M&A в России и Израиле достаточно новые: начало развития рынка пришлось на конец 80-х начало 90-х в Израиле и начало 90-х годов прошлого века в России, т.е. на начало процессов либерализации экономик двух стран. Израиль и Россия — в прошлом страны с этатизированной экономикой с решающей ролью государства в экономике. Они до сих пор находятся в процессе построения свободного рынка, поэтому рынки M&A в России и в Израиле представляют собой примеры неклассического развития и они довольно

сильно отличаются от западно-европейской и северо-американской модели;

- оба рынка относятся к группе развивающихся, причем развивающихся очень быстро. На 2005-2006 годы пришелся бум сделок слияния и поглощения в обеих странах. Стоимостной объем израильского рынка *M&A* после резкого падения в период второй интифады превысил в 2006 году рекорд, установленный в 2000 году Российский рынок также достиг в 2006 году рекордной величины после четырех лет динамичного роста.

Процессы либерализации и приватизации протекали в России и в Израиле по-разному, и это сильно отразилось на моделях развития двух рынков. Израильский рынок больше схож с моделью новых индустриальных стран с преобладанием внешнего капитала, российский рынок — представитель развивающихся постсоциалистических рынков слияний и поглощений.

В сегодняшних условиях, когда рынок *M&A* в России достиг беспрецедентного темпа роста (111% в 2006 году), и его окончательная модель пока еще не сформирована, важно проанализировать возможные сценарии развития с учетом опыта других стран. Израильский же рынок, наоборот, достаточно сформирован, и в будущем его отраслевая структура так же, как и наработанные схемы сделок, вряд ли будут меняться.

Сегодня приоритетным сценарием развития российской экономики до 2020 года является сценарий инновационного роста<sup>1</sup>, т.е. модернизация хозяйственного механизма за счет как реализации преимуществ экономики в традиционных (энергетика, транспорт, аграрный сектор) так и новых наукоемких секторах и экономике знаний. Израиль уже прошел этот этап в

своем развитии и уверенно встал на путь инновационного роста, что, очевидно, отразилось на рынке *M&A*. Насколько быстро удастся российскому рынку *M&A* приблизиться по своей структуре к израильскому? Какие тенденции продолжатся, какие появятся впервые? Многие, безусловно, будут зависеть от государственной экономической политики и от инвестиционного климата в России, однако некоторые особенности будущего развития рынка видны уже сегодня.

## Мировой рынок слияний и поглощений

На мировом рынке слияний и поглощений ежегодно происходит свыше 15 тысяч сделок. Процессы в этой сфере непосредственно зависят от состояния и перспектив развития экономики — по мере роста инвестиционной привлекательности в экономику «притекают» деньги, вследствие чего интенсифицируются процессы слияний и поглощений. Что представляет собой сегодняшний мировой рынок слияний и поглощений и как выглядят на его фоне российский и израильский рынки?

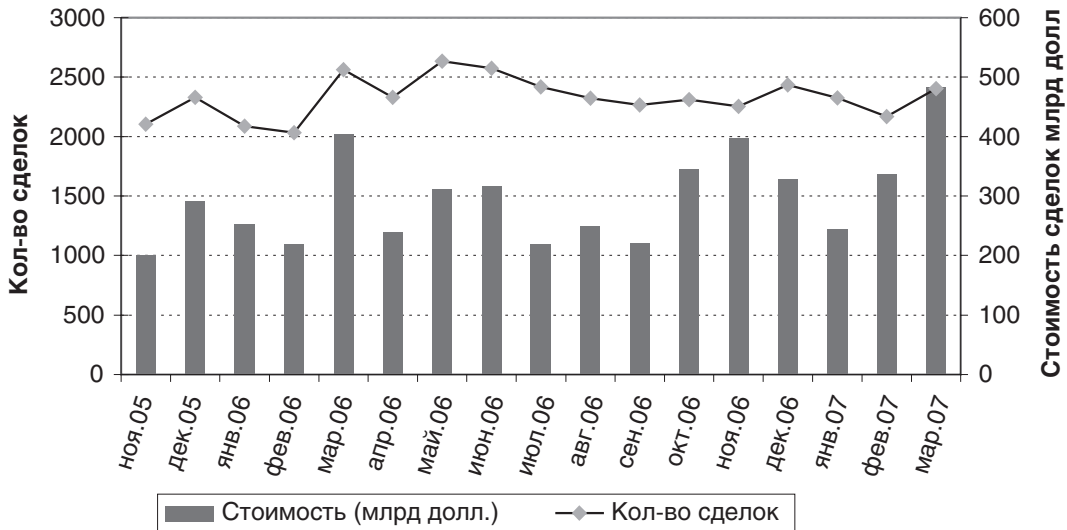
Мировой рынок *M&A* демонстрировал на протяжении последних двух лет положительную динамику, и по совокупному объему вырос в 2006 году более, чем на треть. Помесячную динамику мирового рынка можно проследить по диаграмме 1. Согласно подготовленному *Thomson Financial* обзору, объем сделок *M&A* в мире в 2006 году составил 3,8 трлн долларов<sup>2</sup>, увеличившись на 37,9% по сравнению с 2005 годом<sup>3</sup>. В Европе по объему сделок *M&A* тоже достигнут рекордный показатель: 1,7 трлн долларов, что на 38,3% больше показателя 2005 года. При этом крупнейшей из завершенных сделок стало слияние *Mittal* и *Arcelor* сто-

<sup>1</sup> Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации. МЭРТ. 2007, июль.

<sup>2</sup> Пресс-релиз Thomson Financial, 26 марта 2007 г.

<sup>3</sup> «Бизнес», 4 апреля 2007 г.

Диаграмма 1. Мировой рынок слияний и поглощений (2005-2007).



Источник: Bloomberg<sup>5</sup>

имостью 39,4 млрд долларов. По данным компании *Dealogic*, Европа также является регионом с самым большим количеством покупаемых компаний. Европа обогнала Соединенные Штаты Америки, заключив в 2006 году сделок на сумму 1,34 трлн долл., или на 40% больше от общей стоимости сделок, тогда как доля США составила всего 36%, или 1,22 трлн долл.<sup>4</sup>

По стоимостному выражению доля российского и израильского рынков M&A в мировом масштабе ничтожно мала, однако темпы роста выглядят достаточно впечатляющими — рынок в Израиле увеличился почти, а в России — более чем в два раза.

## Особенности рынка M&A в России

В 2006 году для экономики России наступил переломный момент: впервые пре-

кратился отток капитала, что крайне важно для российского рынка слияний и поглощений, так как решающую роль для него играет все-таки отечественный капитал (в отличие, например, от израильского рынка).

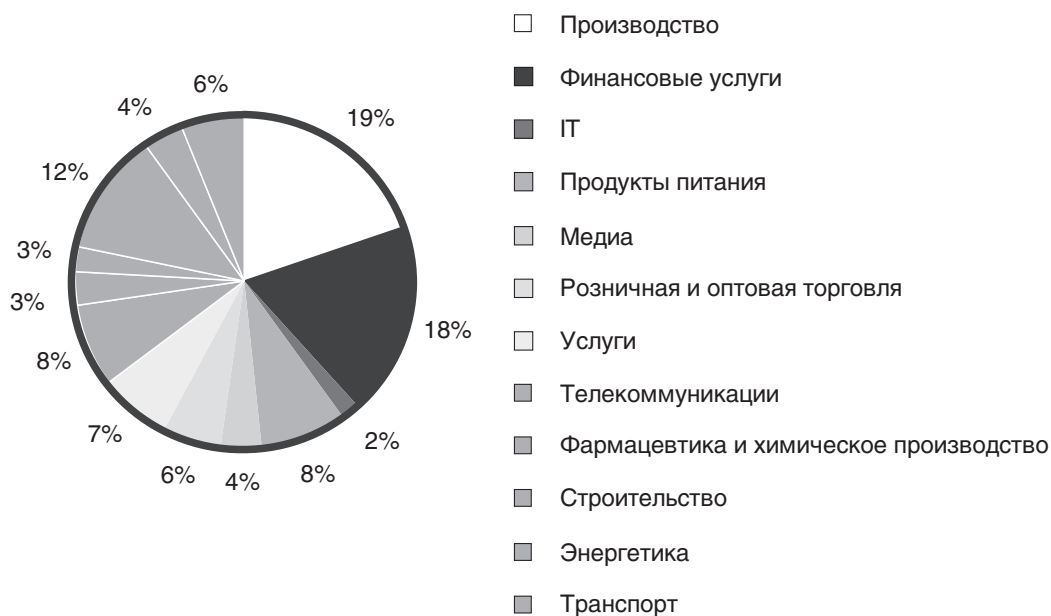
Общая стоимость завершенных сделок по слиянию и поглощению в 2006 году увеличилась на 111% и составила 111 млрд долл. США по сравнению с 53 млрд долл. США в 2005 году. Количество сделок увеличилось на 71% и достигло 1210 в 2006 году. Россия укрепила свои позиции на рынке слияний и поглощений центральной и восточной Европы, увеличив долю в общем объеме рынка до 70%. Объем рынка слияний и поглощений в 2006 году составил 11% от ВВП (по сравнению с 7% в 2005 году). В России в 2006 году было совершено 142 сделки стоимостью более 100 млн долл. Средняя стоимость сделки составила 181 млн долл.<sup>6</sup> Несмотря на внушительную динамику роста, российский рынок не исчерпал своих потенциальных возможностей. Многие тенденции россий-

<sup>4</sup> Пик слияний по-европейски//Эксперт. 23.04. 2007.

<sup>5</sup> Рассчитано по данным Bloomberg.

<sup>6</sup> PricewaterhouseCoopers «CEE M&A Survey 2006».

**Диаграмма 2.** Отраслевая структура рынка слияний и поглощений в России в 2006 году (количество сделок)



Источник: PricewaterhouseCoopers

ского рынка говорят о том, что в недалеком будущем в России ожидается дальнейшее увеличение числа сделок слияния и поглощения. Процесс укрупнения компаний в Российской экономике налицо. Этого следовало ожидать, потому что консолидация бизнеса — объективный этап в развитии любого сектора экономики.

Одной из основных тенденций 2006 года стала отраслевая диверсификация российского рынка слияний и поглощений. Если в предыдущие годы нефтегазовый сектор аккумулировал до 90% иностранных инвестиций, то в прошлом эта доля сократилась до 60-70%. К нему вплотную приблизились металлургическая и горнодобывающая отрасли.

По количеству сделок лидерство принадлежит сектору производства включая металлургию (диаграмма 2). Количество сделок в нем составило 19% всего рынка (29% стоимости раскрытых сделок). Финансовые услуги немного отстали — на их долю пришлось 18,6% от количества всех

сделок, хотя по стоимости раскрытых сделок вклад этого сектора составил лишь 9%.

Привлекательность сектора энергетики продолжает сохраняться, стоимость внутренних и входящих раскрытых сделок в этом секторе находится на первом месте — 35%.

Наблюдается увеличение количества и стоимости сделок по слиянию и поглощению с участием иностранного капитала. В 2006 году произошло изменение структуры трансграничных сделок по слиянию и поглощению. Иностранные компании стали больше вкладывать в компании других отраслей помимо нефтегазового, особенно в те, которые предоставляют розничные услуги, и финансовый сектор. Наиболее значимым регионом с точки зрения стоимости трансграничных операций по слиянию и поглощению стала Западная Европа (41%). Тем не менее происходил рост доли других регионов Северной Америки (16%) и стран СНГ (10%), что указывает на более

равномерное распределение трансграничных сделок между географическими регионами по сравнению с 2005 годом.

Нефтегазовый сектор сохранил лидерство по количеству крупнейших корпоративных сделок. Хотя сделка года состоялась именно в металлургической сфере — слияние алюминиевых холдингов «РусАл», СУАЛ и глиноземных активов швейцарской компании *Glencore International AG* в Объединенную компанию «Русский алюминий». После окончательного завершения сделки в мире появится глобальный лидер отрасли с оборотом \$12,2 млрд. 2006 год стал знаковым для металлургических и горнодобывающих компаний: по его результатам отмечено более чем трехкратное увеличение общей стоимости сделок. Весьма охотно российские компании скупали отраслевые активы и за рубежом, успев отметиться во всех регионах — от СНГ до США.

В прошлом году несколько изменилась степень государственного участия в отраслях экономики: усилилась роль металлургии, а также горнодобывающей отрасли как стратегической. Данная тенденция нашла отражение в некоторых сделках, где государство поставило цель получить контроль за стратегически важными предприятиями. Главным примером здесь является консолидация государственным «Рособоронэкспортом» контрольного пакета корпорации ВСМПО-АВИСМА, крупнейшего мирового производителя титана<sup>7</sup>.

Как отмечают аналитики, весьма вероятно, что отрасль ожидает еще больший приток инвестиций. Российские металлургические и горнодобывающие компании представляют большой интерес для международных отраслевых игроков. С другой стороны, российские компании имеют достаточно ресурсов, чтобы закрепиться на мировом рынке в качестве лидеров отра-

сли. А потому аналитики прогнозируют постепенное уменьшение слияний и поглощений на внутреннем металлургическом рынке и увеличение количества международных сделок. Причем главную роль будут играть именно российские компании.

Несмотря на утрату безоговорочного лидерства, энергетический сектор проявил себя в прошлом году весьма успешно. Общая стоимость заключенных сделок в 2006 году уменьшилась по сравнению с 2005 годом, но стоит напомнить, что тогда огромное влияние на показатели отрасли оказала одна-единственная сделка — покупка «Газпромом» «Сибнефти» за \$13 млрд. В 2006 году столь масштабных сделок не было, хотя «Газпром» и на этот раз не удержался от крупного приобретения. За \$7,45 млрд он купил 50% плюс одну акцию в операторе проекта «Сахалин-2» *Sakhalin Energy Investment Company Ltd*<sup>8</sup>. Очень активен «Газпром» и на внешнем рынке. Так, он получил доступ к конечным потребителям в Италии, Германии и Франции. Выросло и количество сделок в отрасли в целом. В 2006 году их было 141. Российские нефтяные гиганты продолжают приобретать активы, завершая процесс создания вертикально интегрированных компаний полного цикла (от нефтедобычи до сбыта). Со своей стороны государство не только увеличивает свою долю в стратегически важных проектах отрасли, но и поощряет обмен активами с иностранными компаниями, а также иностранное участие в форме портфельных инвестиций. Новой же тенденцией является формирование совместных предприятий между российскими государственными компаниями и международными игроками. И несмотря на то, что «Годом Китая» в России объявлен нынешний 2007 год, именно российско-китайские сделки 2006 года стали наиболее заметными на рынке. *China Petroleum and Chemical Corp. (Sino-*

<sup>7</sup> Рынок слияний и поглощений в России в 2006 году // Рол Бизнес. 26.02.2007.

<sup>8</sup> Финмаркет. 20.02.2007.

рес) совместно с «Роснефтью» приобрели за \$3,5 млрд активы «Удмуртнефти». А в конце года «Роснефть» и *CNPC* создали совместное предприятие для разработки ряда нефтяных проектов в России и развития переработки и сбыта нефти и нефтепродуктов в Китае. Кроме того, *CNPC* инвестировала более \$500 млн в приобретение акций «Роснефти» в рамках *IPO* компании<sup>9</sup>. Крупные сделки по приобретению российских активов иностранными компаниями подтверждают тот факт, что наш нефтегазовый сектор представляет интерес для иностранных инвесторов. Однако российские нефтяные компании частного сектора и сами являются активными игроками на рынке поглощений. Например, ЛУКОЙЛ инвестировал \$853 млн в приобретение у *Marathon Oil Corporation* Ханты-Мансийской нефтяной корпорации, разрабатывающей нефтегазовые месторождения в Западной Сибири, и также объявил о приобретении 376 заправочных станций в шести европейских странах у своего партнера *ConocoPhillips*.

Прошлогодние результаты убеждают специалистов, что и в нынешнем году активность в секторе сохранится. Консолидация нефтегазового сектора уже достигла достаточно высокого уровня: на долю десяти крупнейших российских компаний приходится 95% общего объема добычи нефти и газа в стране. А потому в ближайшие годы количество внутренних сделок по слиянию и поглощению в этом секторе сократится.

Что касается остальных секторов рынка, то, несмотря на общую благоприятную направленность развития, объемы сделок там далеки от лидерских. Например, крупнейшей сделкой стала покупка группой *Raiffeisen International* Импэксбанка за \$550 млн. Однако российский банковский сектор все равно остается мировым

лидером по темпам развития. В 2006 году рост активов в этой сфере составил 37%. Тем не менее в сделках слияний и поглощений пока российские банки выступают в основном продавцами своих активов иностранцам<sup>10</sup>.

Еще меньшие масштабы приобретений были в остальных секторах. Тем не менее аналитики отмечают более активное участие в процессе слияний некоторых новых отраслей, что свидетельствует о том, что российская экономика становится все более сбалансированной. Поэтому даже несмотря на то что сделок, подобных покупке «Газпромом» «Сибнефти», скорее всего, на внутреннем рынке уже не будет, все равно стоит ожидать дальнейшего увеличения как количества сделок, так и их объемов.

Усиление роли производственного сектора и прежде всего металлургии сильно сказалось на отраслевой структуре исходящих сделок. Российские компании активнее всего вкладывались в зарубежные компании именно этого сектора (диаграмма 3). Безусловное лидерство этого сектора обеспечилось в основном благодаря Евраз Групп, купившей *Oregon Steel Mills*, Внешторгбанку вошедшему в акционерный капитал *EADS*, НЛМК, учредившим совместное предприятие с *Duferco* и др. Всего в 2006 году в России было заключено 102 исходящие сделки. Основными объектами инвестиций стали компании из Украины (22), Соединенного королевства (8), США (7).

Важной тенденцией 2006 года стало значительное снижение доли покупок, приходящихся на госкомпании. По подсчетам *Ernst&Young*, доля госкомпаний на рынке *M&A* в 2006 году снизилась с 25% до 19%.

Итак, большая часть сделок, как и ранее, происходила в нескольких ключевых отраслях — в нефтегазовой, металлургии и

<sup>9</sup> Рынок слияний и поглощений в России в 2006 году//КРМГ.

<sup>10</sup> Пик слияний по-европейски//Эксперт, 23.04.2007.

**Диаграмма 3.** Отраслевая структура рынка слияний и поглощений в России в 2006 году (стоимость исходящих раскрытых сделок)



Источник: PricewaterhouseCoopers

горнодобывающей отрасли, в финансовом, телекоммуникационном, потребительском секторе и розничной торговле. Однако распределение сделок между крупнейшими отраслями стало более равномерным. Помимо основных секторов экономики относительно высокую активность на рынке M&A продемонстрировал целый ряд других отраслей, что свидетельствует об их растущей привлекательности для финансовых и стратегических инвесторов.

Такая отраслевая диверсификация рынка слияний и поглощений свидетельствует о более сбалансированном развитии экономики в России, которое, в свою очередь, стимулирует дальнейшее увеличение объема сделок по слиянию и поглощению.

Таким образом, анализ рынка слияний и поглощений свидетельствует о качественных улучшениях, что связано с привлечением финансовых консультантов и осознанием менеджментом компаний необходимости повышать привлекательность бизнеса в глазах инвесторов. Тем не менее развитию рынка препятствует ряд сдерживающих факторов для проведения слияний и

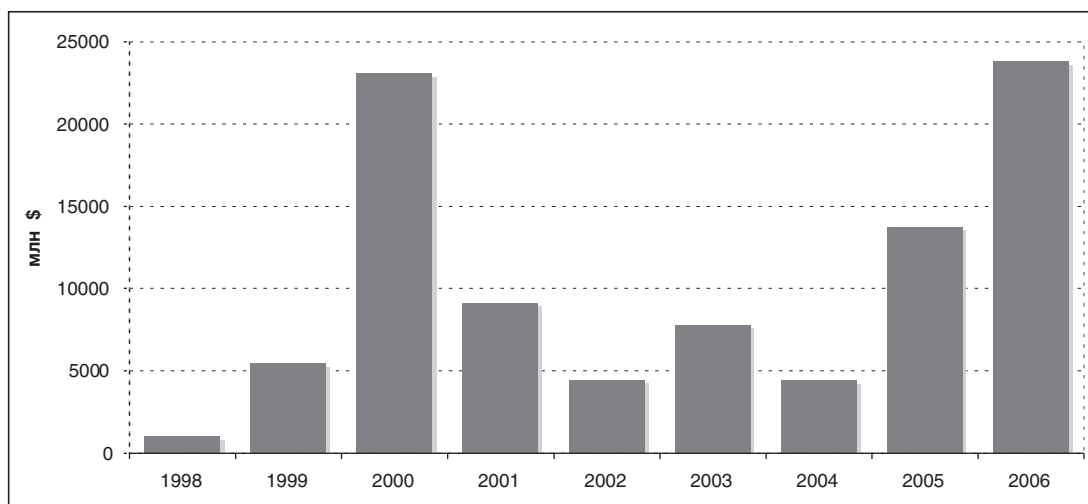
поглощений (например, ограниченные возможности привлечения финансирования, низкая доля участия фондов прямых инвестиций). Устранение подобных препятствий со временем может привести к увеличению числа транзакций. Принимая во внимание перечисленные выше факторы и положительные тенденции можно ожидать дальнейшего роста рынка M&A.

### Особенности развития рынка M&A в Израиле

Рынок M&A в Израиле является самым развитым и диверсифицированным на Ближнем Востоке. В период с 1990 по 2005 годы 38% всех M&A сделок в регионе приходилось на Израиль, что само по себе является уникальным результатом, учитывая скромные по сравнению с другими странами размер и население Израиля<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> 'M&A in the Mideast', Metwalli, Ali M; Tang, Robert Y W, 1 January 2007. Journal of Corporate Accounting & Finance.

**Диаграмма 4.** Рынок слияний и поглощений в Израиле в 1998-2006 гг.

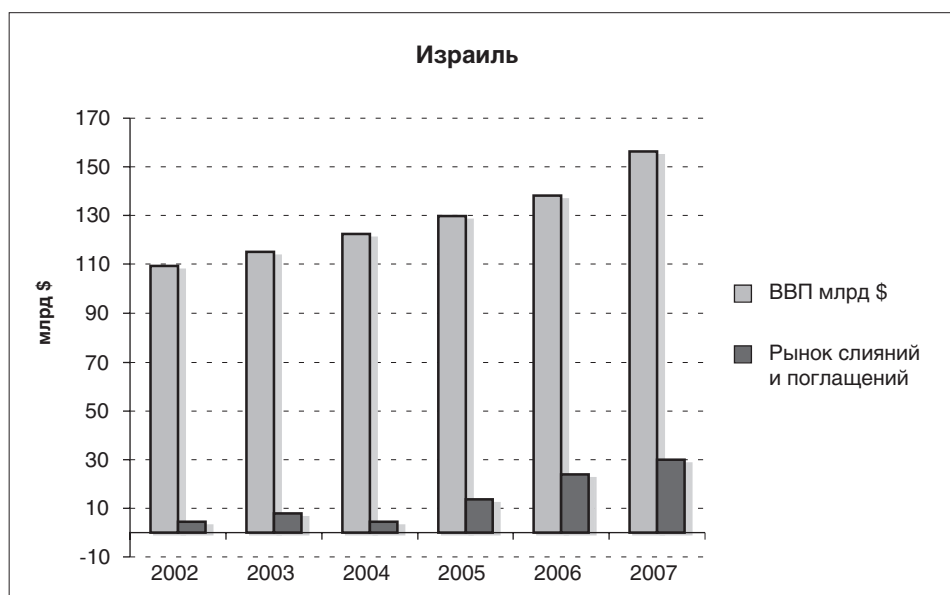


Источник: Zephyr Database, Bureau Van Dijk.

В конце 90-х и 2000 году рынок достиг наивысших темпов роста, после чего случился резкий обвал рынка в связи с начавшейся интифадой и общим спадом на мировых финансовых рынках. После незначительного роста в 2003 году рынок сно-

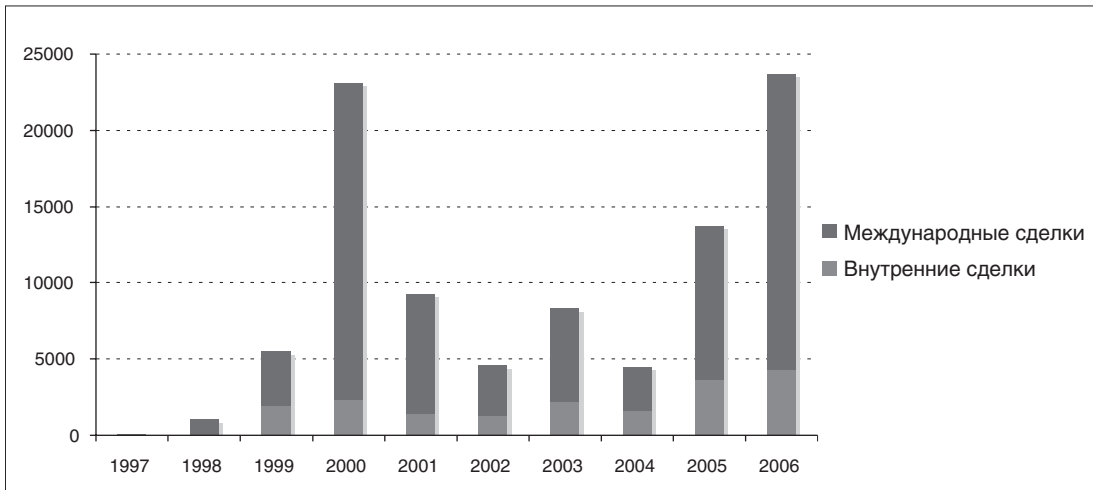
ва стагнировал и достиг уверенного роста лишь в 2005 году (диаграмма 4). Прошедший 2006 год оказался довольно удачным. Войне в Ливане не удалось оттолкнуть иностранных инвесторов и рынок M&A не только восстановился, но и превы-

**Диаграмма 5.** Рынок M&A и ВВП в Израиле в 2002-2007 гг.



Рассчитано по Zephyr Database, Bureau Van Dijk; Economist Intelligence Unit.



**Диаграмма 6.** Рынок M&A в Израиле: внутренние/международные сделки

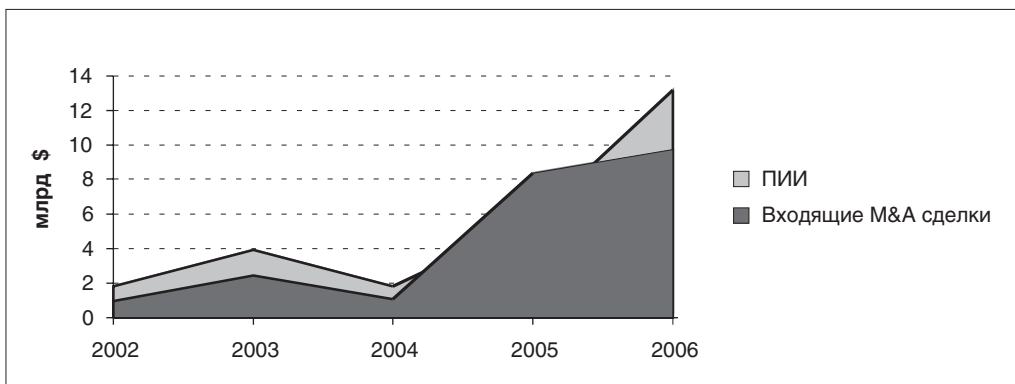
Рассчитано на основе данных Zephyr, Economist Intelligence Unit.

сил по стоимостному объему показатель 2000 года. Более того, иностранный капитал оказался даже более мобильным, чем израильский, — в 2006 году рост сделок с участием иностранного капитала составил 82% по сравнению с предыдущим годом.

Израильский рынок слияний и поглощений развивается в последние три года очень динамично. Наряду с ростом совокупного объема всех M&A сделок, увеличивается доля всего рынка в ВВП страны. Так, если в период второй интифады этот

показатель в среднем составил 4,8%, то уже в 2005 году достиг 10,6%, а в 2006 году — 17,2%. При сохраняющихся тенденциях доля рынка M&A в ВВП, по нашим расчетам, достигнет 19%. Динамика отчетливо видна на диаграмме 5.

Принципиальным отличием израильского рынка M&A является его ориентация на международную экономику. Совокупный объем входящих и исходящих трансграничных сделок в целом значительно превышает объем внутренних сделок, что является

**Диаграмма 7.** Прямые иностранные инвестиции Израиле и входящие M&A сделки

Рассчитано на основе данных Zephyr, Economist Intelligence Unit.

свидетельством высокой степени интернационализации израильского хозяйства. В 2006 году стоимостной объем международных сделок с участием израильских компаний более чем в 5 раз превысил объем внутренних сделок (диаграмма 6).

Интересные результаты предстают перед нами при анализе прямых иностранных инвестиций в экономику страны и динамики стоимости всех входящих M&A сделок. Оба показателя достоверно отражают уровень заинтересованности иностранных инвесторов в экономике страны, с одним отличием. Второй показатель (уровень входящих сделок) лучше отражает активность новых иностранных инвесторов. Из диаграммы 7 мы можем увидеть, что уровень ПИИ и объем входящих сделок по слиянию и поглощению изменялись примерно одинаково на протяжении 2002-2006 годов. Большой объем входящих (*out-in*) сделок M&A в 2005 году объясняется тем, что в этот период основная часть сделок (более 50% стоимостного объема всех M&A осуществлялась путем покупки миноритарного пакета акций, что не учитывается при расчете ПИИ<sup>12</sup>.

Иностранный капитал интересуется прежде всего сектором высоких технологий. Из 10,8 млрд долл. потраченных на покупку израильских предприятий сектора *hi-tech* 9,3 млрд приходится на иностранных покупателей<sup>13</sup>.

Средняя стоимость сделок была наибольшей для сектора телекоммуникаций в 2005 году (194 млн долл.) и для нефтегазового сектора в 2006 году (174 млн долл.).

<sup>12</sup> Прямые иностранные инвестиции, как известно, учитывают финансовые вложения иностранных инвесторов достаточно крупные для того, чтобы позволить инвестору установить эффективный контроль за управлением предприятием и создать у него долговременную заинтересованность в успешном функционировании и развитии этого предприятия, что предполагает владение как минимум 10% акций компании.

<sup>13</sup> Leap Capital, Israel Tech and Venture Capital third-quarter revenue, 2006.

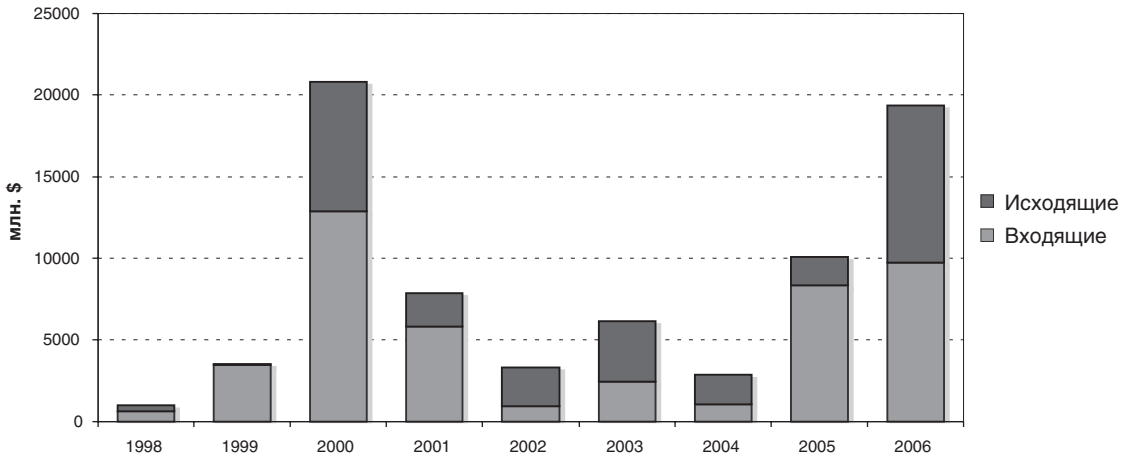
Израильская экономика очень тесно привязана к американскому рынку. Основными инвесторами являются именно американские компании, и основным направлением экспорта израильского капитала является США. Израильские компании (в основном это сектор высоких технологий) становятся объектом приобретения американских корпораций. Доля сделок, в которых покупателем выступают компании из США, составляет примерно 25-26%, что равняется 2/3 количества сделок с израильскими покупателями (40%). То есть США оказались практически сопоставимы с Израилем по активности на его же внутреннем рынке M&A. Другими важными странами-покупателями являются Соединенное королевство, Германия, Нидерланды, Швейцария (диаграмма 2).

Для исходящих сделок (покупатель — компания израильского происхождения) также характерен перекоп в сторону США, причем израильтяне проявляли к американским компаниям даже больший интерес, чем к израильским. Доля исходящих сделок, в которых объектом выступали американские компании, составила 61% в 2005 и 44% в 2006, против 6 и 17%, соответственно, для израильских компаний.

Важным событием для рынка слияний и поглощений в Израиле в 2006 года стал резкий скачок стоимости всех исходящих сделок. Если в 2005 году израильский компании купили зарубежных активов на сумму 1,7 млрд долл, то в 2006 году этот показатель достиг 9,6 млрд, что на 82% больше показателя предыдущего года. Причем 2006 год стал рекордным по этому показателю, превысив почти на 2 млрд долл уровень 2000 года, хотя по количеству исходящих сделок (115) превзойти 2000 год так и не удалось.

Сопоставляя входящие и исходящие из Израиля транснациональные сделки (т.е. пересекающие национальные границы), надо отметить, что объем исходящих сделок (как отмечалось, преимущественно в

**Диаграмма 8.** Объем трансграничных сделок в Израиле. Входящие/исходящие сделки в 1997-2006гг.

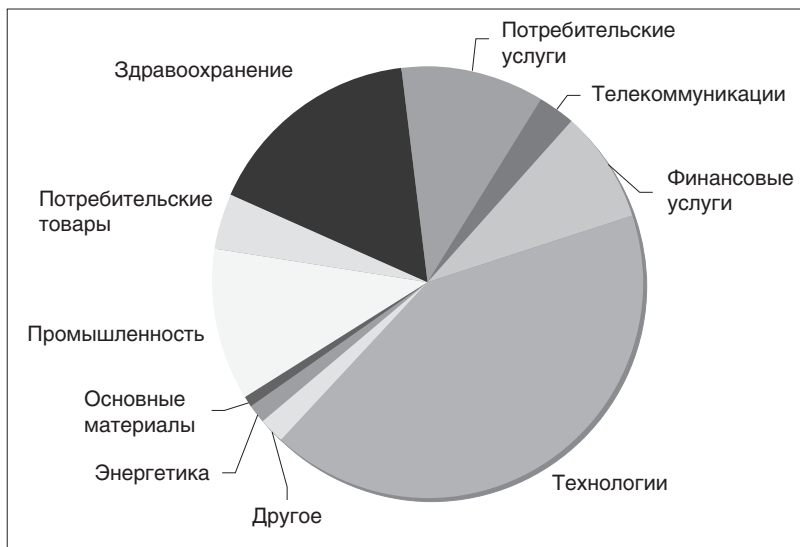


Рассчитано по Zephyr Database, Bureau Van Dijk

США) стал вполне сопоставим с входящими. Это резко отличает израильский рынок M&A, например, от российского, где сделки с иностранным капиталом преобладают над сделками по покупке российскими компаниями зарубежных активов. Так, в 2006 году объем исходящих сделок составлял для Израиля 9,6 млрд долл., что лишь на 100 млн меньше, чем объем входящих сделок (диаграмма 8). В прошлом году, напротив, соотношения исходящих/входящих сделок составило 1/5.

Отраслевая структура слияний и поглощений в Израиле является достаточно

**Диаграмма 9.** Отраслевая структура рынка M&A в Израиле в 2006 году



Рассчитано по Zephyr Database, Bureau Van Dijk

стабильной в течение последних лет. Основным изменяемым параметром в будущем станет совокупный объем рынка, который прежде всего будет зависеть от экстернальных факторов (в основном от военно-политической обстановки), влияющих на поведение инвесторов и общий экономический климат в стране. Большая доля рынка M&A принадлежит сектору технологий и телекоммуникаций, на них приходится чуть меньше половины всех сделок (диаграмма 9). В стоимостном выражении доля этих отраслей несколько скромнее, хотя традиционно остается довольно большой. В 2006 году через покупку местных компаний на израильский рынок пришли такие гиганты, как *Google*, *Xerox*, *Oracle* и *VeriFone*. Приобретения совершали и уже присутствующие на рынке *EMC*, *BMC Software*, *HP*, *IBM*, *Johnson & Johnson*, *Lucent*, *Marvell*, *Microsoft* и *Sandisk*.

Следующим по важности идет сектор здравоохранения, куда включается фар-

мацевтика и косметика. Здесь можно отметить сделку по приобретению израильской фармацевтической компании *Agis* за 900 млн долл.

Большая доля принадлежит сектору потребительских товаров и услуг. В 2006 году состоялась продажа известной израильской компании *Tnuva* за 1400 млн долл. Важным изменением в отраслевой структуре рынка в 2006 году стал рост доли сектора энергетики с менее 1 до примерно 5%. Напомню, в 2006 был продан *Ashdod Refineries*, что сильно сказалось на доле этого сектора в общем объеме рынка. В будущем возможны сделки с участием российских энергетических компаний ввиду прихода на израильский рынок Газпрома.

Объем 10 крупнейших сделок в Израиле составил в 2006 году 13,3 млрд, т.е. более половины рынка слияний и поглощений.

Окончание следует

---

*D. Kobzyev, analyst, PricewaterhouseCoopers*

## A COMPARISON OF THE M&A MARKET IN ISRAEL AND RUSSIA

Russia has been one of the world leaders in the M&A market development for a few years. The number of domestic and international M&A agreements concluded in Russia is constantly growing. The «SME» players become proactive. They consolidate their small assets in certain economic spheres. The Western (first of all — European) companies show their interest in coming to the Russian market. This is why we think the research into the Russian M&A market best practices is needed. The Russian market comparative analysis has been made when the parallels were made between Russia and (mostly) the Central and Eastern European countries. The comparisons between the Russian market and the Western European markets are rare. Our comparison of the M&A markets in Russia and Israel is the first analysis to be done of such kind. The development trends on both markets are similar. Those two markets has seen fantastic success in the last two years but the ways to gain the success were different in each of the two countries. This is the reason why it is necessary to analyze the potential of the Russian M&A market.

## ФАС РОССИИ: ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ЧИТАТЕЛЕЙ

*Рубрику ведет советник Аналитического управления ФАС России,  
член Международной ассоциации финансового права,  
к. ю. н., Герасименко Наталья Васильевна*

*Является ли каждый из членов совета директоров хозяйственного общества аффилированным лицом этого общества на основании его принадлежности к той группе лиц, к которой принадлежит данное юридическое лицо, если указанные лица составляют более чем пятьдесят процентов состава совета директоров каждого из обществ, входящих в группу лиц?*

*Л. М. Миронов, г. Москва*

В соответствии с п. 11 части первой ст. 9 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции) хозяйственные общества, в которых более чем 50% количественного состава коллегиального исполнительного органа и (или) совета директоров (наблюдательного совета) составляют одни и те же физические лица признаются группой лиц. Следовательно, в данную группу лиц могут входить только хозяйственные общества. Указанные члены совета директоров не могут входить со своими обществами в одну группу лиц по названному основанию.

Следует отметить, что проблема соотношения таких понятий, как «группа лиц» и «аффилированное лицо» вызывает множество споров. Согласно действующей в настоящее время ст. 4 Закона РСФСР от 22 марта 1991 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности

на товарных рынках» (в ред. от 26.07.2006) аффилированные лица — это физические и юридические лица, способные оказывать влияние на деятельность юридических и (или) физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность. При этом аффилированными лицами юридического лица являются, в том числе лица, принадлежащие к той группе лиц, к которой принадлежит данное юридическое лицо. Однако в рассматриваемом случае каждый из членов совета директоров не может являться аффилированным лицом хозяйственного общества, поскольку не принадлежит к той группе лиц, к которой принадлежит данное юридическое лицо.

*Следует ли определять суммарную стоимость активов группы лиц при осуществлении одним из ее участников сделок, указанных в Главе 7 Закона о защите конкуренции?*

*В. М. Леви, г. Дмитров*

При осуществлении одним из участников группы лиц сделок, предусмотренных гл. 7 «Государственный контроль за экономической концентрацией» Закона о защите конкуренции, необходимо определять суммарную стоимость активов группы лиц в случаях, указанных в ст. 27-30 данного Закона. Он содержит перечень сделок (действий), которые по общим правилам, предусмотренным

ст. 27, 28, должны осуществляться с предварительного согласия антимонопольного органа, однако при совокупности условий, установленных ч. 1 ст. 31 Закона, могут совершаться лишь с последующим уведомлением об их осуществлении. Совершение сделок, иных действий с соблюдением соответствующих условий также предполагает определение суммарной стоимости активов лиц, входящих в одну группу, в указанных в Законе случаях.

*Каковы особенности обжалования решений и предписаний антимонопольного органа?*

*И. Ю. Касаткин, г. Коломна*

Как указано в ст. 52 Закона о защите конкуренции, решение или предписание антимонопольного органа может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня принятия решения или выдачи предписания. Главой 9 «Рассмотрение дел о нарушении антимонопольного законодательства» Закона о защите конкуренции и ч. 2 ст. 11 Гражданского кодекса РФ (ГК РФ) предусмотрена возможность защиты гражданских прав в административном порядке в случаях, предусмотренных законом. Рассматривая дела о нарушениях соответствующего законодательства, антимонопольный орган принимает решения и выдает предписания, направленные на защиту гражданских прав. В соответствии с полномочиями, установленными в п. 6 ч. 1 ст. 23 Закона, он вправе включить в предписание указание на совершение конкретных действий, выполнение которых лицом, нарушившим антимонопольное законодательство, позволит в полном объеме восстановить нарушенные права других лиц.

Тем не менее, по мнению большинства представителей судейского корпуса, право выбора судебного или административного порядка защиты своего нарушенного или оспариваемого права, в том числе по спорам, вытекающим из договорных

отношений, преддоговорных споров, принадлежит субъекту спорных правоотношений. Закон не содержит указаний на то, что защита гражданских прав в административном порядке путем рассмотрения антимонопольным органом дел о нарушениях антимонопольного законодательства является обязательным условием обращения лиц, чьи права нарушены, в арбитражный суд.

*Правомерно ли включение субъекта Российской Федерации в лице регионального органа исполнительной власти в группу лиц в соответствии со ст. 9 Закона о защите конкуренции?*

*Л. М. Овчинников, г. Зеленоград*

В настоящее время ряд специалистов в области гражданского права придерживаются мнения о том, что государство может участвовать в гражданском обороте как непосредственно (через систему органов государственной власти различного уровня), так и опосредованно (через специально созданные им государственные юридические лица). В последнем случае через этих юридических лиц, косвенно в гражданском обороте участвует и государство, что регулируется положениями ст. 124 ГК РФ.

Непосредственное участие государства во внутреннем гражданском обороте предполагает вступление в оборот органов государственной власти, действующих, прежде всего, как особые представители государства, а не юридические лица. Эти органы осуществляет необходимую деятельность от имени государства и в пределах компетенции, установленной актами, определяющими их статус (п. 1 и 2 ст. 125 ГК РФ). Участие государства в гражданском обороте осуществляется не в частных интересах, а в целях наиболее эффективного отправления публичной власти. Однако особенности участия органов государственной власти в гражданских правоотношениях как публично-пра-

новых образований гражданским законодательством четко не регламентируется. В указанном случае, полагают правоведы, имеют место специфические отношения представительства в силу закона, к которым должна применяться гл. 10 ГК РФ.

При любых обстоятельствах государство может считаться участвующим в гражданском обороте непосредственно лишь тогда, когда в законодательстве содержится полномочие какого-либо органа государства совершить действие от имени государства.

Из смысла Закона о защите конкуренции следует, что лицами, являющимися субъектами конкуренции, признаются хозяйствующие субъекты на товарных рынках, в том числе финансовые организации на рынках финансовых услуг. Поэтому федеральные и региональные органы исполнительной власти, указанные в ст. 3 Зако-

на, и их должностные лица не могут быть субъектами конкуренции, поскольку:

- их поведение на рынках, участие в сделках и иных действиях обусловлено публичным интересом, а не условиями конкуренции;
- участие публично-правовых образований в группе лиц неизбежно влекло бы возникновение конфликта интересов между государством, наделенным средствами влияния на хозяйственную деятельность, и прочими участниками хозяйственного оборота.

Таким образом, положения ст. 9 и 31 Закона о защите конкуренции, определяющей особенности государственного контроля за экономической концентрацией, осуществляемой группой лиц, могут применяться только в отношении юридических лиц — субъектов хозяйственной деятельности.

# ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ

*Абрамов В. Л.*

**Проблемы повышения конкурентоспособности  
экономики России**

*Вышегородцев М. М.*

**Поддержка и развитие малого предпринимательства в Москве**

*Кузнецова Е. И.*

**Совершенствование системы законодательства в области  
обеспечения и поддержания конкурентной среды**

*Панько Ю. В.*

**Особенности комплексного подхода к оценке состояния  
конкурентной среды на мезоэкономическом уровне**

.....  
Редакция приносит свои извинения автору статьи  
«Концепция возрождения России на основе повышения ее конкурентоспособности»  
Р. А. Фатхутдинову за допущенные неточности при публикации материала.  
.....

---

## ПОДПИСКА 2007

Журнал «Современная конкуренция» выходит 6 раз в год:  
Январь Март Май Июль Сентябрь Ноябрь

1 номер	870,00	4 номера	3480,00
2 номера	1740,00	5 номеров	4350,00
3 номера (полугодие)	2610,00	6 номеров (годовая)	5220,00

Вы можете выбрать любой удобный для Вас вид подписки.

Подписка на журнал может быть осуществлена:  
через каталог «Роспечать», подписной индекс 36207;  
через редакцию журнала, тел./факс (495) 987-4374, e-mail: book@marketds.ru

---

Учредитель и издатель ООО «Маркет ДС Корпорейшн»  
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-25191

Редакция:

Руководитель департамента периодики Н.В. Разевиг  
Ответственный секретарь журнала А.А. Михалев  
Литературный редактор Л.Д. Рубан  
Коммерческий директор А.В. Бабошин  
Дизайн макета и верстка Б.В. Зипунов  
Дизайн обложки С.Г. Кутилина

Адрес редакции:

125190, Россия, Москва, Ленинградский просп., д. 80, корп. Г, оф. 505  
Тел.: (495) 987-43-74  
e-mail: book@marketds.ru; www.marketds.ru

Наши реквизиты:

ООО «Маркет ДС Корпорейшн»  
ИНН 7702267103  
КПП 770801001  
Р/с 40702810100100223100  
в ОАО АКБ «НЗ Банк», г. Долгопрудный  
К/с 30101810100000000259  
БИК 044552259

При перепечатке и цитировании материалов ссылка на журнал «Современная конкуренция» обязательна.  
Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.  
Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции.

© ООО «Маркет ДС Корпорейшн»  
Тираж 1000 экз.

Отпечатано в ООО «Галлея-Принт»