

БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ

Школа бизнеса Университета «Синергия» — это ведущая бизнес-школа России, а также опытный провайдер услуг бизнес-образования. Основана в 1988 году. За 25 лет своей работы она стала одним из лидеров отечественного бизнес-образования, получив признание не только на внутреннем рынке, но и за рубежом.

Школа бизнеса предлагает широкий диапазон бизнес-программ: MBA, Executive MBA, профессиональную переподготовку, тренинги и семинары, стажировки, корпоративное обучение, выездные семинары за границей. Преподаватели — отечественные и зарубежные эксперты, успешные и известные топ-менеджеры крупнейших компаний, а также профессиональные бизнес-тренеры, получившие заслуженное признание в деловом мире.

Обучение позволит в кратчайшие сроки получить практические навыки для развития бизнеса, а также эффективно реализовать личностный и карьерный потенциал.

Школа бизнеса реализует также программы краткосрочного обучения, проводит семинары и тренинги.

Программы MBA:

- Woman's Leadership
- Налоговый консалтинг
- Стратегический менеджмент
- Управление человеческими ресурсами
- Финансовый менеджмент

Программы Executive MBA:

- Стратегии и лидерство

Формы обучения: очная, очная + дистанционная, модульная, дистанционная.



ISSN 1993-7598



16002>



9 771993 759008

СОВРЕМЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

2016. Том 10. №2(56)

2016. Том 10. №2(56)

СОВРЕМЕННАЯ
Научно-практический журнал
КОНКУРЕНЦИЯ

ISSN 1993-7598

Приоритеты конкурентной политики в России
до 2030 года

Развитие научной теории эффективной
конкуренции

Основные направления исследований
роста фирмы

АСПИРАНТУРА

Аспирантура Университета «Синергия» организована в 2002 году для подготовки кадров высшей квалификации.

Возможность интеллектуально развиваться и карьерный рост молодых научных работников обеспечиваются организацией учебного процесса, привлечением к участию в нем высококвалифицированных преподавателей и опытных научных руководителей, развитием межрегионального сотрудничества в сфере подготовки научно-педагогических кадров.

Программы аспирантуры:

- Экономическая теория
- Экономика и управление народным хозяйством
- Финансы, денежное обращение и кредит
- Математические и инструментальные методы экономики
- Теория и история права и государства: история учений о праве и государстве
- Бухгалтерский учет, статистика
- Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право
- Системный анализ, управление и обработка информации (по отраслям)
- Теория и методика профессионального образования
- Социальная психология

Форма обучения: очная.

Срок обучения — 3 года.

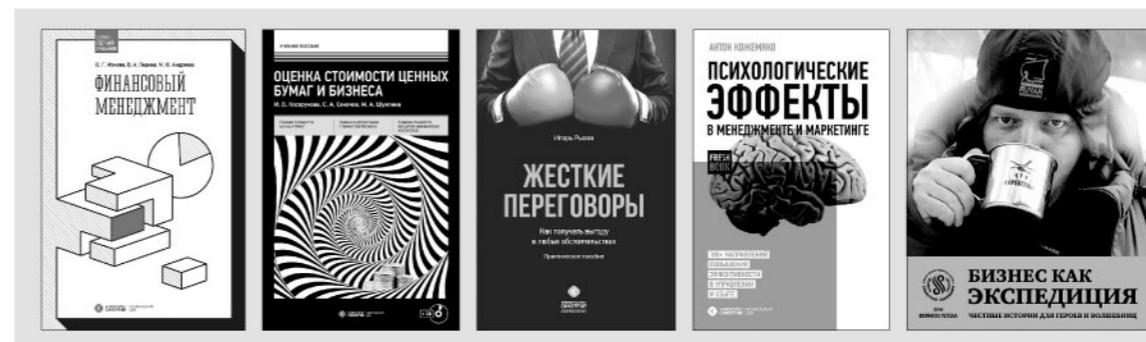


Издательство с многолетним опытом и традициями выпуска книг деловой, учебной и научной тематики.

Книги Издательского дома университета «Синергия» адресованы тем, кто стремится освоить практику и стратегию новой экономики, — руководителям и практикующим специалистам, студентам и преподавателям вузов, колледжей и бизнес-школ.

Для того чтобы читателю легче было ориентироваться, предлагаемые его вниманию книги объединены в серии:

- **серия «Легкий учебник»** — учебники и учебные пособия для студентов, обучающихся по направлениям бакалавриата и колледжа;
- **«Университетская серия»** — учебные издания с углубленным изложением теоретических вопросов;
- **серия «Fresh Book»** — книги об инновационных технологиях в сфере бизнеса;
- **серия «Формула успеха»** — книги об успешных, известных в своей области людях.



Наши издания отличаются:

- практическая направленность;
- отражение актуального российского опыта;
- доступность изложения;
- многоступенчатая экспертиза авторских материалов;
- современный дизайн;
- качественная полиграфия.

Издательский дом университета «Синергия»
предлагает на договорной основе полный комплекс услуг
по допечатной подготовке и изданию книг —
качественно и в сжатые сроки.

Контакты:

125190, Москва, Ленинградский пр-т, 80, корп. Г, оф. 612

Заведующая редакцией

Соколова Елена Николаевна, (495) 987-43-74, доб. 4851,
NNSokolova@synergy.ru

Руководитель отдела оптовых продаж

Орлов Павел Викторович, (495) 987-43-74, доб. 3305,
POrlov@synergy.ru

Руководитель отдела розничных продаж

Соколова Марина Ивановна, (495) 987-43-74, доб. 4126,
MSokolova@synergy.ru

научно-практический журнал

Современная КОНКУРЕНЦИЯ

2016. Том 10. № 2 (56)

Март-апрель

Издается с января 2007 года. Периодичность издания – 6 раз в год.

Национальная ассоциация обучения предпринимательству (РАОП)
Университет «Синергия»

ISSN 1993-7598

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

Главный редактор

Рубин Юрий Борисович

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

Редакционный совет

Авдашева Светлана Борисовна

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

Гельвановский Михаил Иванович

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

Клейнер Георгий Борисович

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

Князева Ирина Владимировна

доктор экономических наук, профессор,
зам. директора Сибирского института управления
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

Коваленко Александр Иванович

кандидат экономических наук, доцент,
заместитель главного редактора журнала

Коробов Юрий Иванович

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

Леднев Владимир Алексеевич

доктор экономических наук, профессор, первый
проректор Московского финансово-промышленного
университета «Синергия»

Манев Иван

профессор кафедры менеджмента Университета Мейна,
декан Колледжа бизнеса, государственной политики
и здравоохранения (США)

Моррис Майкл

профессор, декан факультета предпринимательства
Университета Оклахомы (США)

Светульников Сергей Геннадьевич

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

Смайлер Рэй

профессор кафедры инноваций и технологии
Школы бизнеса им. Нили при Техасском
христианском университете (США)

Сорокин Дмитрий Евгеньевич

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

Сушкевич Алексей Геннадьевич

кандидат экономических наук,
начальник Аналитического управления ФАС

Шаститко Андрей Евгеньевич

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

Шиндэхут Минэт

профессор кафедры предпринимательства
школы менеджмента им. Уитмена Сиракьюсского
университета (США)

Широкова Галина Викторовна

доктор экономических наук, профессор,
директор Центра предпринимательства
Высшей школы менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета

Юданов Андрей Юрьевич

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

Журнал «Современная конкуренция» индексируется
в российских и зарубежных базах научной периодики:
eLIBRARY (РИНЦ), ВИНТИ, Ulrich's Periodicals Directory (Bowker, USA)

Учредитель и издатель: Негосударственное образовательное частное учреждение
высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Адрес редакции и издателя:
129090, Москва, ул. Мещанская, д. 9/14 стр. 1 (юр.)
125190, Москва, Ленинградский просп., д. 80, корп. Г, офис 612
Тел.: +7 (495) 987-43-74

e-mail: edit@s-university.ru; www.moderncompetition.ru

© Университет «Синергия»

JOURNAL OF MODERN COMPETITION

2016. Vol. 10. No. 2 (56)

March–April

Published since 2007; periodicity: six times a year

Russian Association for Entrepreneurship Education (ICSB-Russian)
Synergy University

ISSN 1993-7598

Editor-in-Chief

Yu. Rubin

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Rector of Moscow University for Industry and Finance "Synergy", fellow of the International Academy of Higher Education Sciences, associate member of the Russian Academy of Education, Honorary Educator of the Russian Federation.

Editorial Board

S. Avdasheva

Dr of Economics, Professor, deputy director of the Institute for Industrial and Market studies (HSE)

M. Gelvanovsky

Dr of Economics, Professor, member of Academy of Natural Sciences, Deputy of the International Academy of Management, Director of the Central Economics and Mathematics Institute

G. Kleiner

Dr of Economics, Professor, corresponding member of the Russian Academy of Sciences, Academy of Natural Sciences, Deputy of the International Academy of Management, Director of the Central Economics and Mathematics Institute

I. Knyazeva

Dr of Economics, Professor, Deputy of Siberian Institute of Management (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration)

A. Kovalenko

Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Deputy-Editor-in-Chief

I. Korobov

Dr of Economics, Professor, Chairman of Banking Department (SSSEU)

V. Lednev

Dr of Economics, Professor, First Vice-Principal of Moscow University for Industry and Finance "Synergy"

I. Manev

Professor of Management at the University of Maine, Dean of the College of Business, Public Policy and Health (USA)

M. Morris

Professor, Dean of the Faculty of Business at the University of Oklahoma (USA)

R. Smilor

Professor of Innovation and Technology Business School at Texas Christian University (USA)

S. Svetunkov

Professor, Chairman of Department of Economic Cybernetics and mathematical economics (STPSUEF)

D. Sorokin

Dr of Economics, Professor, corresponding member of the Russian Academy of Sciences, the first deputy. Director of the Institute of Economics

A. Sushkevich

Dr of Economics, Head of Analytical Department (Federal Antimonopoly Service, Russia)

A. Shastitko

Dr of Economics, Professor of the Moscow State University

M. Shindehut

Professor of business management school at Syracuse University (USA)

G. Shirokova

Dr of Economics, Professor, Director of the Center for Entrepreneurship, Graduate School of Management, St. Petersburg State University

A. Yudanov

Dr of Economics, Professor of Finance University under the Government of the Russian Federation, a member of the European Association of Business History

The journal is included into the Russian and international scientific databases: eLIBRARY (Russian Science Citation Index), VINITI (Russian Academy of Sciences), Ulrich's Periodicals Directory (Bowker, USA)

Publisher: Moscow University for Industry and Finance «Synergy»

Publisher address: 9/14 s. 1, Meshchanskaya str., Moscow, 129090, Russia
Editorial Office address: 80G, Leningradskiy Avenue, Moscow, 125190, Russia
Tel: +7 (495) 987-43-74

e-mail: edit@s-university.ru; www.moderncompetition.ru

© Moscow University for Industry and Finance «Synergy»

Содержание

Теория конкуренции

Андреева К. А.

Конкуренция в спортивных лигах: теоретические подходы. 5

**Шаститко А. Е., Павлова Н. С.,
Мелешкина А. И., Фатихова А. Ф.**

Приоритеты конкурентной политики в России до 2030 года 26

Пилипук А. В.

Развитие научной теории эффективной конкуренции 46

Конкурентоспособность бизнеса

Широкова Г. В., Скалецкий Е. В.

Основные направления исследований роста фирмы:
анализ литературы. 77

Кукушкина Ю. М.

Глобальные цепочки создания стоимости
и корпоративные интересы транснациональных корпораций 107

Воронов Д. С.

Оценка конкурентоспособности
крупнейших российских компаний по итогам 2015 года 118

Contents

The theory of competition

K. Andreeva

Competition in sports leagues: theoretical approaches. 5

***A Shastitko, N. Pavlova,
A. Meleshkina, A. Fatikhova***

Priorities for competition policy in Russia until 2030 26

A. Pilipuk

The development of the scientific theory of effective competition 46

Business competitiveness

G. Shirokova, E. Skaletkii

The main directions of firm growth research:
findings from literature review 77

Y. Kukushkina

Global value chains and corporate interests
of multinational corporations 107

D. Voronov

Evaluation of the competitiveness
of the largest Russian companies by the end of 2015 118

Андреева К. А., аспирант, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва, ka.andreeva@hse.ru

Конкуренция в спортивных лигах: теоретические подходы

Статья посвящена обзору теоретических работ по анализу конкуренции в спортивных лигах. Болельщики рассматриваются как потребители на рынке спортивных услуг, которые ценят непредсказуемость результатов матча. В статье приводится несколько факторов, влияющих на уровень непредсказуемости спортивных результатов, в том числе уровень таланта в лиге, количество клубов, борющихся за призовые места, и др. В работе представлены статистические данные, демонстрирующие, что в ведущих европейских лигах наблюдается усиление конкуренции между клубами. Для сравнения приводятся способы оценки конкурентности спортивных лиг. Рассматривается классификация спортивных лиг, а также основания, по которым в лигах создаются правила, ограничивающие конкуренцию, перечисляются основные источники, которые могут вызывать монополизацию рынка. На примере отдельных статей разбираются модели конкурентного равновесия в спорте. Приводятся направления дальнейших прикладных исследований по теме конкуренции в спорте на основании результатов обзора теоретических работ ведущих спортивных экономистов Европы и США.

Ключевые слова: спортивные лиги, конкуренция, экономика спорта, теоретические обзоры, устройство лиг, конкурентность, монополизация спорта.

Введение

Принято считать, что в спорте должна быть конкурентность. Для потребителей это означает невозможность знать точный результат матча или даже серии матчей (например, кто точно разыграет 5–6 первых мест в чемпионате). Для клубов это означает, что они ведут борьбу не только за призовые места в турнирах, но и в первую очередь за таланты на рынке (т. е. не все талантливые игроки стремятся в отдельные клубы). Для экономистов — что в моделях конкурентного равновесия отдельные клубы не получают преимуществ, позволяющих им увеличивать свои шансы на выигрыш (например, при сравнении богатого и бедного клуба — что богатый клуб будет всегда выигрывать).

Однако клубы могут максимизировать не количество побед или вероятность выигрыша, а, например, доход, что будет требовать от них продажи талантливых игроков в период действующего контракта, поскольку

ку трансферные платежи во многих лигах являются важнейшей статьёй клубного дохода. Некоторые экономисты считают, что такой вид конкурентной борьбы тоже может иметь место в спорте [Neale, 1964; Sloane, 2006; Kesenne, 2007]. В моделях появляются смешанные лиги, в которых часть клубов максимизирует победы, часть — доход.

Болельщики тоже могут не всегда предпочитать конкурентные лиги, поскольку, например, удовольствие от положительного результата игры могут ценить выше, чем удовольствие от наблюдения за непредсказуемой игрой. В экономической литературе представлено некоторое количество работ, посвященных психоэмоциональным основаниям потребительского поведения: например, Р. Чиалдини с соавторами открыл эффект «нахождения в лучах отраженной славы» (*basking in reflected glory*) — соотнесение своего личного успеха с успехами поддерживаемой команды [Cialdini et al., 1976]; Форрест и соавторы дискутируют о том, что на самом деле болельщики пред-

почитают не конкурентную лигу, а лигу, в которой у их команды больше шансов выиграть [Flores et al., 2010]. Такие работы ставят под сомнение априорность принципа непредсказуемости результата и выявляют такое поведение потребителей, при котором они заинтересованы поддерживать сильные команды с более высокими шансами на выигрыш.

Так или иначе, сегодняшний спорт (в частности, футбол) становится более конкурентным — больше клубов ведут борьбу друг с другом в своих национальных лигах

за деньги, результат, рыночное влияние и потребителей. Возьмем, к примеру, ведущие европейские лиги и посмотрим на изменение состава клубов в первой пятёрке за последние четыре сезона (рис. 1–5, табл. 1–5).

Во всех рассматриваемых лигах наблюдается выравнивание команд по количеству набранных очков (сокращается разрыв между количеством очков, набираемым первой командой и пятой), а также ротация команд внутри первой пятёрки (в каждой лиге появляется не менее одной новой команды по сравнению с предыдущим сезоном,

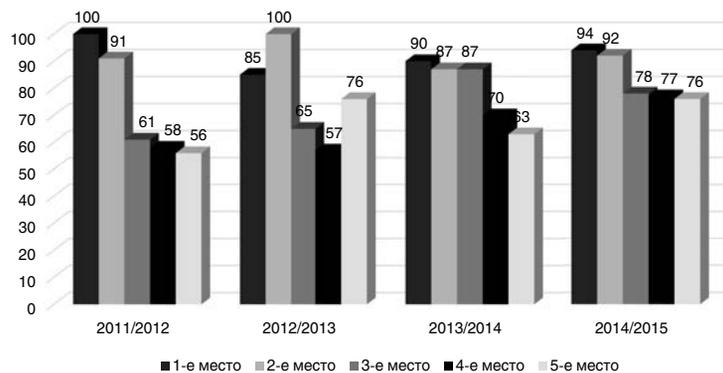


Рис. 1. Распределение очков среди лучших пяти команд по итогам сезонов 2011–2015, Испания

Fig. 1. Distribution of points among the top five teams in the season 2011–2015, Spain

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Испании: <http://www.eurosport.ru/football/la-liga/calendar-result.shtml>

Таблица 1. Распределение первых пяти мест, Испания

Table 1. Distribution of top five places, Spain

Сезон	1-е место	2-е место	3-е место	4-е место	5-е место
2011/2012	Реал	Барселона	Валенсия	Малага	Атлетико Мадрид
2012/2013	Барселона	Реал	Атлетико Мадрид	Реал Сосьедад	Валенсия
2013/2014	Атлетико Мадрид	Барселона	Реал	Атлетик Бильбао	Севилья
2014/2015	Барселона	Реал	Атлетико Мадрид	Валенсия	Севилья

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Испании: <http://www.eurosport.ru/football/la-liga/calendar-result.shtml>

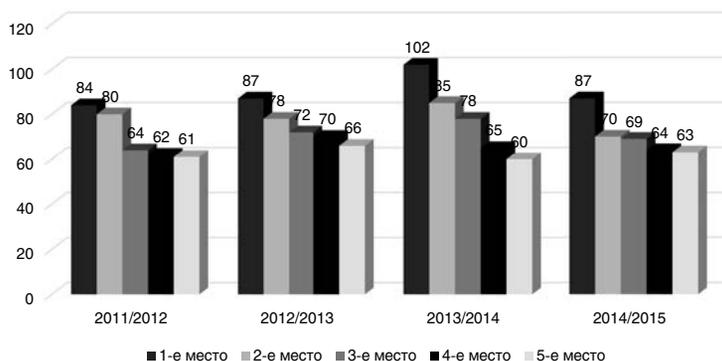


Рис. 2. Распределение очков среди лучших пяти команд по итогам сезонов 2011–2015, Италия

Fig. 2. Distribution of points among the top five teams in the season 2011–2015, Italy

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Италии:
<http://www.eurosport.ru/football/serie-a/calendar-result.shtml>

Таблица 2. Распределение первых пяти мест, Италия

Table 2. Distribution of top five places, Italy

Сезон	1-е место	2-е место	3-е место	4-е место	5-е место
2011/2012	Ювентус	Милан	Удинезе	Лацио	Наполи
2012/2013	Ювентус	Наполи	Милан	Фиорентина	Удинезе
2013/2014	Ювентус	Рома	Наполи	Фиорентина	Интер
2014/2015	Ювентус	Рома	Лацио	Фиорентина	Наполи

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Италии:
<http://www.eurosport.ru/football/serie-a/calendar-result.shtml>

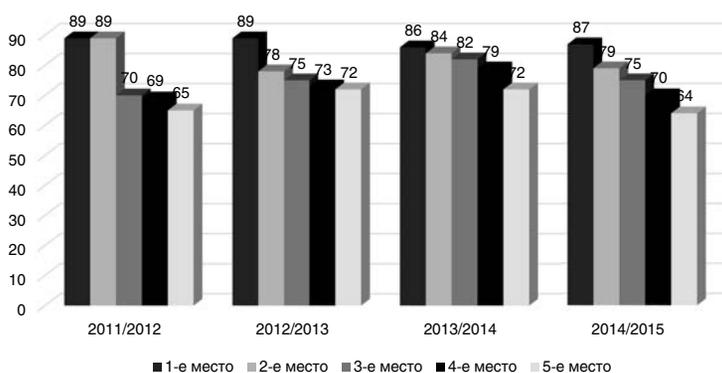


Рис. 3. Распределение очков среди лучших пяти команд по итогам сезонов 2011–2015, Англия

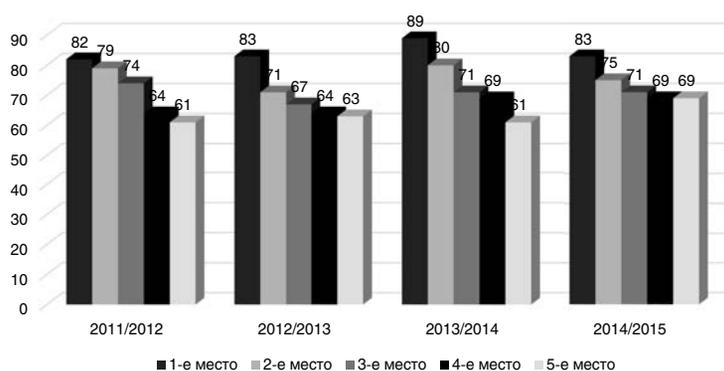
Fig. 3. Distribution of points among the top five teams in the season 2011–2015, England

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Англии:
<http://www.eurosport.ru/football/premier-league/calendar-result.shtml>

Таблица 3. Распределение первых пяти мест, Англия**Table 3.** Distribution of top five places, England

Сезон	1-е место	2-е место	3-е место	4-е место	5-е место
2011/2012	Манчестер Сити	Манчестер Юнайтед	Арсенал	Тоттенхэм	Ньюкасл
2012/2013	Манчестер Юнайтед	Манчестер Сити	Челси	Арсенал	Тоттенхэм
2013/2014	Манчестер Сити	Ливерпуль	Челси	Арсенал	Эвертон
2014/2015	Челси	Манчестер Сити	Арсенал	Манчестер Юнайтед	Тоттенхэм

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Англии:
<http://www.eurosport.ru/football/premier-league/calendar-result.shtml>

**Рис. 4.** Распределение очков среди лучших пяти команд по итогам сезонов 2011–2015, Франция**Fig. 4.** Distribution of points among the top five teams in the season 2011–2015, France

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Франции:
<http://www.eurosport.ru/football/ligue-1/calendar-result.shtml>

Таблица 4. Распределение первых пяти мест, Франция**Table 4.** Distribution of top five places, France

Сезон	1-е место	2-е место	3-е место	4-е место	5-е место
2011/2012	Монпелье	Пари Сен-Жермен	Лилль	Олимпик Лион	Бордо
2012/2013	Пари Сен-Жермен	Олимпик Марсель	Олимпик Лион	Ницца	Сент-Этьен
2013/2014	Пари Сен-Жермен	Монако	Лилль	Сент-Этьен	Олимпик Лион
2014/2015	Пари Сен-Жермен	Олимпик Лион	Монако	Олимпик Марсель	Сент-Этьен

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Франции:
<http://www.eurosport.ru/football/ligue-1/calendar-result.shtml>

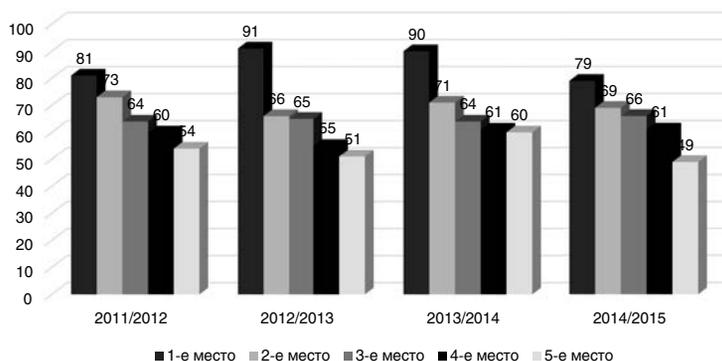


Рис. 5. Распределение очков среди лучших пяти команд по итогам сезонов 2011–2015, Германия

Fig. 5. Distribution of points among the top five teams in the season 2011–2015, Germany

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Германии:
<http://www.eurosport.ru/football/bundesliga/calendar-result.shtml>

Таблица 5. Распределение первых пяти мест, Германия

Table 5. Distribution of top five places, Germany

Сезон	1-е место	2-е место	3-е место	4-е место	5-е место
2011/2012	Боруссия Дортмунд	Бавария Мюнхен	Шальке 04	Боруссия Менхенгладбах	Байер
2012/2013	Бавария Мюнхен	Боруссия Дортмунд	Байер	Шальке 04	Фрайбург
2013/2014	Бавария Мюнхен	Боруссия Дортмунд	Шальке 04	Байер	Вольфсбург
2014/2015	Бавария Мюнхен	Вольфсбург	Боруссия Менхенгладбах	Байер	Аугсбург

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Германии:
<http://www.eurosport.ru/football/bundesliga/calendar-result.shtml>

и есть команды, которые занимают другие, чем в предшествующем сезоне, места среди первых пяти). Такая же динамика наблюдается и в российском чемпионате, где за зону еврокубков борются как минимум 6–7 команд (рис. 6, табл. 6).

Помимо увеличения числа клубов с равными шансами на выигрыш в серии матчей происходит ужесточение конкуренции между традиционными соперниками — командами, которые на протяжении не одного турнира ведут борьбу за чемпионский титул. Как правило, игроки именно этих команд ежегодно борются за титулы лучших игроков по итогам сезона (табл. 7).

Есть мнение, что такой уровень конкуренции недостаточен, что мировой спорт, а в особенности футбол, монополизирован, — это обеспечивается самим устройством спортивных лиг. Ниже приведен обзор теоретических работ, в которых рассматриваются разные подходы к понятию конкуренции в спортивных лигах, а также разные способы ее оценки.

Подходы к оценке конкуренции в футболе

Клубная конкуренция воспринимается болельщиками и экономистами по-разному,

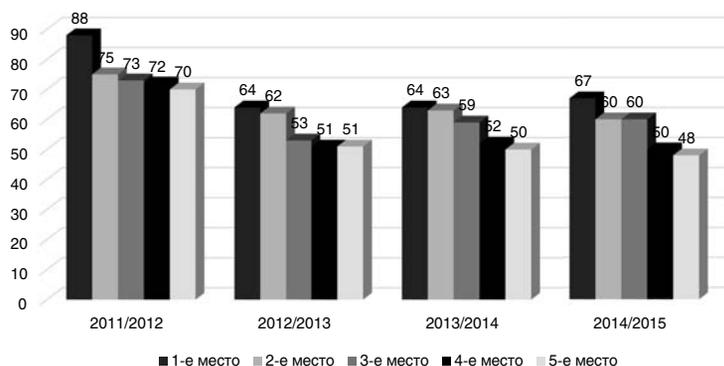


Рис. 6. Распределение очков среди лучших пяти команд по итогам сезонов 2011–2015, Россия

Fig. 6. Distribution of points among the top five teams in the season 2011–2015, Russia

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата России:
<http://www.eurosport.ru/football/russian-football-premier-league/calendar-result.shtml>

Таблица 6. Распределение первых пяти мест, Россия

Table 6. Distribution of top five places, Russia

Сезон	1-е место	2-е место	3-е место	4-е место	5-е место
2011/2012	Зенит	Спартак	ЦСКА	Динамо	Анжи
2012/2013	ЦСКА	Зенит	Анжи	Спартак	Кубань
2013/2014	ЦСКА	Зенит	Локомотив	Динамо	Краснодар
2014/2015	Зенит	ЦСКА	Краснодар	Динамо	Рубин

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата России:
<http://www.eurosport.ru/football/russian-football-premier-league/calendar-result.shtml>

Таблица 7. Лучшие игроки, Испания

Table 7. Best players, Spain

Сезон	1-е место	2-е место
2011/2012	Л. Месси (Барселона) — 50 голов	К. Роналду (Реал) — 46 голов
2012/2013	Л. Месси (Барселона) — 46 голов	К. Роналду (Реал) — 34 гола
2013/2014	К. Роналду (Реал) — 31 гол	Л. Месси (Барселона) — 28 голов
2014/2015	К. Роналду (Реал) — 48 голов	Л. Месси (Барселона) — 43 гола

Список лучших бомбардиров чемпионата Испании:
<http://www.eurosport.ru/football/la-liga/standingperson.shtml>

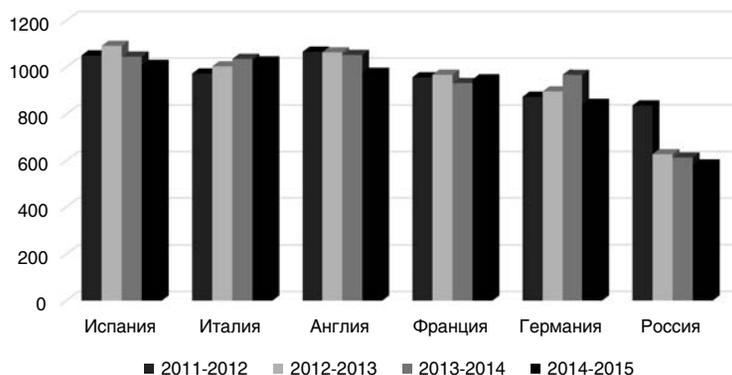


Рис. 7. Изменение количества забитых мячей за сезон

Fig. 7. Difference in goal scored within the season

Источник по количеству забитых мячей в разных национальных чемпионатах: <http://www.eurosport.ru/football/>

однако есть общие показатели, которые могут интересовать и тех и других. Во-первых, зрелищность лиги, которую можно оценить через изменение количества забитых голов за сезон. По этому показателю ведущие европейские лиги, а также Россия за последние 4 года демонстрируют устойчивое снижение.

Такая динамика, как правило, свидетельствует о том, что команды выравниваются по силе, и топ-клубы не имеют возможности забивать большое количество мячей даже аутсайдерам. В некоторых странах (например, в Италии и Германии) растет и количество ничейных игр в сезоне, что также может говорить об усилении борьбы между командами (рис. 8).

Возвращаясь к ротации команд, обратимся к более расширенной статистике — изменениям в первой десятке за те же сезоны. Как видно, шансы большого числа команд-аутсайдеров на попадание в зону еврокубков возрастают с каждым годом. В Испании 17 клубов за 4 сезона попадали в первую десятку, из них 5 клубов вылетали из высшего дивизиона, а еще 5 — стабильно занимают места в топ-10 (табл. 8). В Италии — 5 и 6 клубов из 16 соответственно, в Англии — 4 и 6 клубов из 15 попадавших в десятку, во Франции — 3 и 6 из 15 ко-

манд. Германия и Россия оказались среди наиболее устойчивых лиг — из 16 и 13 клубов, оказывавшихся по итогам сезона в десятке за последние 4 года, лишь по 2 из каждой страны выбывали в низший дивизион, а 5 и 8 занимали места только в пределах топ-10 соответственно (табл. 9–13).

Еще один индикатор, который мог бы характеризовать конкуренцию между командами во внутреннем чемпионате, — количество клубов, представленных игроками в сборной команды страны. С 2010 г., когда чемпионат мира по футболу проходил в Южной Африке, состав сборных команд претерпел значительные изменения (для сравнения брались заявочные списки на финальный этап соревнований в 2010 и 2014 гг.)¹. В Германии и Испании, например, уменьшилось число национальных клубов, представленных в сборной, в то время как во Франции значительно увеличилось представительство местных клубов, а в Англии и Италии — существенных изменений не произошло (рис. 9–13).

Разброс очков внутри турнирной таблицы может быть еще одним показателем степени борьбы клубов внутри националь-

¹ Данные охватывают только тех футболистов, которые играют за клуб в своей национальной лиге.

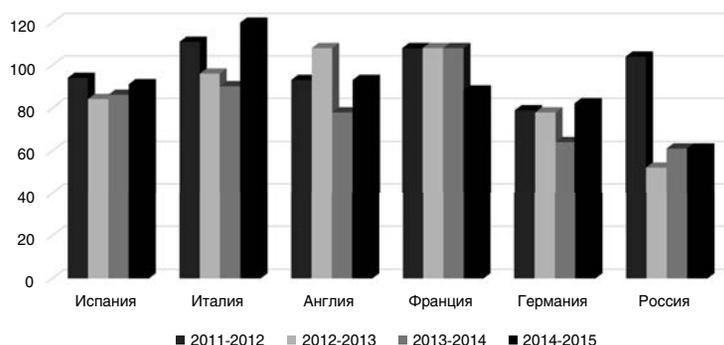


Рис. 8. Количество ничейных игр в сезоне в ведущих европейских чемпионатах

Fig. 8. Number of draws within the season in the major European leagues

Источник по количеству ничейных игр в разных национальных чемпионатах: <http://www.eurosport.ru/football/>

Таблица 8. Динамика выступлений клубов, попадавших в первую десятку по итогам сезонов 2011–2015, Испания

Table 8. Performance dynamic of top-10 clubs in seasons 2011–2015, Spain*

Сезон	Реал Мадрид	Барселона	Валенсия	Малага	Атлетико	Леванте	Осасуна	Мальорка	Севилья	Атлетик	Реал Сосьедад	Бетис	Райо Вальекано	Хетафе	Вильярреал	Сельта	Эспаньол
2011/2012	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	13	15	11	18	—	14
2012/2013	2	1	5	6	3	11	16	18	9	12	4	7	8	10	—	17	13
2013/2014	3	2	8	11	1	10	18	—	5	4	7	20	12	13	6	9	14
2014/2015	2	1	4	9	3	14	—	—	5	7	12	—	11	15	6	8	10

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Испании: <http://www.eurosport.ru/football/la-liga/calendar-result.shtml>

* Здесь и далее — пустые клетки означают, что команда не попала в Топ-10 по итогам сезона.

Таблица 9. Динамика выступлений клубов, попадавших в первую десятку по итогам сезонов 2011–2015, Италия

Table 9. Performance dynamic of top-10 clubs in seasons 2011–2015, Italy

Сезон	Ювентус	Милан	Удинезе	Лацио	На-поли	Интер	Рома	Парма	Болонья	Кьево	Фиорентина	Катания	Торино	Верона	Дженоа	Сампdoria
2011/2012	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	13	11	—	—	17	—
2012/2013	1	3	5	7	2	9	6	10	13	12	4	8	16	—	17	14
2013/2014	1	8	14	9	3	5	2	6	19	16	4	18	7	10	13	12
2014/2015	1	10	16	3	5	8	2	20	—	14	4	—	9	13	6	7

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Италии: <http://www.eurosport.ru/football/serie-a/calendar-result.shtml>

Таблица 10. Динамика выступлений клубов, попадавших в первую десятку по итогам сезонов 2011–2015, Англия

Table 10. Performance dynamic of top-10 clubs in seasons 2011–2015, England

Сезон	Манчестер Сити	Манчестер Юнайтед	Арсенал	Тоттенхэм	Ньюкасл	Челси	Эвертон	Ливерпуль	Фулхэм	Вест Бромвич	Суонси	Вест Хэм	Саутгемптон	Сток Сити	Кристал Пэлас
2011/2012	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	—	—	14	—
2012/2013	2	1	4	5	16	3	6	7	12	8	9	10	14	13	—
2013/2014	1	7	4	6	10	3	5	2	19	17	12	13	8	9	11
2014/2015	2	4	3	5	15	1	11	6		13	8	12	7	9	10

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Англии:
<http://www.eurosport.ru/football/premier-league/calendar-result.shtml>

Таблица 11. Динамика выступлений клубов, попадавших в первую десятку по итогам сезонов 2011–2015, Франция

Table 11. Performance dynamic of top-10 clubs in seasons 2011–2015, France

Сезон	Монпелье	ПСЖ	Лилль	Лион	Бордо	Ренн	Сент-Этьен	Тулуза	Эвиан	Марсель	Ницца	Лорьян	Монако	Бастия	Генгам
2011/2012	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	13	17	—	—	—
2012/2013	9	1	6	3	7	13	5	10	16	2	4	8	—	12	—
2013/2014	15	1	3	5	7	12	4	9	14	6	17	8	2	10	16
2014/2015	7	1	8	2	6	9	5	17	18	4	11	16	3	12	10

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Франции:
<http://www.eurosport.ru/football/ligue-1/calendar-result.shtml>

Таблица 12. Динамика выступлений клубов, попадавших в первую десятку по итогам сезонов 2011–2015, Германия

Table 12. Performance dynamic of top-10 clubs in seasons 2011–2015, Germany

Сезон	Боруссия Д	Бавария	Шальке-04	Боруссия М	Байер	Штутгарт	Ганновер 96	Вольфсбург	Вердер	Нюрнберг	Фрайбург	Айнтрахт Ф	Гамбург	Майнц	Аугсбург	Хоффенхайм-1899
2011/2012	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	—	15	13	14	11
2012/2013	2	1	4	8	3	12	9	11	14	10	5	6	7	13	15	16
2013/2014	2	1	3	6	4	15	10	5	12	17	14	18	16	7	8	9
2014/2015	7	1	6	3	4	14	13	2	10	—	17	9	16	11	5	8

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата Германии:
<http://www.eurosport.ru/football/bundesliga/calendar-result.shtml>

Таблица 13. Динамика выступлений клубов, попадавших в первую десятку по итогам сезонов 2011–2015, Россия

Table 13. Performance dynamic of top-10 clubs in seasons 2011–2015, Russia

Сезон	Зенит	Спартак	ЦСКА	Динамо	Анжи	Рубин	Локомотив	Кубань	Краснодар	Амкар	Терек	Ростов	Мордовия
2011/2012	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	—
2012/2013	2	4	1	7	3	6	9	5	10	11	8	13	15
2013/2014	2	6	1	4	16	9	3	8	5	10	12	7	—
2014/2015	1	6	2	4	—	5	7	10	3	11	9	14	8

Источник первичных статистических данных о результатах национального чемпионата России: <http://www.eurosport.ru/football/russian-football-premier-league/calendar-result.shtml>

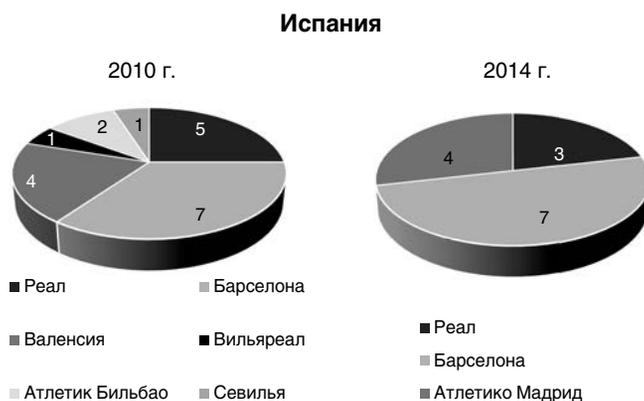


Рис. 9. Представительство игроков на чемпионатах мира, Испания

Fig. 9. Players' Representativeness in World Cups, Spain

Составы сборной команды Испании: http://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/Futbol/Sbornaya-Ispanii-Futbol

ных чемпионатов. Например, по разнице очков между медианным клубом и клубами, занимавшими по итогам сезонов первое и последнее места, наиболее сбалансированный чемпионат — чемпионат Италии (а единственный чемпионат из рассматриваемых, в котором медианный клуб был ближе к первой половине клубов по очкам, чем ко второй, — чемпионат России в сезоне 2012/2013) (табл. 14).

Дополнительно лиги можно сравнивать по вероятности выигрыша медианной команды у самой сильной [Koning, 2009], или по стандартному отклонению от ситуации, когда вероятность выиграть одинакова для

всех команд [Giocoli, 2007], или по разнице в усилиях, необходимых для вероятностного выигрыша, — способы могут быть использованы самые разные в зависимости от того, какова цель оценки.

Для оценки влияния факторов конкурентной борьбы между клубами (распределение таланта в лиге, представительство команд из одного города и др. — см. ниже) на посещаемость матчей используют регрессионные модели, в которых оценивается значимость соответствующих параметров. Например, эконометрическими методами было доказано, что максимальная посещаемость английских стадионов за некоторый

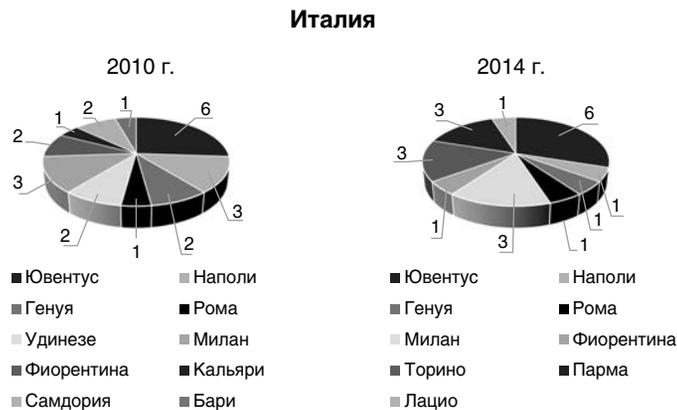


Рис. 10. Представительство игроков на чемпионатах мира, Италия

Fig. 10. Players' Representativeness in World Cups, Italy

Составы сборной команды Италии: http://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/Futbol/Sbornaya-Italii-Futbol

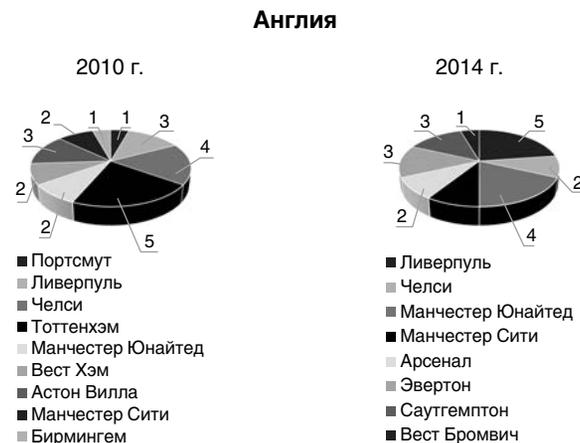


Рис. 11. Представительство игроков на чемпионатах мира, Англия

Fig. 11. Players' Representativeness in World Cups, England

Составы сборной команды Англии: http://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/Futbol/Sbornaya-Anglii-Futbol

рассматриваемый период имела место тогда, когда вероятность выигрыша команды-хозяйки была в два раза выше, чем команды гостей.

Для сравнения лиг друг с другом используют стандартные индексы: индекс Херфиндаля–Хиршмана $H1$ (сумма квадратов долей очков всех команд лиги), H -индекс конкурентного равновесия (отношение $H1$ к $H1$ идеально конкурентной лиги), индекс концентрации CR (доля очков, которую зара-

ботали первые пять команд), $C5$ индекс конкурентного равновесия (CR выбранной лиги к эталонной, идеально конкурентной лиге), уровень генеральной энтропии и др. [Pawlowski et al., 2010; Vorooh, Mangan, 2012]. Индексы позволяют проводить рейтингование национальных лиг и сравнивать их по неограниченному числу оснований. Сами по себе лиги также могут влиять на степень конкурентной борьбы между клубами, входящими в лигу.

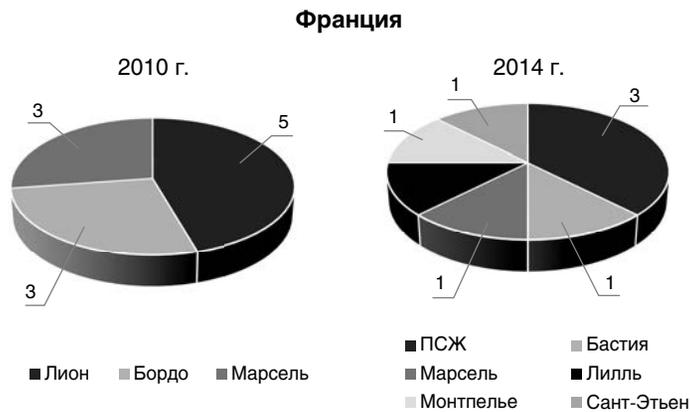


Рис. 12. Представительство игроков на чемпионатах мира, Франция

Fig. 12. Players' Representativeness in World Cups, France

Составы сборной команды Франции: http://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/Futbol/Sbornaya-Francii-Futbol

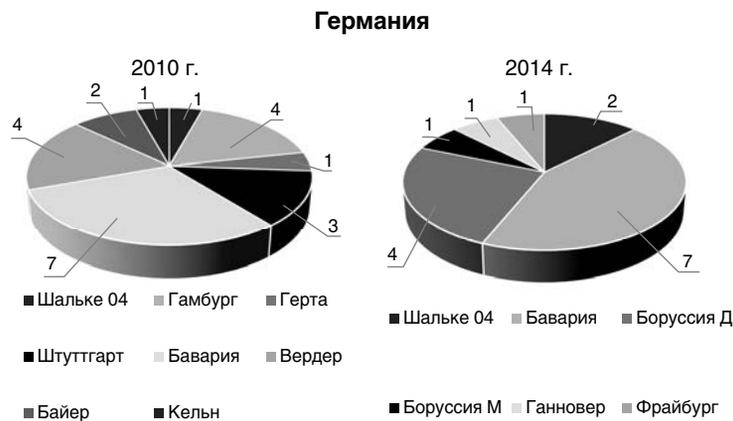


Рис. 13. Представительство игроков на чемпионатах мира, Германия

Fig. 13. Players' Representativeness in World Cups, Germany

Составы сборной команды Германии: http://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/Futbol/Sbornaya-Germanii-Futbol

Конкуренция за призовые места в турнире: устройство спортивных лиг

Институциональная экономическая теория объясняет, что клубы объединяются в лигу для снижения транзакционных издержек (издержек по организации кругового турнира, распределению совместного дохода и др.). Такое объединение дает клубам преимущество: доступ на «рынок» (т.е. право на участие в турнирах) имеют только те, кто

присоединился к ассоциации (юридическая форма организации спортивной лиги). Клубы борются между собой за победу в турнире, поддерживая определенный уровень конкуренции внутри лиги. Одновременно они создают совместный продукт и тем самым зависят друг от друга. Это создает в спортивных лигах уникальную ситуацию конкурентной кооперации, которая позволяет участникам извлекать монопольную ренту [Budzinski, 2014].

Лиги отличаются друг от друга по разным основаниям. По структуре трудовых

Таблица 14. Разброс очков в европейских чемпионатах

Table 14. Points dispersion in the major European Leagues

Сезон	Испания		Италия		Англия	
	Δ (очки за 1-е место — очки медианной команды)	Δ (очки медианной команды — очки за последнее место)	Δ (очки за 1-е место — очки медианной команды)	Δ (очки медианной команды — очки за последнее место)	Δ (очки за 1-е место — очки медианной команды)	Δ (очки медианной команды — очки за последнее место)
2011/2012	51	22	35	27	42	12
2012/2013	53	13	38	27	43	21
2013/2014	42	23	48	29	37	19
2014/2015	45	29	35	33	39	18
Сезон	Франция		Германия		Россия	
	Δ (очки за 1-е место — очки медианной команды)	Δ (очки медианной команды — очки за последнее место)	Δ (очки за 1-е место — очки медианной команды)	Δ (очки медианной команды — очки за последнее место)	Δ (очки за 1-е место — очки медианной команды)	Δ (очки медианной команды — очки за последнее место)
2011/2012	34	14	39	19	27	
2012/2013	32	22	46	24	16	29
2013/2014	40	26	46	19	26	18
2014/2015	34	20	36	12	29	13

Источник данных по заработанным очкам в национальных чемпионатах: <http://www.eurosport.ru/football/>

ресурсов лиги могут быть трех видов: страны — импортеры талантов с низкой долей национальных игроков; страны-экспортеры, в которых доля национальных игроков во внутренней лиге остается высокой, даже несмотря на импорт талантов за рубеж; страны, одновременно являющиеся экспортерами и импортерами (например, Испания или Германия). В зависимости от наличия связей между основными и юношескими командами различают лиги, в которых юношеские команды «связаны» (испанская лига) и «не связаны» (английская лига) с основными. Например, в футбольном клубе «Челси» после побед юношеских команд до 18 и до 21 года в 2014 г. во всех основных турнирах появилось только два новых молодых

игрока с английским паспортом из пятерых, что говорит о низкой конвергенции составов двух команд [Hardmana, Iorwertha, 2014].

Общий подход в литературе состоит в выделении двух основных типов спортивных лиг: американские и европейские. Они отличаются друг от друга устройством трансферного рынка и регулирующих институтов [Disney, 2006]. В США лиги создаются по принципу территориальной эксклюзивности: город имеет право быть представленным в лиге не более чем одной командой. Этот принцип институционально закреплён сделками по «покупке территории» — получением права играть на определенной территории и представлять ее в лиге за дополнительную плату. Например, бейсболь-

ная команда «Нью-Йорк Метс» заплатила клубу «Нью-Йорк Янкиз» 10 000 000 долларов за право представлять город Нью-Йорк в бейсбольном чемпионате. Схожие контрибуции выплачивали «Калифорния Энджелс» и «Окленд Атлетикс» за право играть в Лос-Анджелесе и Сан-Франциско соответственно [Noll, 2003].

В европейских странах подобных практик нет, наоборот, достаточно распространены случаи наличия в одном городе нескольких спортивных клубов, играющих в одном и том же дивизионе. Например, город Шеффилд в девяностые годы XX в. в английской Премьер-лиге был представлен двумя клубами — «Шеффилд Юнайтед» и «Шеффилд Уэндсдей». Как видно из таблицы средней посещаемости и совокупной выручки за сезоны, динамика показателей для двух клубов была одинаковой, за исключением сезона 1994/1995, когда «Шеффилд Юнайтед» вылетел в первый дивизион и потерял 20% посещаемости и доходов (табл. 15). Однако оттока болельщиков к «Шеффилд Уэндсдей» за этот период не произошло, наоборот, наблюдалось аналогичное снижение посещаемости и выручки клуба, что могло

свидетельствовать о низкой эффективности правил в лиге [Noll, 2003].

Аналогичное исследование проводилось на примере немецкой Бундеслиги [Breuer, 2009]. Теоретические предположения модели были выбраны следующие:

- в городе есть два клуба, играющих на двух разных стадионах;
- жители ведут себя как рациональные потребители и не имеют заданных предпочтений: игра клубов в одном дивизионе для них означает, что клубы предоставляют услугу одинакового качества;
- жители получают некоторый уровень удовольствия от игры команды в первом (θ_1) и низшем (θ_2) дивизионах; цена билетов учитывается в функции полезности $U(\theta_1)$ для первого (высшего) дивизиона и $U(\theta_2)$ — для низшего.

В периоде 1 клубы играют в разных дивизионах, т. е. предоставляют услуги разного качества. Уровень благосостояния (благополучия) в таком случае составляет $U(\theta_1) - tD$ и $U(\theta_2) - t(1 - D)$ с линейными затратами на транспортировку до стадиона t и расстоянием от места жительства потребителя до стадиона клуба D . Безразличный

Таблица 15. Динамика посещаемости стадиона в Шеффилде и выручки клубов «Шеффилд Юнайтед» и «Шеффилд Уэндсдей» в сезонах 1992–1999

Table 15. Stadium attendance in Sheffield and revenue dynamic of «Sheffield United» and «Sheffield Wednesday» in seasons 1992–1999

Год	Шеффилд Юнайтед			Шеффилд Уэндсдей		
	Итоговое место в чемпионате	Посещаемость	Выручка, тыс. фунтов	Итоговое место в чемпионате	Посещаемость	Выручка, тыс. фунтов
1992	P-9	21 805	4 265	P-3	29 578	7 516
1993	P-14	18 801	6 060	P-7	27 263	12 806
1994	P-20	19 562	5 431	P-7	27 191	11 914
1995	1–8	14 462	4 325	P-13	26 572	10 995
1996	1–9	12 901	4 311	P-15	24 877	10 078
1997	1–5	16 638	5 133	P-7	25 693	14 335
1998	1–6	17 942	8 536	P-16	28 709	16 303
1999	1–8	16 243	6 421	P-12	26 745	19 124

Источник: [Noll, 2003].

потребитель находится на отрезке между стадионами ближе к стадиону второго клуба (для него равенство уровней благосостояния наступит тогда, когда ценность близости стадиона второго клуба станет сопоставима с полезностью от посещения матчей первой команды):

$$D^* = \frac{U(\theta_1) - U(\theta_2)}{2t} + \frac{1}{2}.$$

В ситуации появления второго клуба безразличный потребитель смещается точно в центр: $D^* = \frac{1}{2}$. В статье сделано предположение, что клуб-монополист, таким образом, должен столкнуться с падением спроса при появлении конкурента в том же городе. Однако анализ эмпирических данных с 1963 г. показал, что в шести городах, в которых имела место двухклубная модель представительства (Берлин, Бохум, Кельн, Гамбург, Мюнхен, Штутгарт), предпочтения болельщиков если и менялись, то независимо от факта появления нового клуба, в частности:

- в Берлине в сезонах 1974/1975 и 1976/1977 клуб «Теннис-Боруссия» совместно с клубом «Герта» привлек на стадион больше посетителей, чем при игре одного клуба;

- в Штутгарте в сезонах 1988/1989 и 1991/1992 имело место падение спроса на билеты, несмотря на рост интереса к футболу во всей лиге и увеличение предложения со стороны клубов «Штутгарт» и «Штутгартер Кикерс»;

- в Бохуме игра клубов «Бохум» в сезонах 1990/1993, 1994/1995 и далее, а также «Ватеншайд 09» (с 1990 по 1994 г.) не привлекла новых посетителей на стадионы; аналогичные результаты были получены автором статьи для Кельна (отсутствие влияния игры второго клуба в городе, «Фортуна Кельн», в сезоне 1973/1974), Гамбурга, в котором с 1963 г. играет спортивный клуб «Гамбург» и в совокупности шесть сезо-

нов за период с 1977 по 2002 г. провел клуб «Сант Паули», а также для Мюнхена, представленного клубами «Мюнхен 1860», «Бавария» (с 1975 г.), «Унтерхашинг» (с 1999 по 2002 г.).

Подобные работы направлены на анализ экономических последствий преодоления территориальной эксклюзивности в лиге. Разные типы эксклюзивности (командная, территориальная, лиговая) поддерживаются за счет права руководства лиг на регулирование следующих вопросов:

- 1) лицензирование клубов и политика *fair play* (политика балансирования расходов по доходам), направленные на обеспечение гарантий финансовой стабильности клубов и минимизацию риска банкротства, поскольку в рамках национальной лиги потери одного клуба могут серьезно повлиять на благополучие остальных; это же ограничение мешает новым клубам реализовывать стратегию быстрого входа на рынок и завоевания популярности среди болельщиков, поскольку почти всегда ведет к необоснованным расходам и нарушению правил *fair play*;

- 2) правило мультидивизионального входа: до получения права играть в элитном высшем дивизионе клуб должен последовательно поиграть в нескольких низших лигах. В среднем в европейских национальных первенствах клуб может добраться до уровня премьер-лиг за четыре-пять лет — в России, например, последовательно преодолев IV и III дивизионы, Профессиональную футбольную лигу и Футбольную национальную лигу.

В США создана принципиально иная система отбора клубов в лиги: решение о присоединении нового клуба может быть принято только всеми действующими командами в лиге (монопольная система закрытых лиг). Вне зависимости от итогов выступлений по истечении сезона клубы всегда остаются в лиге и не подвергаются ротации [Махсу, 2014];

- 3) премии за вторые и третьи места, поскольку их привлекательность влияет на уровень усилий игроков [Ehrenberg, Borgnanno,

1990; Becker, Huselid, 1992; Lynch, Zax, 1998]. Было доказано, что в ассиметричных лигах из двух команд влияние второго призового места сводится к нулю; из трех — может привести к повышению уровня усилий игроков [Szymanski, Valletti, 2002];

4) организация прав собственности на клубы. Было доказано, что, если клубы будут реорганизованы из некоммерческих ассоциаций в корпорации, ставящие перед собой цель максимизировать прибыль, уровень общественного благосостояния повысится [Dietl et al., 2009], причем в смешанных лигах (часть команд максимизирует количество побед, часть — прибыль) этот эффект выше, поскольку именно такие лиги наиболее конкурентно сбалансированы [Werner, 2009];

5) ограничение количества клубов в лиге. Лиги могут достаточно существенно отличаться друг от друга: от 9 клубов в Литве до 20 — в испанской La Liga, причем, как правило, не существует четкой зависимости между численностью населения и количеством клубов: в английской Премьер-лиге участвует на четыре команды больше, чем в российской, несмотря на то, что численность населения Англии в три раза меньше численности населения России.

В спортивной экономической литературе представлен ряд работ, посвященных определению оптимального количества клубов в лиге. Их результаты свидетельствуют о том, что число клубов в национальных лигах меньше числа клубов в ситуации рыночного равновесия. Например, определив спрос на футбольные матчи формулой

$d = ma - b \cdot \frac{p}{q}$ (где a — популярность футбола; m — емкость рынка; p — средняя цена на билет; b — уровень дохода в стране; q — уровень качества лиги), можно доказать, что в ситуации свободной конкуренции количество клубов в равновесии и социальный оптимум (в том числе выигрыш болельщиков) были бы выше [Noll, 1999; Kesenne, 2009];

6) система перераспределения доходов, включая средства от продажи прав на телетрансляции. Итальянская лига считается одной из наиболее привлекательных по критерию денежных поступлений от трансляции матчей, однако система перераспределения устроена так, что на три ведущих клуба приходится половина всех доходов лиги. В остальных ведущих пяти европейских лигах ситуация хоть и более равная, однако остается проблемной в аспекте поддержки конкурентного равновесия и обеспечения возможностей клубов инвестировать в своих игроков [Ross, Szymanski, 2005].

Таким образом, в лигах воспроизводятся правила, по которым ограниченное число клубов делит между собой доход и регулирует появление новых клубов через ограничение общего количества клубов в лиге, права на необоснованные расходы, а также способы принятия решений в клубах (ограничение по предпочитаемым организационным формам клубов).

Интересно, что более монополизированный американский спорт по результатам исследований является более конкурентным по сравнению с европейским [Peeters, Szymanski, 2013]. Для такой оценки конкурентности национальных спортивных лиг используются разные группы методов, включая методы организационного сравнения (юридические методы, методы анализа институтов, позволяющие увидеть различия в способах устройства лиг), методы сравнения по модели Вальраса (для анализа закрытых лиг), методы сравнения с использованием равновесия по Нэшу (для анализа поведенческой стратегии клуба без влияния решения других клубов), эмпирические методы [Andreff, 2011]. Однако ни один из методов на сегодняшний день не позволяет определить оценку влияния конкуренции в лиге на общественное благосостояние: конкурентные лиги не позволяют максимизировать совокупный излишек в ситуации с клубами, максимизирующими прибыли

[Dietl et al., 2009]. Поэтому в текущей ситуации, как бы ни менялось конкурентное равновесие в ведущих лигах, влияние на общественное благосостояние оно будет иметь незначительное.

Конкуренция за таланты: влияние распределения талантов на конкурентное равновесие в лиге

Спорт как экономическая деятельность является высоко трудоемким, т. е. зависящим от качества человеческого ресурса. Правила распределения талантов между командами могут оказывать существенное влияние на баланс сил в лиге. Такие правила регулируют: количество иностранцев, которые могут быть заявлены командой на сезон, игру или одновременно находиться на поле; количество молодых футболистов из юношеских команд в заявке основной команды и их юридические обязательства в отношении основной команды; максимальный уровень заработной платы спортсменов («потолок зарплат»), — все то, что может оказать влияние на спрос и предложение на талант в лиге.

Из общей экономической теории известно, что ограничения на рынке (в том числе на рынке труда) снижают совокупный излишек производителей и потребителей (в данном случае — клубов, футболистов, болельщиков). Либерализация трансферного рынка приводит к увеличению срока контрактов футболистов — срока, в течение которого клуб имеет монопольное право на труд спортсмена и может продавать его по установленной цене — цене продавца. Также, как показывает европейский опыт реализации «правила Босмана» с 1995 г., имеет место усиление международной мобильности игроков и повышение уровня их зарплат.

Интересно, что в спортивной экономической литературе нет единого мнения о влиянии лимита на легионеров (ограничений в отношении футболистов, не имеющих права выступать за сборную команду страны,

в которой играет их клуб) на сбалансированность лиги. С одной стороны, если клубы ограничены в возможности привлекать таланты, это может вызывать рост разрыва между клубами по их покупательной силе: сильные клубы привлекают более талантливых игроков, слабые — оставшихся по силе игроков, и тогда при небольшой численности населения разница между сильными и слабыми клубами будет существенной, и это будет влиять на распределение сил в лиге. В таком случае маленькие клубы будут вынуждены либо продавать своих звездных футболистов до завершения контракта с целью получения дополнительного дохода, либо отстаивать необходимость снятия барьеров и импорта игроков [Ericson, 2000].

С другой стороны, концентрация талантов в топ-клубах может происходить и в условиях свободного доступа к иностранному рынку игроков. Как показывает опыт отдельных стран, в которых за последние несколько лет происходит ужесточение лимита (например, в России), такое регулирование может быть необходимо для ограничения спроса отдельных клубов на иностранных игроков мирового уровня, которые не по карману большинству других клубов. Например, есть мнение, что футбольный клуб «Анжи» в отсутствие лимита мог бы повторить стратегию и успех клуба «Манчестер Сити», выступающего в английской Премьер-лиге без ограничений по количеству игроков-легионеров [Charyev, 2014]. Это резко сократило бы количество претендентов на победу в российском чемпионате и тем самым снизило уровень конкуренции в лиге.

Обратимся к соответствующим теоретическим исследованиям. Предположим, в лиге устанавливается неравный доступ к талантам: более сильные клубы имеют больше возможностей купить талантливого игрока, чем слабые; существует неограниченное количество ординарных игроков и ограниченное число талантливых. Пусть также клубы играют друг с другом серию матчей. Соотношение их сил задано экзогенно; клубы

покупают игроков на рынке; от того, в какой пропорции разделились между клубами талантливые игроки, зависит вероятность выигрыша в турнире из нескольких матчей [Flores et al., 2010].

Распределение игроков по клубам происходит в формате аукциона: в равновесии предложение соответствует спросу обоих клубов на талантливых игроков. У более сильного клуба более высокий спрос на талантливых игроков, ибо, по мнению авторов, он может быстрее монетизировать успех команды; соответственно, в равновесии более сильный клуб покупает большее число талантливых игроков, укрепляя тем самым диспропорцию на рынке.

В случае, если число игроков на рынке увеличивается (например, за счет импорта игроков), клубы могут купить большее число талантливых игроков (так как их цена снизится), однако их пропорциональное распределение между клубами останется на том же уровне, т. е. более сильный клуб вновь будет обладать большим уровнем таланта и, соответственно, большей вероятностью выиграть турнир. В такой модели импорт таланта не приводит к выравниванию сил между клубами.

Вместе с тем, если предположить, что клубы не одновременно проводят аукцион и покупают игроков, а делают это последовательно (в соответствии с моделью Штакельберга более сильный клуб первым делает предложение талантливым игрокам), тогда может иметь место ситуация, при которой более сильный клуб покупает больше талантливых игроков, чем ему действительно необходимо для комплектации команды. Или же он может быть укомплектован настолько, что импорт игроков никак не затронет сильный клуб, но увеличит число талантливых игроков в слабом клубе. Если принять эти две предпосылки, то подтверждается вывод, что импорт талантов может привести к изменению расстановки сил в лиге: в случае, если сильный клуб уже укомплектован, а слабый имеет возмож-

ность укомплектоваться за счет новых игроков, происходит снижение диспропорции между клубами; если изначально на рынке было представлено мало талантливых игроков и импортировано было также небольшое число игроков, то более сильный клуб станет еще сильнее; если оба клуба в первый момент времени укомплектовались талантливыми игроками, то импорт игроков не окажет никакого воздействия на баланс сил в лиге.

Выводы

Исследования по спортивной конкуренции активизировались в спортивной экономической науке еще в 60–70-х годах XX в. Многие правила с тех пор изменились, однако в целом проблема институциональных ограничений в устройстве лиг и низкой конкуренции на рынке игроков так и осталась нерешенной.

Работы, посвященные анализу правил проведения турниров, включая национальные чемпионаты, организуемые лигой, доказывают отсутствие идеальных правил, которые не позволяли бы возникнуть ситуации, когда какой-то команде выгоднее играть не на максимальный результат. Иными словами, ограничения в устройстве лиг приводят к тому, что максимизации целевой функции клуба можно достигнуть при нарушении принципа честной борьбы.

Многие работы по конкурентной политике включают рекомендации по борьбе с монополизацией или поддержке минимального уровня конкуренции внутри лиг. Одно из наиболее популярных решений связано с открытием самого рынка спортивных услуг и переходом от национальных лиг к общему экономическому и правовому пространству [Kesenne, 2000]. Считается, что без таких радикальных мер либерализация рынка труда приводит к еще большей дифференциации между сильными и слабыми клубами, т. е. негативно влияет на конкурентное соотношение между лигами и внутри лиг.

Прототипом такого общего рынка выступает Лига чемпионов. Однако поскольку в турнире могут участвовать только лучшие команды (нередко это означает, что самые богатые), это нарушает критерий доступности рынка: маленькие клубы или клубы из небольших стран не имеют возможности принимать участие в соревнованиях.

Некоторые авторы высказываются также за принудительное ограничение рыночной доли ведущих клубов. Причина такой радикальной политики состоит в том, что согласно требованию независимости распределения ресурсов Коуза решения на трансферном рынке не повлекут за собой изменений в конкурентном равновесии: изменение прав собственности на услуги футболистов и система перераспределения дохода не влияют на конкурентное равновесие, а лишь увеличивают уровень зарплат (что и произошло в США и Европе после либерализации рынков).

В России при наличии задачи повышения популярности футбола (повышения спроса на матчи) конкурентная политика практически не реализуется. Вместе с тем именно она влияет на создание стимулов для инвестирования: если конкуренция в лиге будет низкая, будут создаваться стимулы для притока частного капитала в крупные успешные клубы. В высококонкурентных лигах, наоборот, происходит смещение интереса к маленьким клубам, что положительно влияет на развитие футбола в стране [Lang et al., 2011].

Представляется, что исследования по теме конкуренции в спорте должны отвечать на вопрос, повышается ли качество игры в более конкурентных лигах. Сравнение качества может быть произведено как на примере обзора результативности национальных сборных команд, так и на примере сравнительного анализа выступления клубов во внутреннем чемпионате. При этом необходимо иметь в виду следующие ограничения:

- целеполагание — какова конечная цель, ради которой ставится задача повы-

шения посещаемости стадионов, в том числе благодаря более конкурентным лигам?

- недостаточное количество эмпирических данных — целесообразно исследовать опыт российского футбола, т. е. данные ограничиваются периодом с 1991 г., в то время как ведущие европейские лиги ведут статистику на протяжении как минимум последних 50–70 лет;

- многофакторность конкурентного анализа — как правило, успешный опыт одних стран по обеспечению конкурентного равновесия не может быть напрямую транслирован в другие национальные чемпионаты (риск *evidence based policy* — доказательной политики).

Список литературы

1. *Andreff W.* Some comparative economics of the organization of sports: competition and regulation in north American vs. European professional team sports leagues // *European Journal of Comparative Economics*. 2011. Vol. 8. No. 1. P. 3–27.
2. *Becker B. E., Huselid M. A.* The Incentive Effects of Tournament Compensation Systems // *Administrative Science Quarterly*. 1992. Vol. 37. No. 2. P. 336–350.
3. *Borooh V., Mangan J.* Measuring competitive balance in sports using generalized entropy with an application to English premier league football // *Applied Economics*. 2012. Vol. 44. No. 9. P. 1093–1102.
4. *Breuer M.* The demand for football tickets depending on the number of clubs in a city — Empirical evidence from Germany // *International Network for Economic Research Working Papers*. 2009. No. 5.
5. *Budzinski O.* The Competition Economics of Financial Fair Play // *Ilmenau Economics Discussion Papers*. 2004. Vol. 19. No. 85. P. 16–44.
6. *Charyev G.* Consequences of the limit on foreign players in Russian football // *Soccer & Society*. 2014. P. 1–17.
7. *Cialdini R. B., Borden R. J., Thorne A., Walker M. R., Freeman S., Sloan L. R.* Basking in Reflected Glory: Three (Football) Field Studies // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1976. Vol. 34. No. 3. P. 366–375.
8. *Dietl H., Lang M., Werner S.* Social Welfare in Sports Leagues with Profit-Maximizing and/or Win-Maximizing Clubs // *Southern Economic Journal*. 2009. Vol. 76. No. 2. P. 375–396.
9. *Disney R.* Remuneration of sports stars: implications for regulation // *CPE Working Paper*. 2006. Vol. 3.
10. *Ehrenberg R. G., Borgnanno M. L.* Do Tournaments Have Incentive Effects? // *The Journal of Political Economy*. 1990. Vol. 98. No. 6. P. 1307–1324.
11. *Ericson T.* The Bosman Case: Effects of the Abolition of the Transfer Fee // *Journal of Sports Economics*. 2000. Vol. 1. No. 3. P. 203–218.
12. *Flores R., Forrest D., Tena J. D.* Impact on Competitive Balance from Allowing Foreign Players in a Sports League:

- Evidence from European Soccer // *Kyklos*. 2010. Vol. 63. No. 4. P. 546–557.
13. Giocoli N. Competitive balance in football leagues when teams have different goals // *International Review of Economics*, Springer. 2007. Vol. 54. No. 3, P. 345–370.
 14. Hardmana A., Iorwertha H. Player quotas in elite club football // *Sport, Ethics and Philosophy*. 2014. Vol. 8. No. 2. P. 147–156.
 15. Kesenne S. Competition Policy in Professional Sports // *Scottish Journal of Political Economy*. 2000. Vol. 47. No. 4. P. 422–430.
 16. Kesenne S. The Peculiar International Economics of Professional Football in Europe // *Scottish Journal of Political Economy*. 2007. Vol. 54. No. 3. P. 388–399.
 17. Kesenne S. The optimal size of a sports league // *International Journal of Sport Finance*. 2009. Vol. 4. No. 4.
 18. Koning R. H. Sport and Measurement of Competition // *De Economist*. 2009. P. 229–249.
 19. Lang M., Grossmann M., Theiler P. The Sugar Daddy's Game: How Wealthy Investors Change Competition in Professional Team Sports // *Working Paper Series*. 2001. No. 11–07.
 20. Lynch J. G., Zax J. S. Prizes, Selection and Performance in Arabian Horse Racing // *Working Paper*. University of Colorado at Boulder. 1998. No. 98–26.
 21. Maxcy J. The American View on Financial Fair Play. In Budzinski O. and Feddersen, A. (Eds.) *Contemporary Research in Sports Economics: Proceedings of the 5th ESEA Conference*. Oxford, UK: Peter Lang International Academic Publishers. 2014.
 22. Neale W. C. The Peculiar Economics of Professional Sports // *Quarterly Journal of Economics*. 1964. Vol. 78. No. 1. P. 1–14.
 23. Noll R. G. Competition Policy in Professional Sports: Europe After the Bosman Case. Antwerp: Standaard, 1999. P. 17–43.
 24. Noll R. G. The organization of sports leagues // *Oxford Review of Economic Policy*. 2003. Vol. 19. No. 4. P. 530–551.
 25. Pawlowski T., Breuer C., Hovemann A. Top Clubs' Performance and the Competitive Situation in European Domestic Football Competitions // *Journal of Sports Economics — J SPORT ECON*. 2010. Vol. 11. No. 2. P. 186–202.
 26. Peeters T., Szymanski S. Financial fair play in European football // *Economic Policy*, CEPR; CES; MSH. 2014. Vol. 29 (78). P. 343–390.
 27. Ross S. F., Szymanski S. The Law & Economics of Optimal Sports League Design // *Tanaka Business School Discussion, Paper No. TBS/DP05/36*. Imperial College London. 2005.
 28. Sloane P. J. Rottenberg and the Economics of Sport after 50 Years: An Evaluation // *IZA Discussion Papers 2175*, Institute for the Study of Labor (IZA). 2006.
 29. Szymanski S., Valletti T. First and second prizes in imperfectly discriminating contests working paper. 2002.
 30. Werner S. K. The Institutional and Behavioral Economics of Professional Sports Leagues // *Shaker Verlag GmbH* 2009. —165 p.
 2. Becker B. E., Huselid M. A. The Incentive Effects of Tournament Compensation Systems. *Administrative Science Quarterly*, 1992, vol. 37, no. 2, pp. 336–350.
 3. Borooah V., Mangan J. Measuring competitive balance in sports using generalized entropy with an application to English premier league football. *Applied Economics*, 2012, vol. 44, no 9, pp. 1093–1102.
 4. Breuer M. The demand for football tickets depending on the number of clubs in a city — Empirical evidence from Germany. *International Network for Economic Research Working Papers*, 2009, no. 5.
 5. Budzinski O. The Competition Economics of Financial Fair Play. *Ilmenau Economics Discussion Papers*, 2004, vol. 19, no. 85, pp. 16–44.
 6. Charyev G. Consequences of the limit on foreign players in Russian football. *Soccer & Society*, 2014, pp. 1–17.
 7. Cialdini R. B., Borden R. J., Thorne A., Walker M. R., Freeman S., Sloan L. R. Basking in Reflected Glory: Three (Football) Field Studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976, vol. 34, no 3, pp. 366–375.
 8. Dietl H., Lang M., Werner S. Social Welfare in Sports Leagues with Profit — Maximizing and/or Win — Maximizing Clubs. *Southern Economic Journal*, 2009, vol. 76, no. 2, pp. 375–396.
 9. Disney R. Remuneration of sports stars: implications for regulation. *CPE Working Paper*, 2006, vol. 3.
 10. Ehrenberg R. G., Borgnanno M. L. Do Tournaments Have Incentive Effects?. *The Journal of Political Economy*, 1990, vol. 98, no. 6, pp. 1307–1324.
 11. Ericson T. The Bosman Case: Effects of the Abolition of the Transfer Fee. *Journal of Sports Economics*, 2000, vol. 1, no. 3, pp. 203–218.
 12. Flores R., Forrest D., Tena J. D. Impact on Competitive Balance from Allowing Foreign Players in a Sports League: Evidence from European Soccer. *Kyklos*, 2010, vol. 63, no. 4, pp. 546–557.
 13. Giocoli N. Competitive balance in football leagues when teams have different goals. *International Review of Economics*, Springer, 2007, vol. 54, no. 3, pp. 345–370.
 14. Hardmana A., Iorwertha H. Player quotas in elite club football. *Sport, Ethics and Philosophy*, 2014, vol. 8, no. 2, pp. 147–156.
 15. Kesenne S. Competition Policy in Professional Sports. *Scottish Journal of Political Economy*, 2000, vol. 47, no. 4, pp. 422–430.
 16. Kesenne S. The Peculiar International Economics of Professional Football in Europe. *Scottish Journal of Political Economy*, 2007, vol. 54, no. 3, pp. 388–399.
 17. Kesenne S. The optimal size of a sports league. *International Journal of Sport Finance*, 2009, vol. 4, no. 4.
 18. Koning R. H. Sport and Measurement of Competition. *De Economist*, 2009, pp. 229–249.
 19. Lang M., Grossmann M., Theiler P. The Sugar Daddy's Game: How Wealthy Investors Change Competition in Professional Team Sports. *Working Paper Series*, 2001, no. 11–07.
 20. Lynch J. G., Zax J. S. Prizes, Selection and Performance in Arabian Horse Racing. *Working Paper*, no. 98–26, 1998, University of Colorado at Boulder.
 21. Maxcy J. The American View on Financial Fair Play. In Budzinski O. and Feddersen, A. (Eds.) *Contemporary Research in Sports Economics: Proceedings of the 5th ESEA*

References

1. Andreff W. Some comparative economics of the organization of sports: competition and regulation in North American vs. European professional team sports leagues. *European Journal of Comparative Economics*, 2011, vol. 8, no. 1, pp. 3–27.

- Conference. Oxford, UK: Peter Lang International Academic Publishers, 2014.
22. Neale W. C. The Peculiar Economics of Professional Sports. *Quarterly Journal of Economics*, 1964, vol. 78, no. 1, pp. 1–14.
 23. Noll R. G. *Competition Policy in Professional Sports: Europe After the Bosman Case*. Antwerp: Standaard, 1999, pp. 17–43.
 24. Noll R. G. The organization of sports leagues. *Oxford Review of Economic Policy*, 2003, vol. 19, no. 4, pp. 530–551.
 25. Pawlowski T., Breuer C., Hovemann A. Top Clubs' Performance and the Competitive Situation in European Domestic Football Competitions. *Journal of Sports Economics* — J SPORT ECON, 2010, vol. 11, no. 2, pp. 186–202.
 26. Peeters T., Szymanski S. Financial fair play in European football. *Economic Policy*, CEPR; CES; MSH, 2014, vol. 29 (78), pp. 343–390.
 27. Ross S. F., Szymanski S. *The Law & Economics of Optimal Sports League Design*. Tanaka Business School Discussion, Paper no. TBS/DP05/36, Imperial College London, 2005.
 28. Sloane P. J. *Rottenberg and the Economics of Sport after 50 Years: An Evaluation*. IZA Discussion Papers 2175, Institute for the Study of Labor (IZA), 2006.
 29. Szymanski S., Valletti T. *First and second prizes in imperfectly discriminating contests working paper*, 2002.
 30. Werner S. K. *The Institutional and Behavioral Economics of Professional Sports Leagues*. Shaker Verlag GmbH, 2009. 165 p.

K. Andreeva, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, ka.andreeva@hse.ru

Competition in sports leagues: theoretical approaches

The article is aimed at overviewing theoretical researches on the analysis of competition in sports leagues. Supporters are treated as consumers in the market of sports services who values the unpredictability of results. The article contains a number of factors that influence the level of unpredictability, including level of talent in leagues, number of clubs capable to be on top places, and others. The first part of the article includes statistics to prove the fact of increasing competition between clubs of the major European leagues: more and more clubs compete with each other for prizes and European cup zone. There is a number of indicators to evaluate the level of competitiveness in sports leagues. Further the article contains classification of sports leagues and reasons of appearing rules that restrict competition, as well as a list of the main factors that cause market monopolization. There is also a review of several articles with models of competitive balance in sport. In the last part of the article issues for further applied researches on the topic of sport competition are listed on the basis of the results of theoretical review of sports economists in Europe and the United States.

Keywords: sports leagues, competition, sports economics, theoretical reviews, league design, competitiveness, sport monopolization.

About author:

K. Andreeva, Postgraduate Student

For citation:

Andreeva K. Competition in sports leagues: theoretical approaches. *Journal of Modern Competition*, 2016, vol. 10, no. 2(56), pp. 5–25 (in Russian, abstr. in English).

Шаститко А. Е., докт. экон. наук, профессор, директор Центра исследований конкуренции и экономического регулирования ИПЭИ РАНХ и ГС при Президенте РФ, заведующий кафедрой конкурентной и промышленной политики экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, г. Москва, saeddi@mail.ru

Павлова Н. С., канд. экон. наук, старший научный сотрудник Центра исследований конкуренции и экономического регулирования ИПЭИ РАНХ и ГС при Президенте РФ, г. Москва, pavl.ns@yandex.ru

Мелешкина А. И., научный сотрудник Центра исследований конкуренции и экономического регулирования ИПЭИ РАНХ и ГС при Президенте РФ, г. Москва, ann.meleshkina@mail.ru

Фатихова А. Ф., младший научный сотрудник Центра исследований конкуренции и экономического регулирования ИПЭИ РАНХ и ГС при Президенте РФ, г. Москва, fatikhovadelya@mail.ru

Приоритеты конкурентной политики в России до 2030 года

Выстраивая приоритеты конкурентной политики на долгосрочную перспективу, на современном этапе невозможно рассматривать их обособленно от промышленной политики. На первый план выходит потребность в формировании «новой промышленной политики», основополагающим элементом которой являются ценности конкуренции. В статье предлагается шесть основных направлений, вокруг которых до 2030 г. может строиться конкурентная политика: переход к «умному» («*smart*») антимонопольному регулированию, развитие конкуренции с использованием результатов интеллектуальной деятельности, снижение барьеров входа, модернизация регулирования естественных монополий, развитие конкуренции в сфере госзаказа и реализации госимущества на торгах, а также развитие конкуренции на уровне регионов. Часть данных направлений раскрыта через призму конкретных мер, часть подлежит дальнейшему обсуждению. Предложен также набор «краткосрочных мер», эффект от которых (в случае их реализации) можно ожидать в недалеком будущем.

Ключевые слова: конкурентная политика, новая промышленная политика, антимонопольная политика, антимонопольный комплаенс, результаты интеллектуальной деятельности, «*smart*» регулирование.

Посткризисный период развития российской экономики демонстрирует тенденцию замедления темпов промышленного производства¹. На фоне падения цен на нефть данный факт имеет еще более тяжелые последствия для государственного бюджета Российской Федерации, которые, возможно (и то — лишь частично) могут быть компенсированы снижением курса рубля. В стрессовой экономической ситуации выбор и поддержка приоритетных секторов экономики является нетривиальной за-

дачей промышленной политики, требующей комплексного подхода с учетом возможных последствий принятых решений для отдельных участников рынка и групп интересов. Если промышленная политика обеспечивает приоритетные отрасли доступом к ресурсам, то конкурентная политика отвечает за создание стимулов к эффективному использованию данных ресурсов. Таким образом, взаимодействие промышленной политики и антитраста способствует снижению риска получения необоснованных преимуществ отдельными субъектами экономики. Такая стратегия взаимодополняемости предполагает одновременное решение краткосрочных и долгосрочных стратегических задач эконо-

¹ По данным Федеральной службы государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/prom/tab-graf1.htm

мики России, а именно: создание благоприятного инвестиционного климата, улучшение условий ведения бизнеса, повышение эффективности государственных инвестиций и закупок, совершенствование функционирования естественных монополий.

Тандем конкурентной и промышленной политики позволяет создать оптимальные условия для экономического роста — наличие достаточных стимулов для инвестиций в ситуации доступных для инвестирования ресурсов [Авдашева, Шаститко, 2003]. В условиях ограниченных возможностей бюджета Российской Федерации и обострения необходимости ослабления сырьевой направленности экономики инвестирование в инновационное развитие — основной источник роста конкурентоспособности экономики России. Стимулы к инвестициям в нововведения зависят от наличия доступа на рынок, возможности создания инновационной инфраструктуры и развитости механизмов сокращения инвестиционных рисков. Тогда создание качественной конкурентной среды (снижение рыночных барьеров, снижение вероятности недобросовестной конкуренции и действенная защита прав собственности) является необходимым требованием для успешной реализации промышленной политики. В контексте рассмотренных внешних и внутренних экономических ограничений согласованность методов промышленной и конкурентной политики имеет определяющее значение для ускоренного развития российской экономики.

Основной приоритет конкурентной политики в России до 2030 года — развивать промышленность, защищая конкуренцию

Формулировка основного приоритета — не столько дань моде, сколько ответ на вызовы, которые оставались «незамеченными»²

² Нельзя сказать, что об этом ничего не было известно. Однако в рамках публичной дискуссии и уж тем

в течение многих лет. Следование данному приоритету предполагает отбор и применение из множества доступных мер промышленной политики тех, которые могут быть квалифицированы как проконкурентные. Промышленная (секторальная) политика в данном контексте подразумевает не столько меры, направленные на развитие исключительно отдельных отраслей промышленности (экономики), сколько описывает общий подход к государственному регулированию экономики с целью комплексного стимулирования ее развития. В то же время предполагается сохранение роли антимонопольной политики с учетом особой повестки для России как страны с развивающейся рыночной экономикой и недопущение вытеснения ее инструментами экономического регулирования.

Особенности повестки дня обусловлены некоторыми особенностями российской экономики помимо зависимости от экспорта углеводородов. В первую очередь речь идет о последствиях приватизации в 90-е годы XX в., в результате которой появилось множество источников новых проблем, связанных с необходимостью обеспечения устойчивости договорных отношений между компаниями, ранее входившими в единый производственный комплекс. Причина — высокие издержки переключения, с одной стороны, и ограниченные возможности государства обеспечивать стабильное функционирование технологических цепочек в рамках традиционных методов регулирования и применения инструментов защиты конкуренции, с другой стороны.

Не менее важная особенность — существование во многих отраслях экономики таких компаний, которые занимают индивидуально доминирующее положение на внутреннем рынке, конкурируя с зарубежными компаниями на внешних рынках. Причем множество компаний было создано в том чи-

более в сфере практической политики такая постановка вопроса не была востребованной.

сле при одобрении антимонопольного органа с поведенческими корректирующими условиями как способ компенсировать угрозу эксплуатации потребителей соответствующих товаров и услуг.

Выбранный приоритет предполагает пересмотр подходов к реализации промышленной политики в целом. В связи с уже сложившимися внешними экономическими условиями и усилением ресурсных ограничений для государственной поддержки развития отраслей необходим переход к новой промышленной политике (НПП). В рамках НПП поддержка со стороны государства оказывается в сферах, где наиболее вероятен положительный эффект, который, как ожидается, повлечет развитие и в других отраслях экономики и при этом не приведет к фундаментальным искажениям стимулов в экономике, чреватых провалами регулирования, в том числе в виде «захвата регуляторов».

Для того чтобы промышленная политика не только позволяла достигать положительных результатов для отдельных отраслей, но и не искажала стимулы к развитию, необходимо соблюдение хотя бы одного из следующих условий:

— среди возможных методов реализации промышленной политики должны применяться те, которые способствуют развитию конкуренции;

— промышленная политика должна применяться в условиях, когда сложившийся уровень конкуренции позволяет избегать значительного искажения стимулов, ориентируя предпринимательскую деятельность на создание новой стоимости в рамках цепочек создания стоимости посредством нововведений (организационных, процессных, продуктовых), а не на создание и реализацию распределительных преимуществ (рентоориентированное поведение и изъятие ренты).

НПП, в самом общем виде, основывается на трех основных принципах [Шаститко, 2014а; Шаститко и др., 2014]:

— поддержка отраслей, а не отдельных субъектов рынка;

— поддержка отраслей, где уже существует конкуренция;

— поддержка импортозамещения в отраслях, которые имеют перспективы выхода с конкурентоспособной продукцией на мировые рынки.

Меры промышленной политики, способствующие развитию конкуренции, при этом не заменяют собой инструменты антимонопольной политики (антитраста). Эффективная и независимая от сиюминутных решений и интересов отдельных участников рынка антимонопольная политика — необходимое условие сбалансированной промышленной политики, препятствующее «назначению» национальных чемпионов.

Повышение эффективности антитраста при сохранении или даже увеличении его результативности возможно за счет смещения акцентов с пресечения на предотвращение нарушений, что до 2030 г. должно найти отражение в переходе к более «умному» («*smart*») режиму применения антимонопольных запретов: с более высоким уровнем сдерживания, обеспечиваемым с меньшими издержками за счет успешного предотвращения нарушений; с высокими стандартами формирования доказательной базы, необходимой для применения оценочных норм антимонопольного законодательства (включая стандарты экономического анализа); обеспечением достаточной гибкости инструментов (в том числе посредством развития практики применения правила взвешенного подхода); без потери в прозрачности и уровне определенности, там где она необходима. Побочным результатом данной деятельности, как ожидается, станет значительное сокращение количества дел и обвинительных решений со стороны антимонопольных органов, в том числе оспариваемых в судах. Соответственно, еще одним ожидаемым результатом является снижение нагрузки на судебную систему, что, в свою очередь,

также может стать фактором повышения качества принимаемых решений в порядке правоприменения.

Пути повышения действенности инструментов антимонопольной политики и некоторые меры проконкурентного развития отраслей изложены в принятой ФАС России «Стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период 2013–2024 гг.» (далее — Стратегия). Согласно Стратегии основные цели ФАС России в области конкурентной политики на период до 2024 г. следующие:

- 1) создание благоприятной институциональной и организационной среды для эффективной защиты и развития конкуренции;
- 2) снижение административных барьеров, препятствующих развитию и свободному функционированию рынков;
- 3) обеспечение недискриминационного доступа потребителей к услугам естественных монополий, формирование эффективных механизмов тарифообразования;
- 4) создание условий для эффективной конкуренции при размещении государственного и муниципального заказов и реализации на торгах государственного имущества.

Содержание данных пунктов во многом пересекается. Цели 2–4 фактически конкретизируют отдельные аспекты цели 1 — создания институциональной среды, способствующей эффективной защите и развитию конкуренции.

Вместе с тем за пределами Стратегии остались комплексные вопросы, выходящие за пределы полномочий ФАС России (на момент принятия данного документа), но имеющие большое значение для реализации сформулированного приоритета. В частности, это развитие конкуренции в регионах методом внедрения и реализации стандартов развития конкуренции. В более широком смысле речь идет о решении вопросов создания механизмов, обеспечивающих согласованность различных мер конкурентной политики, реализуемых как

одним «регулятором»³ (внутренняя согласованность), так и разными (внешняя согласованность). Наконец, в рамках комплекса мер, направленных на реализацию основного приоритета в сфере конкурентной и промышленной политики, необходимо обеспечить динамическую сбалансированность в выборе и применении инструментов конкурентной и промышленной политики, а в связи с этим — разработку дееспособных алгоритмов и критериев их балансировки [Авдашева, Шаститко, 2003; Шаститко, 2014б].

С учетом заявленного приоритета, перечня мер, которые уже включены в Стратегию, и направлений деятельности органов государственной власти за рамками Стратегии, можно говорить о следующих приоритетных направлениях конкурентной политики до 2030 г.

Помимо «умного» антимонопольного регулирования для успешной поддержки развития промышленности необходима прозрачная и благоприятная среда для осуществления инноваций, что в рамках конкурентной политики обеспечивается мерами антимонопольного воздействия на участников отношений по поводу прав на *результаты интеллектуальной деятельности*. Неотъемлемыми условиями успешной поддержки промышленности (и других секторов экономики) являются меры по *снижению административных барьеров*, реформе *регулирования естественных монополий* и повышению эффективности *размещения госзаказа*. Важную роль до 2030 г. должно сыграть развитие конкуренции на *региональном уровне*. Наконец, с учетом необходимости балансировки разных целей и мер конкурентной

³ ФАС России в той части, которая связана с применением инструментов жесткого ядра антитраста — противодействие злоупотреблению доминирующим положением, антиконкурентным соглашениям и согласованным действиям, а также контроль сделок экономической концентрации, — не может считаться регулятором в классическом смысле ввиду особенностей воздействия на стимулы объектов применения инструментов антимонопольной политики.

и промышленной политики, а также интересов различных групп интересов на первый план выходит вопрос поиска наилучшего из проектируемых и реализуемых механизмов такой балансировки.

Дальнейшее изложение организовано по следующему алгоритму: по каждому из приоритетных направлений формулируется суть проблемы, цель, пути достижения, а также связанные с ними риски. Далее более подробно раскрываются предложенные направления. Обсуждение обозначенных выше направлений сопровождается отдельными иллюстрациями. В обособленный раздел выделены также предложения по (условно) «краткосрочным мерам» — мерам, которые возможно применить для получения ощутимого эффекта на ближайший срок.

Направление № 1. Переход к «умному» («*smart*») антимонопольному правоприменению и регулированию⁴

Проблема: значительные объемы ресурсов расходуются на пресечение большого количества нарушений. В России количество ежегодно рассматриваемых нарушений антимонопольного законодательства измеряется многими тысячами и многократно превышает количество рассматриваемых дел в США и ЕС вместе взятых. Снижается объем ресурсов, затрачиваемых на каждое расследование, растет вероятность ошибок правоприменения, усиливаются риски ухудшения параметров правовой системы в части сдерживания антиконкурентных действий. Большое количество ресурсов тратится на расследование нарушений, которые не оказывают существенного влияния на общественное благосостояние [Avdasheva et al., 2015].

Цель: снижение регуляторной нагрузки на бизнес в целом; перераспределение ограниченных ресурсов в сторону сдержива-

ния нарушений, оказывающих наиболее существенное влияние на общественное благосостояние.

Пути достижения

1. Внедрение корпоративных политик в области соблюдения требований антимонопольного законодательства (антимонопольный комплаенс).

2. Развитие института предупреждений и предостережений.

3. Развитие института разъяснений («*guidelines*») для устранения асимметрии информации между регулятором и бизнесом, а также для обеспечения единообразия правоприменения.

4. Разработка правил недискриминационного доступа к ограниченным ресурсам (в рамках предотвращения нарушений).

5. Внедрение практики коллективных исков по антимонопольным делам для усиления сдерживания.

6. Тонкая настройка системы санкций за нарушения антимонопольного законодательства [Авдашева, Шаститко, 2010; Шаститко, 2013б].

Связанные риски реализации: «ползучее регулирование»; предотвращение не только вредных хозяйственных практик, но и практик, способствующих росту общественного благосостояния, в результате смещения акцентов с полноценных разбирательств с позиций «взвешенного подхода» на предотвращение действий, имеющих лишь признаки нарушений.

Внедрение корпоративных политик в области соблюдения требований антимонопольного законодательства (антимонопольный комплаенс)

Антимонопольный комплаенс — это корпоративная политика (программа) по соблюдению требований антимонопольного законодательства. Он дает представление о внутренних процессах и процедурах компании. На основе данной информации легче всего оценить и снизить возможные риски в сфере антитраста. Таким образом, комплаенс

⁴ Не означает простого противопоставления статус-кво.

способствует предотвращению нарушений самой компанией, а в случае антимонопольного разбирательства позволяет сократить издержки расследования как для компании, так и для антимонопольного органа, выявляя тех сотрудников компании, действия которых привели к нарушению компанией требований антимонопольного законодательства. Создание эффективной комплаенс-программы предполагает взаимодействие с экспертами и сотрудниками антимонопольных органов (в том числе получение разъяснений от антимонопольного органа), что способствует открытому диалогу, выявлению спорных вопросов на ранних стадиях, их эффективному решению. Для сертификации антимонопольного комплаенса есть две альтернативы: независимые агентства (негосударственные организации) и государственные органы. В данном вопросе антимонопольные органы имеют преимущество в информированности и спецификации деятельности, соответственно имеют заинтересованность в утверждении стандарта программ, отвечающего требованиям корректности, полноты и прозрачности предоставляемой информации.

Разработка и применение программ антимонопольного комплаенса сокращают риск ошибок первого рода — наказания невиновных. Антимонопольное регулирование имеет свои специфические особенности в части антимонопольных расследований и вынесения решений в порядке применения норм конкурентного права. Антиконкурентное поведение на уровне компании, как правило, осуществляется широким кругом лиц. Вот почему без понимания внутренних процессов компании невозможно оценить, является ли нарушение результатом целенаправленной деятельности компании или злоупотреблением исполнителя. Руководство компании (реальные, а не номинальные бенефициары) может быть не осведомлено о действиях конкретных сотрудников и быть привлечено к ответственности как на уровне компании, так и лично. Тогда антимонопольный комплаенс способствует эффективной настройке

стимулов в компании, сокращению ошибок антимонопольного органа и формированию благоприятных бизнес-практик⁵ [Шаститко, 2012; Радченко и др., 2013].

Один из способов оценки эффективности программы антимонопольного комплаенса — сопоставление результатов антимонопольного расследования антимонопольного органа и результатов проведения самостоятельной антимонопольной оценки компанией. В данном случае под антимонопольной оценкой понимается изучение коммерческой деятельности компании для выявления фактических и потенциальных нарушений антимонопольного законодательства или вероятности их совершения. Если по итогам применения антимонопольного комплаенса компания пришла к выводам о наличии потенциальных антимонопольных рисков, предприняла меры по их снижению или устранению, может пре-

⁵ В качестве иллюстрации можно привести *прецедент внедрения программы антимонопольного комплаенса ОАО «Уралкалий»*. В 2013 г. в рамках Глобальной антимонопольной политики компании были введены тренинги персонала, должность антиконтракт-комплаенс-офицер, разработана детальная политика соблюдения антимонопольных требований [Уралкалий, 2013; Абдульменов, 2013]. Антимонопольная программа определяет юрисдикции, в которых компания может занимать доминирующее положение, с ФАС России согласовывается маркетинговая политика с учетом механизмов ценообразования. Принципы антиконтракт-комплаенса, по мнению руководства «Уралкалия», доказали свою состоятельность в ходе антимонопольного расследования 2014–2015 гг., направленного на подтверждение факта установления компанией монополично высокой цены на карналлит [ФАС России, 2015; Абдульменов, Пружанский, 2015]. Поскольку на рынке карналлита в России «Уралкалий» является единственным продавцом и таким образом занимает доминирующее положение, то проведение комплаенса на этапе вынесения решения о повышении цены на карналлит было обосновано высокими антимонопольными рисками. Комплаенс-процедуры были следующие: проведение переговоров и согласование увеличения цены с потребителями; осуществление экспертизы согласованного механизма ценообразования на предмет возможного установления монополично высоких цен. В ходе расследования компанией был предоставлен отчет о комплаенс-программе и ее результатах, в результате ФАС России не нашла нарушений антимонопольного законодательства и приняла решение о прекращении дела.

доставить документальное подтверждение, обосновывающее принятое решение, и результаты самостоятельной антимонопольной оценки отвечают на ключевые вопросы антимонопольного расследования, комплаенс-программа может считаться эффективной (действенной). При этом эффективная комплаенс-программа направлена на предварительную оценку антимонопольных рисков по следующим направлениям [ИСС, 2013]:

- выявление фактических и потенциальных антимонопольных нарушений до начала расследования в отношении компании или предъявления требований третьими лицами или антимонопольными органами;
- определение или подтверждение характера и масштабов антимонопольного нарушения при наличии конкретных заявлений или подозрений;
- выявление областей осуществления деятельности, несущих в себе риск совершения антимонопольных нарушений.

Анализ антимонопольных рисков также предполагает последующую разработку плана их снижения/устранения с описанием процессов и процедур, степени их реализации до начала расследования антимонопольными органами.

Для внедрения и распространения комплаенс-программ в российской практике *предлагается реализовать следующие меры:*

- определить роль антимонопольного органа в разработке и поддержке комплаенс-программ (подготовка разъяснений по требованиям к программе / согласование уже разработанной программы / сертификация программы / аудит исполнения программы / отказ от регуляторного участия);
- предусмотреть возможность снижения санкций за нарушение в случае, если компания внедрила программу комплаенса⁶ (см. пункт «Тонкая настройка системы санкций за нарушения антимонопольного законодательства»).

⁶ Данная мера требует дополнительного обсуждения в контексте поставленных целей и ожидаемых эффектов.

Развитие института предупреждений и предостережений

Предупреждения и предостережения — меры «мягкого» контроля в арсенале антимонопольных органов.

Предупреждения выдаются компаниям, в действиях которых обнаружены *признаки* нарушения (определенных статей закона). Компании дается срок, в течение которого она обязана нарушение устранить — и тогда дело против нее не возбуждается, штрафы не налагаются. В противном случае против нее возбуждается антимонопольное дело. Таким образом, вместо того, чтобы сразу стать ответчиком по делу, компания получает возможность «исправиться» и прекратить противоправные действия.

Если предупреждения нацелены в первую очередь на пресечение уже совершаемых нарушений, то *предостережения* служат их предотвращению. В отличие от предупреждений, они выдаются не компаниям, а должностным лицам компаний — в случае, если те делают публичные заявления, которые способны облегчить молчаливый сговор, либо должностным лицам органов власти, если становится известно об их намерении совершить действия, способные привести к нарушению антимонопольного законодательства.

Таким образом, обе меры ведут к сокращению числа дел, более оперативному устранению нарушений и предотвращению тех нарушений, которые еще только могут быть совершены. Однако есть риски, которые надо учитывать.

1. Нельзя утверждать, что все действия, которые имеют признаки нарушений, на самом деле являются нарушениями (что могло бы быть установлено по итогам полноценного рассмотрения антимонопольного дела с применением необходимых методов экономических исследований, но в случае выполнения предупреждения или предостережения оно не возбуждается). В итоге могут быть пресечены/предотвращены совершенно нормальные и полезные хозяйственные практики.

2. Для компаний, которые действительно нарушают закон, *предупреждение* — способ «легко отделаться» от антимонопольного преследования, при этом успев накопить неправомерно полученную прибыль за период, пока антимонопольный орган еще не успел обнаружить нарушение (ведь многие нарушения, действительно ограничивающие конкуренцию, являются длящимися). В терминах экономической теории права предупреждения и предостережения снижают ожидаемый уровень штрафа и ослабляют сдерживание. Ущерб общественному благосостоянию тем временем уже нанесен.

3. В настоящее время выдача *предостережений* имеет несистемный характер. Участники рынка и эксперты плохо представляют себе, за какие заявления они могут получить предостережения со стороны антимонопольного органа.

Отметим, что изначально предупреждения и предостережения практиковались в отношении очень ограниченного числа составов, но с начала 2016 г. (со вступлением в силу «четвертого антимонопольного пакета»⁷) они стали применяться к более широкому спектру нарушений.

Развитие института разъяснений («*guidelines*»)

Разъяснения («*guidelines*») антимонопольных органов — широко применяемый в США и ЕС инструмент формирования единой практики правоприменения и снижения излишней правовой неопределенности. В России инструмент разъяснений в настоящий момент применяется сравнительно нешироко, поэтому нет проблемы накопленных противоречащих друг другу разъяснений (в отличие от налоговой сферы), скорее, по многим вопросам следовало бы разработать разъяснения с целью прояснить позицию антимонопольного органа.

Речь идет не о разъясняющих частные вопросы письмах ФАС России в адрес конкретных компаний, ассоциаций или своих территориальных органов, а о публичных (предназначенных как для самого регулятора и его территориальных органов, так и для бизнеса, экспертов и общества) системных документах методического характера по вопросам применения оценочных норм, которыми в силу специфики изобилует антимонопольное законодательство.

Разъяснения должны разрабатываться антимонопольным органом совместно с экспертным сообществом. Они могут иметь статус приказа ФАС России, но в силу методического содержания наиболее предпочтительный вариант — статус разъяснений, принятых решением Президиума ФАС России. В обоих случаях разъяснения будут учитываться при принятии решений всеми территориальными органами и структурными подразделениями ФАС России.

Наиболее значимые разъяснения такого рода, разработанные и вступившие в силу за последние годы:

— «Принципы экономического анализа практик ценообразования на предмет их соответствия Закону о защите конкуренции»;

— «Рекомендации ФАС России по разработке и применению коммерческих политик хозяйствующими субъектами, занимающими доминирующее положение на рынках лекарственных средств и рынках медицинских изделий»;

— «Разъяснения по порядку и методике оценки соглашений о совместной деятельности».

Однако остается множество вопросов, по которым назрела необходимость подготовки официальных разъяснений. В первую очередь о том, что роль оценочных норм высока, а при выработке решений должно учитываться большое количество нюансов, тогда как сформировавшаяся практика неоднозначна и/или существует сильная асимметрия информации между регулятором

⁷ О структуре «четвертого антимонопольного пакета» см. [Пузыревский, 2015].

и бизнесом (и обществом) относительно критериев принятия решений.

В связи с этим *в приоритетном порядке предлагается подготовить следующие разъяснения:*

- об оценке вертикальных соглашений на допустимость антимонопольным законодательством (высока роль оценочных норм — бизнес должен понимать, на основании каких критериев антимонопольный орган будет оценивать соглашение; вопрос имеет многолетнюю историю обсуждения среди экономистов, предлагающих конкурирующие интерпретации);

- о доказывании и расчете убытков в результате нарушений антимонопольного законодательства;

- об определении монопольно высокой и монопольно низкой цены товара (оценочные нормы, требуется применение квалифицированного экономического анализа, существуют альтернативные подходы);

- об оценке допустимости антимонопольным законодательством способов ведения бизнеса субъектами, занимающими доминирующее положение;

- о методике доказывания недопустимых антимонопольным законодательством соглашений и согласованных действий (область с самыми существенными санкциями — вплоть до уголовных; при этом велика роль оценочных норм, возникают высокие требования к качеству экономического анализа);

- об оценке допустимости соглашений в инновационных и высокотехнологичных сферах деятельности (новые рынки и бизнес-практики, при анализе которых часто возникает вопрос о применимости традиционных инструментов антитраста);

- о выдаче предостережений должностным лицам (в настоящее время не систематизирована практика выдачи предостережений; не до конца понятно, кому и за какие действия/заявления выдаются предостережения);

- в сфере предоставления и контроля использования государственных или муниципальных преференций.

Разработка правил недискриминационного доступа к ограниченным ресурсам (в рамках предотвращения нарушений)

Правила недискриминационного доступа — инструмент, который обычно применяют в отношении естественных монополий. Однако существуют рынки, *не относящиеся к естественным монополиям*, где одна компания стабильно занимает высокую долю (например, свыше 70%), а барьеры входа на этот рынок настолько высоки и труднопреодолимы, что надеяться на то, что на рынке даже в среднесрочной перспективе появится конкуренция, не приходится. На таких рынках могут возникать высокие риски создания дискриминационных условий.

Такие правила уже разрабатывались для некоторых компаний. Так, в 2011 г. ФАС России потребовала разработки правил недискриминационного доступа к хлористому калию в качестве одного из условий одобрения сделки по присоединению ОАО «Сильвинит» к ОАО «Уралкалий».

В настоящее время Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» предусмотрена возможность разработки таких правил, если компания занимает на рынке более 70% и была уличена в злоупотреблении доминирующим положением на этом рынке. Правила утверждаются актом Правительства Российской Федерации.

Внедрение практики коллективных исков по антимонопольным делам

Если компания нарушает антимонопольное законодательство, основная мера ответственности, применяемая к ней, — административный штраф. Вместе с тем потребители несут потери в результате ее действий, которые, как правило, автоматически не возмещаются, и требуется обращение в суд. Часто пострадавших потребителей много, а их малая рыночная доля и слабая переговорная позиция делают невыгодным обращение в суд в индивидуальном порядке с учетом всех сопутствующих

издержек. Проблема компенсации убытков пострадавшим могла бы быть частично решена в случае наличия действенного механизма *коллективных исков* по нарушениям антимонопольного законодательства. Если в результате удастся добиться работающего механизма компенсации, то это также будет стимулом для пострадавших принимать более активное участие в антимонопольных расследованиях, предоставлять имеющуюся информацию и сотрудничать с антимонопольным органом.

Одновременно возникают и риски: слишком высокие размеры санкций (административные штрафы + возмещение убытков + в некоторых случаях уголовные санкции), способные привести к банкротству компании. Существуют и угрозы злоупотребления механизмом.

Тонкая настройка системы санкций за нарушения антимонопольного законодательства

Корректировка системы санкций за нарушения антимонопольного законодательства должна проходить по следующим приоритетным направлениям.

- Исключение применения оборотных штрафов за нарушения, приводящие к ущемлению интересов субъекта, но не приводящие к ограничению конкуренции.

В настоящее время на компанию, чьи действия нарушили антимонопольное законодательство и привели к ущемлению интересов какого-либо субъекта (например, доминирующая компания уклонялась от заключения договора с конкретным потребителем), может быть так же наложен оборотный штраф, как и на компанию, своими действиями ограничившую конкуренцию. Между тем процент оборота на рынке может быть несоразмерен ущербу, нанесенному конкретному субъекту (ошибка I рода, которая в ряде случаев компенсируется ошибкой II рода, когда антимонопольные органы не применяют штрафы в тех случаях, когда

формально они обязаны были это сделать). Необходимо обеспечить соответствие наказания последствиям нарушения, внеся изменения в соответствующие статьи Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях РФ (КоАП РФ).

- Обеспечение соответствия условий освобождения от административной и уголовной ответственности за картель в рамках программ ослабления наказания.

Для борьбы с картелями антимонопольные органы как в России, так и за рубежом применяют инструмент, известный как программа смягчения ответственности (*leniency program*). Ее суть заключается в стимулировании участников картеля добровольно прекращать нарушение и сдаваться, обеспечивая в обмен на сотрудничество с антимонопольным органом освобождение от грозящих нарушителю санкций (при соблюдении ряда условий) (подробнее см. [Павлова, Шаститко, 2014]). В мировой практике подобные программы показали свою успешность, однако любая неопределенность или нестыковка в реализации программы способна резко снизить ее результативность, так как для компаний возникают слишком высокие риски (признаться, но не получить освобождение). Один из общепризнанных сдерживающих факторов результативности российской программы — несоответствие между условиями освобождения от административной и уголовной ответственности. С учетом того, что за административные санкции отвечает антимонопольный орган, а за уголовные — правоохранительные органы, любое несоответствие условий создает серьезные риски для фирм.

До 2030 г. предлагается обеспечить соответствие условий освобождения от административной и уголовной ответственности (ст. 14.32 КоАП РФ и ст. 178 Уголовного кодекса РФ соответственно) и обеспечить практику автоматического освобождения от уголовных санкций в случае освобождения от административных.

- Включение в перечень смягчающих обстоятельств наличия у компании дейст-

вующей программы комплаенс⁸ (подробнее комплаенс-программы были рассмотрены в п. 1 о внедрении корпоративных политик в области соблюдения требований антимонопольного законодательства).

Мера нацелена на стимулирование введения крупными компаниями с наиболее существенными антимонопольными рисками корпоративных программ соблюдения антимонопольного законодательства. Предлагается включить в перечень смягчающих обстоятельств наличие такой программы (действующей!) на момент совершения нарушения. Скидку за наличие такой программы предлагается установить на уровне 1/8 базового штрафа.

Снижение штрафных санкций при наличии и обоснованном использовании программы в коммерческой деятельности может носить временный характер для стимулирования доброкачественных практик. По мере укоренения стандартов антимонопольного комплаенса среди российских компаний этот механизм стимулирования перестанет иметь силу, так как комплаенс-программа будет восприниматься в качестве страховки от антимонопольных рисков.

Направление № 2. Развитие конкуренции с использованием результатов интеллектуальной деятельности

Проблема: развитие промышленности основывается на инновациях, для осуществления которых необходима прозрачная регуляторная среда, обеспечивающая защиту прав на результаты интеллектуальной деятельности (РИД). Но цели антимонопольной политики могут вступать в противоречие с некоторыми аспектами защиты прав на РИД [Шаститко, Курдин, 2012; Шаститко, 2013в].

⁸ Как отмечалось, введение данной меры требует дополнительного обсуждения в контексте поставленных целей и ожидаемых эффектов.

Цель: обеспечение прозрачности антимонопольного регулирования в отношении прав на РИД с сохранением стимулов к инновациям при эффективном пресечении злоупотреблений.

Риски реализации: унифицированное регулирование, не отвечающее особенностям видов РИД и отраслей; неоптимальное итоговое сочетание защиты конкуренции и защиты прав на РИД.

В США компания Monsanto объявляет бобы выведенных ею сортов сои с высокой устойчивостью к вредителям и пестицидам своей интеллектуальной собственностью и запрещает фермерам использовать оставшиеся после сбора урожая бобы для повторного посева (бобы для посева приходится каждый год покупать заново)⁹.

⁹ Речь идет об известном кейсе *Bowman v. Monsanto* (<http://caselaw.findlaw.com/us-supreme-court/11-796.html>). Monsanto Co — одна из крупнейших корпораций в мире, ведущая свою деятельность в сельскохозяйственной отрасли, наиболее известна благодаря производству генетически модифицированных организмов. Hugh Bowman — американский фермер, унаследовавший ферму от родителей, подал иск против Monsanto Co, защищая собственные права на выращенные им бобы. В свою очередь, Monsanto заявляет свои права на семена модифицированных организмов, выращенные фермерами, при этом не соглашается с правом фермеров на продажу бобов с последующим их использованием для посева. Согласно заявлению Monsanto разработанные ими бобы обладают уникальными свойствами — а именно, обладают сверхвысокой защитой от вредителей, способных противостоять пестицидам. Такого результата корпорация добилась в результате проведения дорогостоящих исследований, поэтому, по утверждениям Monsanto, все полученные бобы есть не что иное, как их интеллектуальная собственность. В данном деле Hugh Bowman выступает истцом против корпорации; по существующим правилам он не имеет права использовать урожай для последующей перепродажи или для нового посева (даже для себя). По факту Bowman защищает не только собственные интересы, но и интересы огромного количества фермеров, которые ввиду правил вынуждены каждый год заново покупать семена для посева. В качестве лазейки фермерами была предпринята попытка закупки бобов сои на местных зернохранилищах, однако они столкнулись с Monsanto, считающей, что бобы содержат разработанные ими генетически модифицированные организмы, следовательно, являются

ОАО «Ангстрем», монополист на рынке определенных микроконтроллеров (единственных сертифицированных для использования в России) для контрольно-кассовой техники (ККТ), ссылается на исключительные права на топологию интегральных микросхем и заключает эксклюзивное соглашение с сингапурской компанией на поставку ей данных микроконтроллеров, в результате чего другие компании не могут войти на рынок — в то время как изделие на базе микроконтроллера «Ангстрем» является обязательным для использования всеми владельцами кассовых аппаратов в России. В ЕС и США широко обсуждаются случаи «патентной засады» (компания продвигает принятие определенного отраслевого стандарта, а потом «внезапно» выясняется, что выполнение этого стандарта невозможно без уплаты роялти этой компании, так как она обладает патентом на ключевую технологию).

С другой стороны, если не предоставлять компаниям в течение определенного периода право пользоваться исключительными правами на результаты интеллектуальной деятельности, в долгосрочном периоде стимулы к инновациям снизятся.

Для защиты интересов правообладателей в российском антимонопольном законодательстве в настоящий момент действуют исключения для прав на РИД: ни запрет на злоупотребление доминирующим положением, ни запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения не распространяется на отношения по поводу прав на РИД, что прописано в законе «О защите конкуренции». Вместе с тем так обще сформу-

ся их интеллектуальной собственностью. Вследствие этого корпоративные юристы возбудили ряд исков против фермеров, причем на первом этапе они выиграли дело — *Wowtap* должен был корпорации 85 тыс. долл. Последний обратился с апелляцией в Верховный Суд США, однако Суд постановил, что *Wowtap* нарушает патентное право, поэтому он не имеет права использовать выращенные бобы в качестве семян, однако может перепродавать запатентованные бобы, полученные через зернохранилище.

лированное исключение создает возможности для злоупотреблений, о чем свидетельствуют некоторые дела из российской практики. Однако немедленный и простой отказ от исключений для РИД может привести к еще худшим результатам, подорвав защиту прав на интеллектуальную собственность. В условиях наличия существенных особенностей у режимов защиты прав в зависимости от видов РИД, скорее всего, ни один «простой» вариант решения («убрать/оставить исключения») не обеспечит оптимального баланса интересов правообладателей и целей защиты конкуренции.

В связи с этим до 2030 г. предлагается подойти к решению вопроса последовательно, начав с идентификации источников и масштабов проблем, классификации проблемных ситуаций и определения оптимальных режимов регулирования для каждого типа ситуаций [Шаститко, Курдин, 2015]. Работу предлагается разбить на ряд этапов:

- анализ и систематизация «проблемных кейсов» из практики защиты конкуренции применительно к случаям использования РИД и отношений по поводу прав на РИД (определить отрасли, виды РИД, типы нарушений) [Шаститко, 2015];

- выявление необходимых условий и установление приоритетной последовательности распространения антимонопольного принуждения на отдельные отрасли/типы отношений по поводу прав на РИД (на основе оценки и обсуждения полученных результатов анализа — см. предыдущий пункт);

- оценка целесообразности и поэтапный выбор необходимого режима антимонопольного принуждения в сфере отношений по поводу прав на РИД;

- комплекс мер по сопровождающему адвокатированию (публикация разъяснений, обсуждение с экспертным сообществом и бизнесом и т. д.) [Моросанова и др., 2015], а также постфактум оценка полученных результатов в выбранных «пилотных» сферах.

Направление № 3 Снижение барьеров входа на рынки

Проблема: затрудненный вход новых игроков на рынки (как импортеров, так и внутренних игроков) из-за высоких/труднопреодолимых барьеров входа, что препятствует развитию и промышленности, и конкуренции. Кроме того, несмотря на многочисленные попытки снять вопрос избыточного административного бремени, он не уходит с повестки дня, а в ряде случаев лишь обостряется.

Цель: создать действенные механизмы по предупреждению создания и устранению существующих избыточных административных барьеров.

Пути достижения:

- снижение барьеров для ввоза товара через закрепление в российском законодательстве международного принципа исчерпания прав на интеллектуальную собственность;
- снижение барьеров в сфере таможенного, налогового и технического регулирования, в том числе:
 - путем введения обязательства получения заключения о влиянии на конкуренцию для проектов соответствующих актов;
 - путем ревизии действующего законодательства;
 - устранение избыточного государственного регулирования и снижение участия государства в экономике, в том числе:
 - путем реформы подходов к созданию и функционированию государственных и муниципальных унитарных предприятий;
 - повышением прозрачности механизма предоставления государственных преференций.

Риски реализации: ресурсоемкость работы; замедление процесса принятия решений; соблюдение формы, но не содержания работы по оценке влияния на конкуренцию.

Направление № 4 Модернизация регулирования естественных монополий

Проблема: недостаточная эффективность функционирования естественных монополий существенным образом может сказаться на эффективности любых мер по развитию конкуренции.

Цель: повышение эффективности функционирования естественных монополий в привязке к целям защиты и развития конкуренции в экономике; устранение регуляторных препятствий превращения естественно монопольных сегментов в потенциально конкурентные.

Пути достижения [Авдашева, Шаститко, 2005; Авдашева, Цыцулина, 2014]:

- переход, где возможно, к рыночным механизмам ценообразования на товары и услуги субъектов естественных монополий;
- повышение прозрачности закупок субъектов естественных монополий;
- обеспечение доступа на равных условиях к товарам, услугам и инфраструктуре естественных монополий;
- повышение качества и доступности товаров, услуг субъектов естественных монополий;
- применение принципов оптимального регулирования [Laffont, Tirole, 1993; Авдашева, Шаститко, 2015].

Риски реализации: внешние эффекты для смежных рынков; последствия для нерегулируемых рынков, где действуют те же субъекты естественных монополий; дискредитация инструментов регулирования в результате изъятий их проектирования и стандартов применения.

Направление № 5. Развитие конкуренции при размещении государственного и муниципального заказов и реализации государственного имущества на торгах

Проблема: действующая система государственного заказа не позволяет бороться с рядом негативных эффектов:

— сговоры на торгах широко распространены [Голованова, 2015];

— процедуры заказа чрезвычайно сложны и затратны как для заказчика, так и для участников;

— осложнены закупки так называемых «доверительных» благ.

В области реализации государственного имущества процедуры торгов недостаточно единообразны и прозрачны, что создает риски нарушений и мешает развитию конкуренции.

Цель: привлечение к участию в размещении заказа более широкого круга хозяйствующих субъектов, снижение транзакционных издержек участия в исполнении госзаказа.

Пути достижения

1. *Расширение границ применения электронных форм размещения заказа и открытых аукционов.*

2. *Повышение эффективности закупок благ, качество которых сложно оценить как ex ante, так и ex post.*

3. *Привлечение к участию в размещении заказа более широкого круга хозяйствующих субъектов.*

4. *Распространение прецедентного метода при проектировании контракта; создание электронных баз данных для различных целей, связанных с размещением заказа.*

5. *Переход к единой процедуре торгов по реализации государственного имущества и ресурсов всех видов, находящихся в государственной собственности и перевод таких торгов в электронный вид.*

Риски реализации: повышение транзакционных издержек заказчиков, потеря в гибкости системы, снижение эффективности закупок доверительных благ.

Расширить границы применения электронных форм размещения заказа и открытых аукционов

Более широкое применение электронной формы размещения заказа может существенно снизить транзакционные издер-

жки сторон, снизить риски злоупотреблений и облегчить расследование нарушений. Предлагается:

- принять законопроект о переводе закупки открытого конкурса в электронную форму с переводом в электронную форму максимального количества этапов закупки;

- ввести электронные формы закупок в сферу государственного оборонного заказа (с учетом требований по защите гостайны).

Кроме того, для повышения интенсивности конкуренции при размещении гособоронзаказа предлагается расширить перечень продукции для оборонных нужд, закупка которой осуществляется посредством открытых аукционов.

Повысить эффективность закупок благ, качество которых сложно оценить как ex ante, так и ex post

Введенный в действие в 2014 г. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее — Закон № 44) предложил государственным заказчикам больше процедур, которые должны способствовать эффективному отбору поставщиков и отсечению недобросовестных участников рынка. Однако большинство торгов, направленных, например, на закупку наукоемких разработок и технологий (для таких закупок рекомендован либо конкурс с ограниченным участием, либо двухэтапный конкурс), проводятся посредством простого одноэтапного конкурса. Двухэтапный конкурс — редкость, что во многом объясняется молодостью данной конкурсной процедуры на фоне значительной инертности в данной среде и восприимчивости любых нововведений как осложняющих жизнь, а не повышающих эффективность процесса. В том числе это объясняется сравнительной молодостью такого направления профессиональных компетенций и отсутствия должной профессиональной подготовки.

В связи с этим предлагаются к исполнению следующие меры:

- издание рекомендаций по использованию двухэтапных процедур для определенных типов закупок и регламентация соответствующих процедур для госзаказчика;
- обучение сотрудников профильных департаментов по выбору механизмов торгов в зависимости от типа закупки;
- контроль за корректностью применения таких механизмов.

Привлечь к участию в размещении заказа более широкий круг хозяйствующих субъектов

Речь идет о привлечении дополнительных участников торгов путем упрощения системы поиска извещений о закупках. Это предполагает:

- расширение и дополнение отраслевых классификаторов;
- введение правил описания объекта закупки таким образом, чтобы максимально облегчить поиск и навигацию по площадке торгов.

Уже сейчас определенные возможности для этого заложены в Единую информационную систему в сфере закупок, введенную в эксплуатацию в 2016 г.

Распространить прецедентный метод при проектировании контракта; создание электронных баз данных для различных целей, связанных с размещением заказа

В настоящее время прецедентный метод достаточно активно используется при расчете начальной (максимальной) цены контракта в рамках анонсирования торгов. Однако постанализ по уже исполненным заказам проводится достаточно укрупненно. Рекомендуется:

- расширить практику использования зарекомендовавших себя контрактных механизмов путем создания кейсовой библиотеки или базы знаний, основанной на разборе ранее исполнявшихся контрактов;

- создать библиотеку типовых контрактов в зависимости от отрасли, типа закупки и уровня заказчика. Подобные библиотеки достаточно успешно зарекомендовали себя при организации закупочной деятельности во многих странах, однако для того, чтобы подобная практика была эффективной, библиотека должна активно пополняться и поддерживаться на регулярной основе.

В области *торгов по реализации госимущества* фундаментальной мерой должен стать *переход к единой процедуре торгов по реализации государственного имущества и ресурсов всех видов, находящихся в государственной собственности и перевод таких торгов в электронный вид*

В настоящее время реализация госимущества и прав на него проходит, как правило, не в электронном виде и по различающимся процедурам — в зависимости от закона, в соответствии с которым осуществляется (нет системного закона по аналогии с Законом №44 или Федеральным законом от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» — далее Закон №223). Мера позволит повысить прозрачность, открытость и конкурентность торгов.

Направление № 6. Развитие конкуренции на уровне регионов

Проблема: политика региональных и муниципальных властей способна оказать существенное проконкурентное или антиконкурентное (в зависимости от соответствующих стимулов органов власти) влияние на экономику субъекта. Региональные власти могут использовать аргументы социальной политики для оправдания антиконкурентных действий и избыточного регулирования, искажая условия конкуренции на региональных рынках.

Цели: настроить стимулы органов власти на развитие конкуренции на подведомственных рынках в рамках сферы компетенции.

Пути достижения: основополагающим инструментом развития конкуренции в субъекте

ектах Российской Федерации должны стать планы мероприятий («дорожные карты») по содействию развитию конкуренции, разрабатываемые исполнительными органами власти субъектов Российской Федерации в рамках внедрения стандарта развития конкуренции¹⁰.

В целях мотивации регионов к разработке собственных дорожных карт направление «содействие развитию конкуренции на основе стандарта» было включено в число оцениваемых направлений эффективности деятельности глав регионов и исполнительных органов власти субъектов Российской Федерации.

Сейчас большая часть регионов осуществляет планирование своей деятельности в области содействия развитию конкуренции сроком до 2018–2020 гг. Вместе с тем предполагается, что данные региональные планы будут корректироваться и продлеваться на более продолжительный срок.

Помимо системных мер по развитию конкурентной среды (снижение административных барьеров, повышение прозрачности и открытости деятельности естественных монополий, расширение доступа малого и среднего предпринимательства к госзаказу) ключевым направлением развития конкуренции в регионах выбран социальный сектор¹¹.

В связи с указанными факторами представляется необходимым в первую очередь обеспечить выполнение следующих мер.

¹⁰ Распоряжение Правительства РФ от 05.09.2015 № 1738-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации».

¹¹ Рынок услуг дошкольного образования, рынок услуг детского отдыха и оздоровления, рынок услуг дополнительного образования детей, рынок медицинских услуг, рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, рынок услуг в сфере культуры, рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства, розничная торговля, рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, рынок услуг социального обслуживания населения.

1. Сокращение присутствия государства в социальной сфере.

2. Создание механизмов для привлечения частного бизнеса в социальную сферу.

3. Повышение качества оказания услуг в социальной сфере.

4. Повышение прозрачности деятельности естественных монополий.

5. Повышение прозрачности деятельности органов власти по содействию развитию конкуренции.

6. Обеспечение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к госзакупкам и к закупкам госкомпаний.

Риски реализации: неэффективная настройка стимулов; работа «на показатель», имитация работы по развитию конкуренции.

1. Сокращение присутствия государства в социальной сфере:

- проведение приватизации государственных предприятий и акционерных обществ с долей участия региона или с долей муниципальной собственности.

2. Создание механизмов для привлечения частного бизнеса в социальную сферу:

- разработка и внедрение конкурентных процедур (порядков) распределения бюджетных средств (недискриминационных условий доступа к получению субсидий из регионального бюджета для организаций с разной юридической формой и разной формой собственности) в сфере социальных услуг;

- выравнивание механизмов предоставления налоговых льгот по налогу на имущество организаций, земельному налогу для частных организаций, оказывающих услуги на социально значимых рынках (создание равных условий функционирования по сравнению с организациями, находящимися в государственной (муниципальной) собственности);

- разработка механизмов развития малых форм розничной торговли и мобильной торговли;

- разработка единых и четких критериев отбора перевозчиков для осуществления регулярных межмуниципальных автомобиль-

ных пассажирских перевозок и законодательное закрепление этих критериев.

3. Повышение качества оказания услуг в социальной сфере:

- повышение качества оказываемых услуг за счет: 1) внедрения системы КРП для государственных (муниципальных) организаций, оказывающих услуги на социально значимых рынках; 2) внедрение региональных стандартов качества оказания услуг в социальной сфере; 3) внедрение системы сертификатов (компенсаций), обеспечивающих компенсацию расходов граждан за оказанные услуги вне зависимости от формы собственности (должен работать принцип «субсидии идут за потребителем»).

4. Повышение прозрачности деятельности естественных монополий:

- разработка и внедрение механизмов технологического и ценового аудита инвестиционных проектов субъектов естественных монополий;

- повышение открытости деятельности субъектов естественных монополий в сфере электроэнергетики и газораспределения за счет размещения в открытом доступе подробной информации о свободных резервах мощности и ориентировочном месте подключения.

5. Повышение прозрачности деятельности органов власти по содействию развитию конкуренции:

- осуществление следующих видов ежегодного мониторинга: 1) мониторинг наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности; 2) мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках субъекта Российской Федерации и состояния ценовой конкуренции; 3) мониторинг деятельности хозяйствующих субъектов, доля участия субъекта Российской Федерации или муниципального образования в которых составляет 50 и более процентов; 4) мониторинг деятельности субъектов естественных моно-

полий на территории субъекта Российской Федерации;

- выработки мероприятий по содействию развитию конкуренции на региональных рынках и их корректировка с учетом результатов ежегодного мониторинга.

6. Обеспечение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к госзакупкам и к закупкам госкомпаний:

- организация и проведение мероприятий для обучения и информационно-методической поддержки заказчиков региона по вопросам применения Закона № 223 и Закона № 44, в том числе в части осуществления закупок у субъектов малого и среднего предпринимательства.

Заключение

Предлагаемые в статье меры различаются как по масштабам проблем, так и по масштабам ожидаемого эффекта. Определенные мероприятия способны дать результат, даже будучи реализованными в отдельности; другие — только в совокупности с иными действиями. Наконец, срок, в течение которого можно рассчитывать на получение результатов, также различен, и речь идет не только об условно краткосрочных и долгосрочных мерах, но и о градации внутри данных подмножеств.

Очевидно также, что ряд мер нуждается в дополнительной проработке. Это касается как конкретных мероприятий (особенности дизайна института коллективных исков могут оказаться критическими в аспекте его эффективности, что, в свою очередь, может поставить под вопрос целесообразность внедрения данного института в принципе; результат унификации процедуры торгов будет зависеть от выбранной за основу процедуры и т. д.), так и целых блоков вопросов, в частности снижения административных барьеров и реформы системы естественных монополий.

Борьба с избыточными барьерами на рынках — тема, уже набившая оскомину. Тем не менее данный вопрос неизбежно

возникает всякий раз, когда речь заходит о необходимости получения сколько-нибудь серьезного системного эффекта в экономике. Безотносительно к оценке эффективности всех предыдущих мер в данной области по общему консенсусу резервы для сокращения барьеров по-прежнему велики. В повестке дня снова стоит вопрос не только о поиске конкретных точек, на которые можно было бы воздействовать, но и о выработке системного подхода к проблеме, который не позволял бы снижать барьеры, при этом возводя новые.

Не менее долгая и сложная история у вопроса реформирования системы регулирования естественных монополий. Как и снижение барьеров, в статье данное направление описано скорее в общем виде, без детализации на уровне конкретных мер¹². Вместе с тем эффект от смены регуляторного подхода в данной области потенциально имеет существенный масштаб и системный характер. При переходе соответствующих функций от органа тарифного регулирования к антимонопольному органу автоматически возникает вопрос о разработке новой политики в сфере регулирования естественных монополий и выходе на новый уровень проработки проблемы, включая учет существующих научных разработок и результатов.

Два этих блока, а также блок вопросов, связанных с развитием конкуренции на уровне регионов в действительности обозначают и более глобальную проблему перед практиками, экспертами и исследователями — проблему обеспечения балансировки различных целей и направлений в рамках реализации конкурентной и промышленной политики до 2030 г. Причем речь идет не только о внешней балансировке, связанной с необходимостью расстановки приоритетов, и разработке механизма проведения

противоречащих мер через «фильтр» данных приоритетов, но и балансировке внутренней — создании прозрачной системы принятия непротиворечивых решений внутри ведомства, все направления деятельности которого подчинены цели защиты и развития конкуренции. Представляется, что и на том и на другом направлении до 2030 г. придется столкнуться с определенными вызовами, в связи с чем подходить к решению данных проблем необходимо уже сейчас.

Список литературы

1. *Абдульменов А.* Практики: Опыт «Уралкалия» // *Ведомости*. 2013. №3487. 04.12.2013.
2. *Абдульменов А., Пружанский В.* Процедура комплаенса при установлении цен: случай из практики // *Конкуренция и право*. 2015. №5.
3. *Авдашева С. Б., Шаститко А. Е.* Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России // *Вопросы экономики*. 2003. №9. С. 18–32.
4. *Авдашева С. Б., Шаститко А. Е.* Нобелевская премия по экономике — 2014: Жан Тироль // *Вопросы экономики*. 2015. №1. С. 5–21.
5. *Авдашева С. Б., Цыцулина Д. В.* Задачи и ограничения антимонопольного контроля регулирования тарифов // *Вопросы государственного и муниципального управления*. 2014. №4. С. 27–46.
6. *Авдашева С. Б., Шаститко А. Е.* // Развитие конкуренции в отраслях с естественно-монопольным компонентом: основания, варианты, ограничения. Доклады РЕЦЭП, 2005.
7. *Авдашева С. Б., Шаститко А. Е.* Экономика уголовных санкций за нарушение антимонопольного законодательства // *Вопросы экономики*. 2010. №1. С. 129–142.
8. *Голованова С. В.* Ограничивающие конкуренцию соглашения между участниками конкурсных торгов: российская практика // *Современная конкуренция*. 2015. №4 (52). С. 65–76.
9. *Моросанова А. А., Радченко Т. А., Фатихова А. Ф.* Зарубежный опыт применения антимонопольных ограничений в сфере обращения результатов интеллектуальной деятельности // *Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал*. 2015. Т. 7. Вып. 1. С. 52–78.
10. *Пузыревский С. А.* Коллективные иски как способ защиты // *Конкуренция и право*. 2013. №5. URL: <http://www.cljournal.ru/ann2/49/>
11. *Пузыревский С. А.* Новации четвертого антимонопольного пакета // *Корпоративный юрист*. 2015. №3. URL: <http://www.clj.ru/journal/428/12263/>
12. *Радченко Т. А., Авдашева С. Б., Курдин А. А., Шаститко А. Е.* Практика и возможные последствия антимонопольной регламентации торговой политики частной компании / под ред. Т. А. Радченко. М., 2013.
13. *Уралкалий.* Основные принципы глобальной антимонопольной политики ОАО Уралкалий. 2013. URL: http://www.uralkali.com/upload/iblock/1dc/antimon_10.09.2013.pdf

¹² Авторы статьи надеются на продолжение и углубление дискуссии среди исследователей по этим безусловно актуальным вопросам, в том числе на страницах данного журнала.

14. ФАС России. «Уралкалий» не завывшал цену на карналлит обогащенный. 01.10.2015. URL: <http://fas.gov.ru/press-center/news/detail.html?id=35168>
15. Шаститко А. Е. Защита интеллектуальной собственности и антитраст: единство и борьба противоположностей // *Общественные науки и современность*. 2013а. №4. С. 16–27.
16. Шаститко А. Е. Надо ли защищать конкуренцию от интеллектуальной собственности? // *Вопросы экономики*. 2013 в. №8. С. 60–82.
17. Шаститко А. Е. Промышленная и конкурентная политика: от теории к практике взаимодействия // *Журнал Новой экономической ассоциации*. 2014б. №2. С. 205–209.
18. Шаститко А. Е. Результативность штрафных санкций // *Научные исследования экономического факультета*. Электронный журнал. 2013б. Т. 5. Вып. 1. С. 55–69.
19. Шаститко А. Е., Курдин А. А. Антитраст и защита интеллектуальной собственности в странах с развивающейся рыночной экономикой // *Вопросы экономики*. 2012. №1. С. 84–95.
20. Шаститко А. Е., Цыганов А. Г., Курдин А. А. О новой промышленной политике и конкуренции в России // *Конкуренция и право*. 2014. №3. С. 13–17.
21. Шаститко А. А. Результаты применения Российского антимонопольного законодательства и смежных норм в сфере отношений по поводу результатов интеллектуальной деятельности // *Научные исследования экономического факультета*. Электронный журнал. 2015. Т. 7. Вып. 1.
22. Шаститко А. Е. Торговая практика компании как политика по соблюдению требований антимонопольного законодательства // *Корпоративный юрист*. Ежеквартальное приложение. 2012. №10. С. 46–49.
23. Шаститко А. Е., Курдин А. А. Возможности и риски реформирования антимонопольной политики в сфере отношений по поводу прав на результаты интеллектуальной деятельности // *Научные исследования экономического факультета*. Электронный журнал. 2015. Т. 7. Вып. 1. С. 5–31.
24. Шаститко А. Е. Зачем конкурентная политика, если есть промышленная? // *Журнал Новой экономической ассоциации*. 2014а. №4. С. 42–59.
25. Avdasheva S. B., Tsytsulina D. V., Golovanova S. V., Sidороva Y. E. Discovering the Miracle of Large Numbers of Investigations in Russia: the Role of Competition Authority Incentives // *Working papers by NRU Higher School of Economics. Series PA «Public Administration»*. 2015. No. 26. P. 5–32.
26. Laffont J.-J. and Tirole J. *A theory of Incentives in Procurement and Regulation*. MIT Press, 1993.
27. ICC. *Практическое пособие по антимонопольному комплексу*. 2013. URL: https://www.google.ru/url?sa=t&rc=t=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKewjOovjB_tbkAhVjKXIKHX3DCggQFggcMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.iccwbo.org%2FData%2Folicies%2F2014%2FICC-Antitrust-Compliance-Toolkit-RUSSIAN%2F&usq=AFQjCNGtIjHN_IeabrVBj_vABRivUzS7A&sig2=mNZgVDZAUeRvYbD0A2Qd0g&cad=rjt
2. Abdulmenov A., Pruzhanskiy V. Protsedura complayensa pri ustanovlenii tsen: sluchay iz praktiki [The Compliance Procedure in Price-Setting: A Case Study]. *Konkurentsniya i Pravo*, 2015, no. 5.
3. Avdasheva S., Tsytsulina D., Golovanova S., Sidороva Y. Discovering the Miracle of Large Numbers of Investigations in Russia: the Role of Competition Authority Incentives. *Working papers by NRU Higher School of Economics. Series PA «Public Administration»*, 2015, no. 26, pp. 1–32.
4. Avdasheva S., Shastitko A. Industrial and Competition Policy: The Issue of Interrelation and Lessons for Russia. *Voprosy ekonomiki*, 2003, no. 9, pp. 18–32.
5. Avdasheva S., Shastitko A. Nobel Memorial Prize in Economics — 2014: Jean Tirole. *Voprosy ekonomiki*, 2015, no. 1, pp. 5–21.
6. Avdasheva S. B., Tsytsulina D. V. Antimonopoly control of tariff regulation: objectives and drawbacks. *Public Administration Issues*, 2014, no. 4, pp. 27–46 (in Russian)
7. Avdasheva S., Shastitko A. Razvitie konkurentssii v otraslyakh s estestvenno-monopol'nym komponentom: osnovaniya, varianty, ogranicheniya. [Competition development in branches including natural monopoly: the fundamentals, options and limitations]. *Doklady RETsEP*, 2005.
8. Avdasheva S., Shastitko A. Economics of Criminal Sanctions on Antitrust Law Violation. *Voprosy ekonomiki*, 2010, no. 1, pp. 129–142.
9. FAS Russia. «Uralkaliy» ne zavyschal tsenu na karnallit obogashchennyi. [«Uralkaliy» Did Not Unfairly Raise the Price for Enriched Carnallite] 01.10.2015. Available at: <http://fas.gov.ru/press-center/news/detail.html?id=35168>
10. Golovanova S. V. Non-competitive agreements between auction participants: the case of Russia. *Modern Competition*, 2015, no. 4 (52), pp. 65–76.
11. ICC Antitrust Compliance Toolkit. 2013. Available at: <http://www.iccwbo.org/Advocacy-Codes-and-Rules/Document-centre/2013/ICC-Antitrust-Compliance-Toolkit/>
12. Laffont J.-J. and Tirole J. *A theory of Incentives in Procurement and Regulation*, 1993, MIT Press.
13. Morosanova A. A., Radchenko T. A., Fatikhova A. F. Zarubezhnyi opyt primeneniya antimonopol'nykh ogranichenii v sfere obrashcheniya rezul'tatov intellektual'noi deyatel'nosti. [Foreign experience of adopting antimonopoly limitations in the intellectual property rights related matters]. *Nauchnye issledovaniya ekonomicheskogo fakul'teta. Elektronnyi zhurnal*, 2015, vol. 7. issue 1, pp. 52–78.
14. Puzyrevskiy S. A. Kollektivnye iski kak sposob zashchity. [Class action lawsuits as a means of protection]. *Konkurentsniya i parvo*, 2013, no. 5. Available at: <http://www.cljournal.ru/ann2/49/>
15. Puzyrevskiy S. A. Novatsii chetyvortogo antimonopol'nogo paketa [Novations of the Fourth Antimonopoly Package] *Korporativniy Yurist*, 2015, no. 3. Available at: <http://www.clj.ru/journal/428/12263/>
16. Radchenko T. A., Avdasheva S. B., Kurdin A. A., Shastitko A. E. Praktika i vozmozhnye posledstviya antimonopol'noi reglamentatsii trgovoy politiki chastnoi kompanii. [The praxis and possible consequences of antimonopoly trading policy regulations of privately held company]. 2013.
17. Shastitko A. Zashchita intellektual'noi sobstvennosti i antitras: edinstvo i bor'ba protivopozhnostei. [Intellectual property protection versus antitrust: Unity and Struggle of Opposites]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, 2013, no. 4, pp. 16–27.

References

1. Abdulmenov A. Praktiki: Opyt «Uralkaliya» [Practitioners: The Case of «Uralkaliy»]. *Vedomosti*, 2013, no. 3487, 04.12.2013.

18. Shastitko A. Is It Worth to Protect Competition from Intellectual Property Rights? *Voprosy ekonomiki*, 2013в, no. 8, pp. 60–82.
19. Shastitko A. Industrial and Competition Policy: from Theory to Practice of Interaction. *Journal of the New Economic Association*, 2014б, no. 2, pp. 205–209.
20. Shastitko A. Rezul'tativnost' shtrafnykh sanktsii. [The effectiveness of penal sanctions]. *Nauchnye issledovaniya ekonomicheskogo fakul'teta. Elektronnyi zhurnal*, 2013б, vol. 5, no. 1, pp. 55–69.
21. Shastitko A. E., Kurdin A. A. Antitrust Policy and Intellectual Property Rights Protection in Emerging Markets. *Voprosy ekonomiki*, 2012, no. 1, pp. 84–95.
22. Shastitko A., Tsyganov A., Kurdin A. O novoi promyshlennoi politike i konkurentsii v Rossii. [About the new industrial policy and competition in Russia]. *Konkurentsia i pravo*, 2014, no. 3, pp. 13–17.
23. Shastitko A. A. Rezul'taty primeneniya Rossiiskogo antimonopol'nogo zakonodatel'stva i smezhnykh norm v sfere otnoshenii po povodu rezul'tatov intellektual'noi deyatel'nosti. [The results of Russian antimonopoly legislative execution and related issues in terms of intellectual property rights matters]. *Nauchnye issledovaniya ekonomicheskogo fakul'teta. Elektronnyi zhurnal*, 2015, vol. 7, no. 1, pp. 79–94.
24. Shastitko A. E. Torgovaya praktika kompanii kak politika po soblyudeniyu trebovaniy antimonopol'nogo zakonodatel'stva. [Company's trading policy in terms of antimonopoly compliance policy]. *Korporativnyi yurist. Ezhekvartal'noe prilozhenie*, 2012, no. 10, pp. 46–49.
25. Shastitko A. E., Kurdin A. A. Vozmozhnosti i riski reformirovaniya antimonopol'noi politiki v sfere otnoshenii po povodu prav na rezul'taty intellektual'noi deyatel'nosti [Risks and opportunities of antimonopoly reform measures in the field of intellectual property rights matters]. *Nauchnye issledovaniya ekonomicheskogo fakul'teta. Elektronnyi zhurnal*, 2015, vol. 7, no. 1, pp. 5–31.
26. Shastitko A. E. Why Competition Policy, if there is Industrial? *Journal of the New Economic Association*, 2014а, no. 4, pp. 42–59.
27. Uralkaliy. Main Principles of the global antitrust policy of OJSC «Uralkali». 2013. Available at: http://www.uralkali.com/upload/iblock/1dc/antimon_10.09.2013.pdf

A. Shastitko, Research Center of Competition and Economic Regulation of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Department of Competition and Industrial Policies in Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, saedd@mail.ru

N. Pavlova, Research Center of Competition and Economic Regulation of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia, pavl.ns@yandex.ru

A. Meleshkina, Research Center of Competition and Economic Regulation of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia, ann.meleshkina@mail.ru

A. Fatikhova, Research Center of Competition and Economic Regulation of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia, fatikhovadelya@mail.ru

Priorities for competition policy in Russia until 2030

Setting out the long-term priorities of competition policy, it's impossible today to discuss them in isolation from industrial policy. New industrial policy is brought to the forefront, and competition values are its central element. In this context the article offers six major trends for competition policy up to the year 2030: a shift to «smart» antitrust regulation, developing competition with the use of IPR, lowering entry barriers, modernizing the regulation of natural monopolies, developing competition in public procurement and the auctioning off of state property, and developing competition on a regional level. Part of these trends are explained through specific measures, while part of them are left up for discussion. A set of short-term measures are proposed as well.

Keywords: competition policy, new industrial policy, antitrust policy, antitrust compliance, intellectual property rights, «smart» regulation.

About authors:

A Shastitko, *Dr. of Economy, Professor*; N. Pavlova, *PhD in Economy*; A. Meleshkina, *Researcher*; A. Fatikhova, *Junior Researcher*

For citation:

Shastitko A., Pavlova N., Meleshkina A., Fatikhova A. Priorities for competition policy in Russia until 2030. *Journal of Modern Competition*, 2016, vol. 10, no. 2(56), pp. 26–45 (in Russian, abstr. in English).

Пилипук А. В., канд. экон. наук, докторант, доцент, Государственное предприятие «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси», заведующий сектором экономики перерабатывающей промышленности, г. Минск, Беларусь, pilipuk.andrei@gmail.com

Развитие научной теории эффективной конкуренции

В статье представлены результаты обобщения ранних и современных научных исследований конкуренции в изданиях, включающих работы до А. Смита, классические представления, статические, динамические, эволюционные подходы, теорию игр и др. Предложена собственная интерпретация конкуренции как самоорганизации и обобщены основные различия существующих моделей. Как ключевая модель конкуренции рассмотрена теория игр, обоснована роль неопределенности в качестве важнейшей проблемы, выделена эндогенность условий конкуренции и ее динамичное положительное влияние на эффективное согласование индивидуальных и групповых интересов. Особенность представленных исследований — в исключении конфликтного взаимодействия из модели эффективной конкуренции, достигаемое повторяемостью и специфичностью обмена.

Ключевые слова: конкуренция, эффективная конкуренция, самоорганизация, теория игр, конфликт, экстерналии, сетевые эффекты, зависимость от предшествующего опыта, неопределенность, повторяемость обмена, специфические активы.

Введение

В настоящий момент концепция конкуренции является универсальной моделью, используемой во многих сферах научного знания: экономике, антропологии, социологии, теории игр, спортивных состязаниях и др. Наиболее распространенным является классическое представление экономической теории, где «конкуренция» имеет разные формы и предполагает добавление определяющих слов, характеризующих конкретные условия взаимодействия контрагентов на рынке (монополистическая, (не) совершенная, олигополистическая, атомистическая и т. д.). При этом общепризнанного определения до настоящего времени не выработано.

В современных исследованиях имеет место градация на схемы — поведенческую (рыночные практики распределения ограниченных благ), структурную (состояние и условия рынка) либо функциональную (роль конкуренции в экономическом развитии);

разделение на динамический либо статический подход; выделение различных школ конкуренции (неоавстрийцы, неоклассики, неоинституционализм, эволюционизм и др.). Следует также обозначить мнение, согласно которому «конкуренция» — «бессмысленный конструкт» ввиду того, что «неизбежно своими действиями мы усложняем для других людей достижение целей, и практически любое наше внешне выраженное действие ... является конкуренцией» [Круглый стол, 2011]. При этом вместо понятия «конкуренция» предложено употреблять «экономическая свобода», что в целом соответствует «свободе промышленности и предпринимательства» А. Маршалла [Маршалл, 2012, с. 212] и «свободной конкуренции» П. Салена [Сален, 2004]. Вместе с тем наши исследования последовательно демонстрируют, что свобода принятия решений (независимость, автономия) наравне с наличием однонаправленной цели и возможностей ее достижения различными субъектами является предпосылкой конкуренции, а не ее сутью.

В настоящий момент нет однозначной и общепризнанной дефиниции понятия «конкуренция». Так, в славянских языках термин заимствован из латинского — *concurring, concurrency, concurence, concurentia*¹, которые, в свою очередь, являются производными от глагола *concur*², последний первоначально толковался как «*converge*» — сходиться и *run or come together* — собираться вместе или объединяться. В современном словаре английского языка *concur* является синонимом *agree* — соглашаться, *to cooperate* — кооперироваться, *work together* — работать вместе, *to coincide* — совпадать. Противоречие состоит и в том, что в английском языке для современного понятия «конкуренция» применяется другой термин — «*competition*»³, производный от латинского *competitionem* (от существительного — *competitio*), который, наряду со значением «соревнование» (*rivalry*), также имел значение «договор, соглашение» (*agreement*). К настоящему времени сохранились только значения «соперничество» и «соревнование».

В связи с этим необходимо выделить два противоположных суждения, выраженных Ю. Б. Рубиным [Круглый стол, 2011] и А. Б. Бродским [Бродский, 2012]. Первый автор в рамках круглого стола «Вопросы теории конкуренции» высказал мнение, что развитие направления предполагает и требует фундаментальной договоренности о терминах и подходах, тогда как, по мнению А. Б. Бродского, существенные проблемы множественности подходов отсутствуют, а комплекс выделяемых в науке разногласий объясняется различием теорий либо пробелами административного регулирования. При этом автор совершенно спра-

ведливо выделяет необходимость применения системного анализа [Оптнер, 2003], направленного на решение сложных проблем. В соответствии с данной методологией нами обозначен ряд важных вопросов, которые предопределили структуру и задачи исследования:

- Что представляет собой конкуренция, для чего она нужна?
- Каковы польза и вред конкуренции, ее функции и формы?
- Возможно ли обойтись без конкуренции?
- Имеет ли конкуренция негативные эффекты и можно ли их снизить либо погасить?
- Можно ли выделить и использовать только положительные влияния конкуренции?
- Можно ли и каким образом достичь эффективного соотношения конкурентных и кооперативных форм взаимодействия?

Очевидно, что вопросов может быть значительно больше. Ряд ключевых теоретических, практических, методологических и других проблем по-прежнему не имеет универсального решения. Такое разнообразие во многом характеризует саму суть и многогранность понятия и явления конкуренции. В русскоязычном сообществе исследованию конкуренции и связанных с ней областей посвящены работы С. Б. Авдашевой, А. Волинского, Н. М. Розановой, Ю. Б. Рубина, В. В. Радаева, Л. В. Степанова, Ю. В. Таранухи, А. Ю. Филатова и др.

Значительно более богатая история исследования указанной проблемы в зарубежных работах (в основном англоязычных): А. Алчяна, М. Блауга, У. Баумоля, Т. Гоббса, Г. Демсеца, М. Л. Каца, Р. Коуза, Д. МакКаллума, А. Маршалла, Х. де Матъенсо, Д. К. Нортона, Дж. Нэша, Р. Нельсона, Э. Острома, М. Портера, Дж. Робинсона, П. Салена, А. Смита, Дж. Стиглера, Д. Старка, О. И. Уильямсона, Н. Флигстина, Р. Фрэнка, Ф. А. Хайека, М. Т. Хенна, Э. Х. Чемберлина, Й. Шумпетера, К. Д. Эрроу и др.

Изучение подходов к пониманию сути изучаемого понятия и его определений в рус-

¹ <http://dictionary.reference.com/browse/concurrence> (12.09.2014).

² <http://dictionary.reference.com/browse/concur> (17.09.2014).

³ <http://dictionary.reference.com/browse/competition> (12.09.2014).

скоязычной литературе показало наличие множества разнонаправленных точек зрения и противоположных суждений. Конкуренция представлена как действия, условия, состояние, способ (распределения/взаимодействия/согласования), принцип, механизм, свойство, процесс, общественное благо, система отношений, институт, концепция, модель, согласованный порядок, борьба, совокупность экономических действий и пр.

М. МакКаллум [MacCallum, 1993] описал основные противоречия, имеющие место в англоязычных работах экономического профиля, где конкуренция представлена:

— как проявление/форма конфликта и соперничества либо их противоположность;

— существенный элемент либо обратное кооперации явление;

— процесс, несовместимый либо обусловленный регулированием, осведомленностью, случайностью, борьбой, соперничеством либо неприязнью.

В научной литературе выделено множество форм и видов конкуренции, а ограничение какой-либо ее формы всегда увеличивает значение и влияние альтернативных вариантов, например между потребителями в очередях за дефицитным товаром. По этому поводу нами предпринята попытка изучения истоков научной теории, причин ее широкого применения, а также основных ее элементов, от ранних работ до современных авторов.

Основная часть

Первое значимое и широко признанное обоснование конкуренции и ее механизмов в экономике представил английский ученый А. Смит, понимавший конкуренцию (*competition*) именно в контексте согласования интересов множества продавцов, через механизм установления равновесной рыночной цены [Блауг, 1994, с. 54].

Вместе с тем данная проблема имеет более глубокие корни, например, целесо-

образно выделить более ранние исследования испанского экономиста Х. де Матьенсо [Popescu, 1997], который уже в XVI столетии предпринял попытку описания моделей спроса и предложения, определяющих справедливую цену; явлений конкуренции и монополии; изобилия или нехватки товаров, денег и др. Данная работа оказалась совершенно невостребованной в колониальной Испании, монархическая элита которой не смогла сформировать рыночные механизмы. Д. К. Норт [Норт, 1993] связал более превосходную динамику Британской империи с формированием институтов собственности и снижением роли государственной бюрократии.

К числу первых ученых, сформировавших основы статического подхода к конкуренции, следует отнести представителей экономической школы меркантилизма XV–XVIII вв. (Т. Ман, Д. Локк, Д. Юм, Д. Стюарт и др.) и французской физиократии, в исследованиях которых отчетливо прослеживается последовательное развитие научных представлений о сути и механизмах конкуренции и ее роли в повышении благосостояния государства [Рубин, 2010; Андрианов, 2008; Блауг, 1994; Блюмин, 1961; Смит, 2007; Law, 2005]: от накопления металлических денег любыми доступными средствами (ограничения, монополии, запреты и т. д.) к осознанию непродуктивности/вреда протекционизма и целесообразности стимулирования общего активного торгового баланса страны (Э. Мисельден, Т. Ман), пониманию необходимости повышения доходов населения для роста внутреннего спроса (Д. Дефо), признанию частного интереса (*self-interest*) в качестве важнейшего источника развития (Т. Стюарт), описанию процесса достижения равновесного состояния экономики (состояние изобилия) через формирование пропорциональной (равновесной) цены посредством свободной конкуренции (П. Б. Баугильбер), пониманию возможностей создания новой стоимости в денежной сфере, связи количества денег

с внутренними ценами, широких возможностей получения богатства от продажи виртуальной стоимости (Д. Ло), обоснованию роли предпринимателей как класса в развитии конкуренции. Представители школы физиократов (вторая половина XVIII в.) [Блауг, 1994, с. 21–27] показали, что наряду с продавцами, бенефициарами конкуренции выступают также покупатели, выигрывающие от снижения цен.

Вместе с тем совершенно справедливым следует признать мнение Дж. Стиглера [Стиглер, 1999], что термин «конкуренция» до А. Смита не являлся предметом значимых научных изысканий и рассматривался как нечто интуитивно понятное, не требующее каких-либо уточнений и ограничений. Установлено, что в исследованиях экономистов до А. Смита отработана и широко представлена позиция, сформированная ранее Т. Гоббсом [Гоббс, 2001] о конкуренции, характеризующей взаимно направленную борьбу двух и более активных субъектов («война всех против всех») за получение некоторого желаемого всеми редкого объекта. При этом, если Т. Гоббс указывал, что потребность человека в конкуренции обусловлена завистью и внутренней жадой к наживе, ведущими к применению насилия для принуждения и захвата чужого имущества (вплоть до устранения соперника), то экономисты осознали возможность компромиссного распределения благ через отношения обмена, основанные на сделке (англ. *bargain*), где конкуренты торгуются за получение большей доли некоего ограниченного богатства (*bargaining problem*) [Nasar, 1998, p. 88].

В данном контексте совершенно четко прослеживается относительность конкуренции, т. е. одновременное наличие объекта и/или результата сравнения (например, сальдо внешнеэкономического торгового баланса двух или более стран, доля рынка предприятий отрасли, уровень производительности и др.), отражающая соотношение планируемого, желаемого или фактического

результата торговых сделок как осознанного выбора альтернатив максимизации ликвидного блага — богатства в форме твердых денег либо других сокровищ. Можно утверждать, что именно универсальность последних создала постоянно действующий осознанный конфликт интересов в части получения как можно более высокой доли ограниченно доступного их объема. Невзирая на то что роль денег как важнейшая цель экономической деятельности, а также отсутствие границ потребностей в их накоплении ранее была обоснована Аристотелем [Аристотель, 1983], влияние английских ученых в обосновании значения высоколиквидного капитала в экономической конкуренции и возможностей создания новой стоимости в денежной сфере гораздо шире [Лаптева, 2012].

Таким образом, основные представления о конкуренции данного периода характеризуют количественно измеримую торговую сделку по выяснению пропорции распределения фиксированного объема ликвидного богатства, где доля участника может быть увеличена только за счет другой стороны. М. Блауг справедливо определил данную модель как игру с нулевой суммой [Блауг, 1994, с. 15]. Существенная особенность такого взаимодействия — наличие осознанного конфликта интересов сторон, стимулирующего активные действия по сокращению возможностей, потенциала и доступности благ для других игроков, что совершенно точно соответствует классической концепции рационального максимизирующего поведения индивида. Разрушительность такой «войны всех против всех» [Гоббс, 2001] требует создания и поддержания государством жестких ограничительных норм и правил, исключающих физическое уничтожение, порабощение либо устранение.

Установлено, что описанные выше подходы в высокой степени согласуются с моделями конкуренции Д. МакКаллума: «модель титула» и «модель обладания». Последняя, например, характеризует одновремен-

ное стремление двух или более индивидов к полному или частичному получению редкого блага. Борьба в данном случае считается конкурентной, поскольку предмета недостаточно для всех (в равном доступе), и каждый прирост одного индивида ведет к ущербу для другого, потому что нечто желательное для него становится либо недоступным, либо более труднодоступным [McCallum, 1993]. Относительность конкуренции проявляется в борьбе за «титул» как неделимое благо при одобрении всеми участниками некоторых единых правил игры (устанавливаются третьей стороной, как правило, государством), контроль за соблюдением которых — ключевая функция «модели титула».

Значимую роль государства, гарантирующего закрепление прав собственности, выделил также А. Смит [Смит, 2007, с. 501–580]. Абстрагировавшись от частных потерь, автор впервые разработал теорию сбалансированного экономического развития экономической системы на основе конкуренции. Невзирая на то что описанный автором общий конкурентный механизм координации (принцип «невидимой руки») ранее рассматривался в рамках политических и философских учений Л. Пуфендорфом, Д. Локком, Г. Гроцием [Шестаков, 2009], следует признать ключевое влияние работы А. Смита на современную гуманитарную науку, например, Ф. А. Хайек [Хайек, 1992] отмечает влияние учения на теорию Ч. Дарвина.

Необходимо отметить, что «конкуренция» в исследованиях А. Смита впервые была представлена в качестве определяющего фактора самоорганизации и развития экономики, ведущего к некоторому «идеальному» устойчивому равновесию. Такое состояние впоследствии стало ключевым аналитическим инструментом экономической теории. К положительным эффектам конкуренции А. Смит отнес: 1) снижение цен до уровня издержек; 2) оптимальное распределение ресурсов; 3) расширение масштабов рынка; 4) синергию при разделении

труда; 5) стимулирование накопления капитала и роста доходов и др. Справедливым будет утверждение, что А. Смит коренным образом изменил акценты экономической политики государств, обосновав роль конкуренции в повышении богатства страны, выдвинув принцип «невидимой руки», противопоставив его активному протекционизму. Ученый четко и неопровержимо доказал безвредность, целесообразность и полезность сохранения, развития и стимулирования «частного интереса», ведущего к росту общественного благосостояния [Смит, 2007].

Важнейшая особенность теории А. Смита в том, что он не исключает конфликтное максимизирующее поведение, обнаружив и описав условия его естественного ограничения, не требующего контроля и применения властных и силовых рычагов наказания. Роль государства сохранилась, но трансформировалась из ограничивающей волю индивидов в стимулирующую рост численности продавцов, доступность информации и мобильность ресурсов [Смит, 2007]. Добавление отсутствующего у А. Смита условия — «однородность товара» [Блауг, 1994, с. 39, 42–56] в дальнейшем сформировало классическую концепцию совершенной конкуренции, которая, являясь чисто теоретическим конструктом, никогда не была реализована на практике.

В отличие от ранних представлений, конкуренция у А. Смита, во-первых, абсолютно положительное явление, ведущее к самоорганизации и некоторому оптимальному состоянию (ценовое равновесие) экономической системы, во-вторых, реабилитирует и превозносит эгоистичные мотивы максимизирующих выгоду индивидов, в-третьих, ведет к увеличению общественного благосостояния и процветанию страны, в-четвертых, исключает мотивы осознанного конфликтного противостояния индивидов (делает его бессмысленным) ввиду невозможности существенно влиять на собственную долю получаемого ликвидного богатства, в-пятых, исключает неопределенность

распределения результата в точке равновесия, что позволяет точно прогнозировать экономические процессы.

Влияние теории А. Смита на экономическую науку было так велико, что изучение негативных эффектов и последствий конкуренции (например, неравномерное распределение доходов) вплоть до конца XIX столетия было ограничено в рамках маргинальных теорий социалистически-утопического течения [Рубин, 2010]. Более поздние исследования конкуренции многократно опровергали ее безусловную эффективность и безальтернативность как в общем смысле, так и отдельных ее форм, интенсивности и границ применения. Например, эмпирические исследования Х. Лейбенштейна [Лейбенштейн, 1999] показали, что выигрыш в благосостоянии за счет только аллокативной эффективности, как правило, чрезвычайно мал. Суть проблемы — в отрицательных эффектах (банкротство, расходование ресурсов, сознательное противодействие и причинение ущерба конкурентам), которые в целом можно отнести в первую очередь к моральной проблеме, характеризующей желательность и целесообразность ситуации, где совершение некоторых действий одним лицом наносит прямой ущерб другому лицу.

Таким образом, отчетливо прослеживается последовательное осознание роли конкуренции в функционировании сложных систем (экономических, социальных, биологических и др.): от 1) неизбежности направленного физического противостояния как условия выживания («Модель обладания» — «война всех против всех» Т. Гоббса); 2) необходимости ограничения жесткости конфликтов путем передачи права на разрешение противоречий третьей стороне (государству) («Модель титула» — торг по правилам в условиях контроля); к 3) неизбежной эффективной самоорганизации путем установления ценовых пропорций обмена, при обеспечении гарантирующих безопасность норм и правил («Модель самоор-

ганизации»), где государству отведена роль содействия или формирования таких параметров в случае, если они не могут сформироваться самостоятельно.

Исследования условий и причин конкуренции, ведущей к равновесию, ее факторов и последствий после А. Смита в разной степени представлены в работах Т. Мальтуса (обосновал ключевой источник конкуренции: ограниченность ресурсов в условиях возрастающих потребностей общества), Д. Рикардо (установил неизбежность предельного сокращения нормы прибыли в условиях совершенной конкуренции и обосновал высокую значимость сравнительных конкурентных преимуществ, влияющих на результаты конкуренции⁴), Дж. С. Милля (обосновал конкуренцию как закон, устанавливающий правила регулирования рынка), К. Маркса (представил конкуренцию как ядро и механизм координации индивидуальных капиталов в рамках внутри- и межотраслевых рынков, выравнивающий их нормы прибыли и стимулирующий инновации, впервые описал роль в экономическом развитии взаимозависимых монополии и конкуренции, выделил принудительный характер последней) [Рикардо, 2006; Рубин, 2010; Блауг, 1994; Богданов, 2010 и др.].

Л. Вальрас [Блауг, 1994, с. 528–535] впервые аргументированно обосновал влияние цен на установление равновесия спроса и предложения. В результате цены были выдвинуты в качестве основного инструмента конкурентной борьбы, а конкуренция стала преимущественно «ценовой конкуренцией». Монополия как противоположная совершенной конкуренции модель была признана в качестве совершенно неэффективной формы организации экономики, ведущей к формированию цен, значительно превышающих конкурентный уровень, что

⁴ Концепция сравнительных преимуществ оказала значительное влияние на теорию международной торговли и получила широкое освещение и признание в XX столетии, например в работах М. Портера.

математически достаточно точно обосновал А. Курно [Блауг, 2008, с. 152–154].

А. Маршалл представил конкуренцию как «свободу промышленности и предпринимательства» [Маршалл, 2012, с. 212], ведущую к оптимальному разделению труда и обеспечивающую наибольшую эффективность экономики (в противовес монополии) с равновесным (оптимальным) уровнем цен, достигаемым через колебания объемов продаж. Ученый значительно расширил теорию статического конкурентного равновесия и условий его стабильности (частичное равновесие, эластичность спроса по цене, излишки потребителя и производителя, недостижимость равновесия при наличии эффекта экономии от масштаба, понятия квазиренды и репрезентативной фирмы), ввел в анализ биологический цикл жизни (постоянная ротация фирм) и фактор времени, в различных интервалах которого изменяются не только объемы производства и цены, но и ресурсы, потребности, мощности, технологии.

Важным в аспекте конкуренции следует признать обоснованный автором эффект «внешней экономии» (*diseconomies*) как «необратимый динамичный феномен», имеющий «место всякий раз, когда производственная функция одной фирмы содержит переменные, которые являются не физическими вложениями, а побочными эффектами деятельности других фирм» [Блауг, 1994, с. 356]. Наличие внешнего притока/оттока, обусловленного конкуренцией, показало присутствие особого вида взаимозависимости компаний и их кривых предложения в рамках одной отрасли. «Внешняя экономия» А. Маршала — это первая значимая попытка обоснования сущности экстерналий, описанных позже Р. Коузом, А. Алчяном и др. [Коуз, 2007; Алчян, 2007]. Также прослеживается прямая связь с «сетевыми внешними эффектами», обоснованными М. Л. Кацем и К. Шапиро [Кац, Шапиро, 2003], и феноменом зависимости от однажды выбранной траектории развития (*path*

dependence), описанного, например, в работе Р. Р. Нельсона и С. Дж. Уинтера [Нельсон, Уинтер, 2002].

Указанная выше дихотомия (совершенная конкуренция — монополия), также как и новые подходы Дж. Робинсон [Робинсон, 1986] (ввела понятия несовершенной конкуренции и множественности рыночного равновесия; предложила оценивать равновесие через количество и стабильность численности фирм на рынке; обосновала ценовую дискриминацию и неценовые критерии конкуренции: качество, особенности обслуживания, реклама, репутация и др.), характеризуют статический структуралистский подход (описывает систему взаимодействия в рамках структуры рынка), который в дальнейшем получил развитие в теории организации отрасли промышленности Д. Бейна и Э. Мейсона [Розанова, 2001], где конкуренция относится к определяющей структуре рынка модели. Вместе с тем указанная теория к настоящему времени значительно трансформировалась путем включения динамичных подходов институциональных элементов маркетинга, теории игр и др. Ее изложение можно найти, например, в работе Д. Хей и Д. Морриса [Хей, Моррис, 1999].

Проведенные исследования показали, что научно обоснованные эмпирические оценки конкуренции, как правило, задаются в рамках указания конкретного методологического подхода: статического (выполняется через модели частичного либо общего равновесия методами сравнительной статики без учета фактора времени) либо динамического (конкуренция анализируется исключительно как процесс, время выступает в качестве одной из переменных, при этом факторы, формирующие цену, становятся функциями времени, а их неизменность в полной мере определяет возможность равновесия) анализа [Рубин, 2010]. Справедливым следует признать мнение Ю. В. Таранухи [Тарануха, 2011], что статический подход исключает процессы и изначально предполагает их трансформацию

в состояния. В результате фирмы конкурируют при заданных условиях и предопределенном рынке интервале возможных состояний. При этом весь набор действий, как правило, сводится к коррекции объема выпуска (по Маршаллу) и/или цены (по Вальрасу). Конкуренция в данной схеме — один из признаков, описывающий «застывшее» состояние рынка (эффективный/неэффективный).

Статический метод применяется в рамках структуралистского (структурного) подхода, основу которого составляет гипотеза о влиянии количества продавцов на уровень цен, которая была широко представлена в работах ученых Гарвардской школы, где сложности эмпирического анализа динамичного процесса конкуренции решили путем применения поддающихся наблюдению и изучению смен разных состояний, методом сравнительной статистики. Вместе с тем, как совершенно справедливо отмечает С. Б. Авдашева [Круглый стол, 2011], «теория равновесной цены никогда не претендовала на то, чтобы быть теорией конкуренции». Последняя в рамках большинства моделей микроэкономики «выносятся за скобки», сохраняя за собой роль ключевого условия, но не объекта анализа.

Обобщение исследований конкуренции в рамках статического подхода, характеризующего описанную выше «модель самоорганизации», показало, что, во-первых, сформулированы теоретические условия, при которых конкуренция неизбежно обеспечивает оптимальное состояние системы, во-вторых, установлено, что возможности конкуренции устанавливать равновесие определяются самими ее участниками, формирующими структуру, динамику, эффективность и особенности развития отрасли в целом, в-третьих, математически обоснованы три ключевых параметра оценки эффективности состояний экономической системы (эффективность по Парето), обусловленных конкуренцией (цена, объем выпуска, полезность товаров), величина и ко-

лебания которых — ключевые источники, причины и оправдание социально-экономической пользы конкуренции.

К началу XX столетия получили развитие исследования динамичной теории конкуренции, которую Ф. Хайек (1946, 1969 гг.) в дальнейшем представил как непрерывный процесс открытия новых возможностей и ресурсов с целью преодоления превосходства в эффективности конкурентов, что совершенно не имеет смысла, если результаты конкуренции предсказуемы (как в модели совершенной конкуренции)⁵ [Хайек, 2011]. А. Ю. Юданов [Круглый стол, 2011] наиболее точно и кратко охарактеризовал данное направление как процесс взлома равновесия. В данном контексте следует отметить Й. Шумпетера [Шумпетер, 1982], впервые значимо выделившего роль инновационных предпринимателей в конкуренции. Их усилия согласно Р. Коузу [Коуз, 1999] имеют равнозначную с механизмом цен эффективность распределения ограниченных ресурсов. В более поздних исследованиях И. Кирцнер [Kirzner, 1997] указывает на невозможность отделения конкуренции от проявления предпринимательства.

Й. Шумпетер развил представления К. Маркса о роли конкуренции в техническом прогрессе, представив инновации в качестве ключевого его источника, направленного на поиск прибыльных возможностей разрушения существующих равновесий путем создания новых товаров, технологий, ресурсов, типов организаций, рынков сбыта [Шумпетер, 1982]. Ученый реабилитировал монополистические проявления, представив их в качестве эффективного временно-

⁵ М. Маккалум, Г. Демсец и другие авторы [MacCallum, 1993; Демсец, 2010] доказывают отсутствие конкурентной ситуации в модели «совершенной конкуренции», где нет места неопределенности, а осведомленность и гомогенность исключают формирование и использование конкурентных преимуществ, предполагают предсказуемость любых действий и следствий, исключают экономическое развитие на основе инноваций и опускают роль предпринимателя в распределительном процессе.

го состояния, обусловленного инновацией, позволяющего предпринимателю защититься от имитации конкурентами (в данном контексте основной мотив инновации заключен в возможности получить монопольную прибыль). В результате монопольная власть становится важной предпосылкой экономического роста⁶, основанного на инновациях, что исключено в модели совершенной конкуренции.

Установлено, что динамические подходы не противоречат описанной статической модели самоорганизации, а дополняют ее путем включения инновационных монополий предпринимателей в качестве источника разрушения предсказуемого порядка. Вызванная этим разбалансировка альтернативных стоимостей использования ресурсов ведет к последующей реаллокации и новому оптимальному равновесию. При этом практика свидетельствует, что имеет место непредсказуемость траектории (положительная/отрицательная) и динамики (рост/спад) развития. Существенно также то, что Й. Шумпетер не исключил, а совершенно обоснованно сузил вредные эффекты монопольной власти случаями, когда ее получение обусловлено привилегиями и административными ограничениями на особо редкие ресурсы. Тогда как монополии, созданные предпринимателями, способствуют эффективному перераспределению ограниченных ресурсов, стимулируют конкуренцию, инновации и экономический рост системы в целом.

Анализ подтверждает, что инновации, являясь источником неопределенности, несовместимы с моделью совершенного рынка, где неопределенность отсутствует. Следовательно, вопрос оптимального размеще-

⁶ «Постоянная боязнь потерять выгодное положение, полученное за счет инноваций, в связи с тем, что другие фирмы будут вкладывать ресурсы в инновации», является, по мнению Й. Шумпетера, «высшей из уместных форм конкуренции» [Шумпетер, 1982, с. 128–129].

ния ресурсов по Парето становится трудноразрешимым.

В 1933 г. Э. Х. Чемберлин [Чемберлин, 1996] впервые обоснованно объединил представления о конкуренции и монополии как неотъемлемых и составных элементах непрерывного и динамического процесса развития, где монополия⁷, аналогично мнению Й. Шумпетера, представлена в качестве нормального результата конкурентного поведения предпринимателей (фирм). Э. Х. Чемберлин сузил понятие «совершенной конкуренции» до «чистой конкуренции» [Чемберлин, 1996, с. 37], характеризующей отсутствие примеси монополии, и обосновал категорию «монополистической конкуренции», которая, по мнению ученого, описывает большинство реально существующих на практике экономических ситуаций, представляющих собой «составные явления (*composites*), включающие и конкуренцию, и монополию» [Чемберлин, 1996, с. 282]. В качестве недостатков такой системы автор обозначил рост издержек производства и избыточные мощности. Объем последних согласно исследованиям М. Спенса [Спенс, 2003, с. 51] снижает конкуренцию за счет создания избыточных мощностей в отраслях с однородным продуктом, позволяющих сделать любую новую фирму нерентабельной, тогда как при высокой дифференциации продуктов ключевое значение приобретают реклама и маркетинг, влияющие на спрос и «поднимающие ставки для новичков».

Вместе с тем необходимо обозначить инструментальную ограниченность теорий

⁷ Э. Х. Чемберлин указывает [Чемберлин, 1996, с. 41]: «Если продукты идентичны, то мы имеем условия чистой конкуренции (предполагая также, что число продавцов очень велико). Вместе с дифференциацией появляется монополия, и по мере усиления дифференциации элементы монополии становятся все значительнее. Везде, где в какой-либо степени существует дифференциация, каждый продавец обладает абсолютной монополией на свой собственный продукт, но вместе с тем подвергается конкуренции со стороны более или менее несовершенных заменителей».

несовершенной и монополистической конкуренции, на что указывает М. Фридман: «... при наличии дифференциации каждая фирма представляет собой отдельную отрасль» [Фридман, 1994, с. 47]. Это значительно усложняет экономическое прогнозирование, предполагает введение новых ограничений и потенциально расширяет равновесную модель до множества состояний. Например, ограничения и условия моделей с горизонтальной и вертикальной дифференциацией описаны в работах А. Волинского [Волинский, 2003], К. Ланкастера [Ланкастер, 1993] и др.

В целом к настоящему времени выработан достаточно широкий круг инструментальных методов. Например, в работах А. Ю. Филатова, Н. И. Айзенберга [Филатов, Айзенберг, 2012], Л. В. Степанова [Степанов, 2008] обобщены кооперативные и некооперативные решения для количественной и ценовой конкуренции при олигополии с различной степенью сложности входа, моделей монополистической конкуренции, естественной монополии и др. Г. А. Саймон выделяет высокое значение данных подходов в развитии теорий политических партий, отношений работников и управляющих, международной торговли, политики и др. [Саймон, 1999], где необходима оценка математически рассчитанных результатов равновесных исходов. Основная сложность описанных выше подходов — в узконаправленности и применимости к ограниченному кругу проблем, что сохраняет высокую привлекательность классической теории статического равновесия. Вместе с тем теоретичность и недостижимость последнего в реальной практике обуславливают постоянный процесс поиска инструментальных методов анализа конкуренции в условиях неопределенности.

Работы Й. Шумпетера и Э. Чемберлина показали обратный равновесию итог конкуренции — разрушающий эффект монополий, возникающий в результате создаваемой предпринимателями неопределенно-

сти путем предугадывания будущего роста ценности ресурсов, не выраженного в текущих рыночных ценах, что способствует динамичной корректировке и реаллокации ресурсов между различными направлениями использования. Дж. Ф. Уэстон указывает на роль предпринимателя в поиске неопределенности, способной приносить прибыль и тем самым восстанавливать равновесие [Уэстон, 1999], а Д. Старк [Старк, 2009] выделяет роль предпринимателей в «эксплуатации» созданной или найденной ими же неопределенности. В контексте действий предпринимателей по разрушению и возвращению системы к равновесию совершенно точно проявляется осознанный характер конкуренции, т. е. роль индивидуальных сознательных действий, выводящих либо возвращающих систему к равновесию. Вместе с тем следует согласиться с А. Алчяном, что роль предпринимателей тем более значима, чем выше их численность и вариативность предпринимаемых ими действий, эффективность которых в высокой степени зависит от эффекта «одобрения внешней средой» [Алчян, 2007, с. 34], т. е. соответствия условиям рынка, которые, в свою очередь, зависят от предшествующих действий, количества и структуры и других свойств, созданных самими конкурентами.

Установлено, что решения максимизирующих полезность индивидов, как правило, соотносятся с независимыми действиями остальных участников обменных операций как непосредственно в части конкретной сделки, так и опосредованно, через наложение ограничений (коридора) ее возможных исходов (сетевые эффекты, экстерналии и зависимость от однажды выбранного пути). Подобная взаимная и всеобщая оценка потенциальных (ожидаемых) исходов ведет к установлению устойчивых равновесий. Впервые логика такого мыслительного процесса была четко продемонстрирована в теории игр, которая представляет собой математический инструмент оценки рационального поведения в условиях конфликта

интересов. Решение принимается в соответствии с двумя ключевыми критериями: больше лучше, чем меньше (относительно распределяемого блага); результат зависит не только от решений самого субъекта, но также и от действий прочих участников взаимодействия [Nasar, 1998, с. 14].

Понятие игры в нормальной форме характеризуется множеством (два и более) участников, для которых существует стратегическая взаимозависимость итогового результата каждого из игроков от выбора других участников, совершивших целенаправленные действия [Диксит, Нейлбафф, 2015]. В данной связи каждый конкурент своими действиями неизбежно осложняет достижение цели другим контрагентом. При этом, если решения принимаются независимо, то игра является некооперативной.

Исследования подтверждают, что разработка аналитических методов теории игр — ключевой этап в понимании конкуренции. Общеизвестные основоположники данного направления — Дж. Ф. Нейман, О. Моргенштерн (кооперативные игры — 1944 г.) [Нейман, Моргенштерн, 1970] и Дж. Нэш (некооперативные игры — 1950 г.) [Nash, 1950; Диксит, Нейлбафф, 2015; Harsanyi, 1956]. Следует также назвать работы более раннего периода, например А. Курно (1838 г.), который обосновал равновесное решение в модели дуополии, где «дальнейшие корректировки не позволяют ни одному из дуополистов увеличить прибыль» [Блауг, 2008, с. 153]. Ж. Бертран в 1883 г. представил модель ценовой конкуренции на олигополистическом рынке, а Г. Ф. Шательберг в 1934 г. решил динамичную задачу дуополии с полной совершенной информацией и иерархией [Диксит, 2003].

Результаты Дж. Нэша [Nash, 1950] позволили через два столетия (в 1950 г.) после А. Смита математически точно на примере простой модели понять внутренний механизм действия «невидимой руки», демонстрирующий неизбежность мотивированного выбора независимыми конкурен-

тами оптимального решения для сделки (*bargaining problem* [Harsanyi, 1956]), максимизирующего их индивидуальные целевые функции. Вместе с тем первичное рассмотрение равновесия в самой известной задаче — Дилемме заключенного (*the Prisoner's Dilemma*⁸) может привести к выводу о противоречии исхода принципам действия «невидимой руки» А. Смита, так как соблюдение каждым игроком собственных интересов не всегда ведет к наилучшему коллективному результату как важнейшему следствию модели совершенной конкуренции.

Вместе с тем данный результат не опровергает критерий оптимальности по Парето, а демонстрирует один из возможных (не самый эффективный) исходов механизма цен, при котором кооперативные действия (основанные на доверии либо наказуемой ответственности) имеют более предпочтительные следствия для сторон. При этом один из трех возможных вариантов четко показывает максимальную выгоду, извлекаемую одним из контрагентов из ситуации неопределенности (обусловлена властью, оппортунизмом либо недостатком информации, ведущим к иррациональности). Это подчеркивает неоднократно демонстрируемый в научной литературе факт наличия неэффективных равновесий как результат несогласованных действий индивидов аналогично неэффективным монополиям (на основе привилегий) Й. Шумпетера.

Выявленное Д. Нэшем некооперативное равновесие (равновесие по Нэшу) является устойчивым за счет того, что любое одностороннее изменение стратегии ухудшает собственные позиции игроков. В результате у контрагентов отсутствуют обоснованные/рациональные причины отказываться от оптимального решения [Диксит, Нейлбафф, 2015, с. 116]. Теоретико-игровой подход позволил, например, К. Дж. Эрроу в соавтор-

⁸ Проблема была описана в 1950 г. двумя математиками из корпорации RAND (M. Flood и M. Dresher) и популяризована А. Такером для объяснения сути теории игр.

стве с Ж. Дебре и Ф. Ханом усовершенствовать модель общего равновесия Вальраса в рамках количественной (кардиналистской) теории полезности [Блауг, 2009, с. 372]. При этом в рамках ординалистского (порядковое сравнение альтернатив) подхода К. Д. Эрроу показал невозможность достижения оптимального конкурентного решения для трех и более альтернатив [Эрроу, 2004].

Выполненный анализ доказывает возможность описания конкуренции инструментами теории игр, например, «чистая конкуренция» Э. Х. Чемберлина [Чемберлин, 1996, с. 37] соответствует критерию «невозможности игроков договориться» при взаимодействии малого числа конкурентов: «Продавцу приходится брать в расчет не только то, что его конкурент делает теперь, но и то, что конкурент вынужден будет сделать в связи с той переменной, которую продавец замышляет сам» [Чемберлин, 1996, с. 91]; стремление игроков выбрать оптимальную стратегию полностью совпадает с позицией Й. Шумпетера [Шумпетер, 1995], который совершенно точно указывает на высокие риски банкротства в случае игнорирования действий конкурентов, а критерий «больше лучше, чем меньше» равнозначен представлению А. Маршалла о «свободе промышленности и предпринимательства», которые заставляют каждого «искать такого применения своего труда и капитала, при котором он может обратить их к наибольшей выгоде» [Маршалл, 2012, с. 212].

В реальной практике достоверность действия моделей теории игр многократно доказана и не вызывает сомнения. Например, создание избыточных мощностей лидерами отрасли, описанное М. Спенсом [Спенс, 2003] и Д. Дикситом [Диксит, 2003], представляет собой стратегию «заслуживающих доверия угроз» [Диксит, Нейлбафф, 2015, с. 206–234], характеризующую ситуацию принятия необратимых обязательств (например, не поддающиеся пересмотру инвестиции фирмы — избыточные мощности). По-

добные решения позволяют одному из конкурентов кардинально изменить начальные условия игры независимо от действующих изначально факторов, что трансформирует конкуренцию в двухстадийную игровую модель, описанную в исследованиях Дж. Саттона [Розанова, 2001]. На первой стадии принимается решение о входе в отрасль, и далее участники вырабатывают стратегии, ведущие к равновесию по Нэшу. М.Л. Кац и К. Шапиро использовали аналогичные инструменты при описании формальной модели сетевой конкуренции, где сначала потребители «строят ожидания», а «затем фирмы играют выпуском» [Кац, Шапиро, 2003, с. 504].

Можно утверждать, что стратегии теории игр [Диксит, Нейлбафф, 2015] объясняют значительную часть актов взаимодействия в экономике. Например, механизм возникновения монопольной власти в моделях открытия новых возможностей по Ф. Хайеку [Хайек, 2011], создания инноваций по Й. Шумпетеру [Шумпетер, 1982], стремления получить преимущество в ресурсах по С. Ханту [Hunt, 2001] и других, способствующих стабилизации собственных отраслей и сокращению влияния факторов неопределенности. Указанное выше подтверждает мнение Н. Флигстина [Флигстин, 2013] о сути конкуренции как стремления к стабильности и сокращению неопределенности и В. В. Радаева [Радаев, 2003] о конкуренции как установлении согласованного порядка, предполагающего встроенные институциональные ограничения, вырабатываемые участниками рынка.

Суть в том, что условия, в которых происходит конкуренция, не являются чисто экзогенными (в соответствии с классическими представлениями), а в большей степени формируются самими ее субъектами под влиянием ожиданий о действиях контрагентов, независимых в принятии своих решений. Последнее свойство, являясь преимуществом, потенциально ведет к проявлению вредных эффектов конкуренции, кото-

рые возникают, как справедливо отмечает Р. Фрэнк [Фрэнк, 2013, с. 56], «в тех случаях, когда возможность достижения важных целей определяется относительным потреблением (а мы сталкиваемся с этим достаточно часто)». А. Алчян описал слабость относительной системы оценки, связанную с вероятностью случайного стечения обстоятельств, ведущих к отбору менее эффективных конкурентов, «чи внутренние свойства оказались наиболее подходящими» параметрам среды [Алчян, 2007, с. 38].

Установлено, что модель равновесия совершенного рынка, с одной стороны, и монополизация, с другой, являются двумя противоположными векторами сокращения неопределенности. В каждой из данных крайних точек имеет место ситуация полной определенности, т. е. отсутствие неопределенности [Хиршлейфер, 1999]. Конкуренция в данном случае представляет собой непрерывный процесс дисбалансов и колебаний, описанный У. Баумолем [Баумоль, 2003], обоснованно доказывающим, что предприниматели, с одной стороны, ищут прибыльные возможности нарушения равновесия (позиция Й. Шумпетера [Шумпетер, 1982]), а с другой, находят и с выгодой для себя устраняют неравновесия (мнение И. Кирцнера [Кирцнер, 2001]), т. е. приближают систему к равновесному состоянию.

Следовательно, индивидуальные мотивы агентов к максимизации стабилизируют систему (текущий тактический выбор игроками оптимального результата в совокупности определяет механизм цен), тогда как предпринимательский поиск источников монопольной власти, снижающей индивидуальные риски обмена (защита от конкуренции, обеспечивающая безопасность экономической деятельности), можно признать в качестве разбалансирующего механизма. Х. Лейбенштейн [Лейбенштейн, 1999] ввел понятие «Х»-эффективность, отражающее увеличение результата хозяйственной деятельности при наличии сильного конкурентного давления, избежать которого можно

путем инноваций и выхода в стадию монополии, где неопределенность отсутствует или минимальна. Получаемая в данном случае власть является мотивированным и осознанным стремлением индивидов к выходу из поля конфликтного противостояния.

В данной связи уместно процитировать Д. Старка [Старк, 2009, с. 69], который роль предпринимателя видит в том, что он «озабочен не столько обеспечением стабильности (построенной на успехе), сколько созданием разрывов, препятствующих замыканию на прошлых достижениях под действием механизма зависимости от ранее избранного пути (*path-dependent effects*)». Н. Флигстин [Флигстин, 2013] указывает, что вся конкурентная борьба (в том числе конкурентные нападения) — это стремление повысить стабильность, т. е. снизить неопределенность. Р. Коуз [Коуз, 1999] выделил «неопределенность» в качестве ключевого источника затрат ценового механизма, побуждающего одних людей пользоваться большими возможностями, вводить новшества, стремиться к монополизации и т. д. Она же побуждает других избегать деятельности, связанной с риском и предпринимательством, искать спокойной жизни [Уэстон, 1999]. Р. Вернон [Вернон, 2006] приводит пример получения монополистической власти при расширении фирм на внешние рынки как основы страхования от неопределенности функционирования в иностранном окружении.

Таким образом, включение подходов теории игр позволяет представить конкуренцию в качестве осознанных действий по балансировке разнонаправленных мотивов индивидов к максимизации и снижению неопределенности, обеспечивающих системную аллокацию ресурсов и динамику развития («Х»-эффективность). Установлено, что теоретико-игровой подход интегрирует поведенческую/деятельную (*характеризует конкурентные действия индивидов*), структурную (*указывает неизбежность выбора конкурентами некоторого оптимального равновесного состояния*) и функциональную

(показывает влияние осознанного выбора индивидов на динамику развития в границах коридора прежде созданных норм, правил и ограничений — *Path dependence*) модели конкуренции.

Неопределенность можно признать ключевым условием возникновения конкуренции. Это вынуждает индивидов действовать разнонаправлено: создавать и увеличивать монопольную власть (в том числе путем создания и изменения правил и условий «игры») и максимизировать результат сделки в текущий момент (эквilibrium Нэша).

Исследования показали, что социально-экономические взаимодействия, описывающие процесс сделки на основе торга, включают следующие два вида неопределенности — первая обусловлена выбором наилучшей альтернативы, вторая — действиями независимых субъектов, направленными на тот же результат. При этом классические модели равновесия, в том числе теория игр, предполагают достижение оптимального состояния в условиях определенности. В данной связи можно предположить, что равновесие — это цель конкуренции, которая как процесс происходит в условиях неопределенности, где неизвестные факторы подменяются ожиданиями (гипотеза ожидаемой полезности), основанными на доступной информации и ранее сложившихся предпочтениях.

В классических примерах можно проследить экзогенность функций выигрыша конкурентов и соответственно условий модели, включая рациональность выбора, что в реальной практике часто не соответствует действительности, где имеет место как ограниченная рациональность, так и сильные тенденции активного воздействия на функции полезности других участников.

Отсутствие рациональности в поведении агентов при сделке многократно подтверждено экспериментально. Вместе с тем К. Эрроу [Эрроу, 1994] обосновал слабость гипотезы рациональности в статичных условиях и ее применимость при учете факто-

ра времени и неопределенности (динамичные условия), т. е. при повторяемости сделок. В современной науке выработан ряд возможностей преодоления «институциональной стерильности» стандартной модели рационального выбора. С. Кроуфорд и Э. Остром [Crawford, Ostrom, 1995] предложили дополнить классическую схему взаимодействия возможностью использования таких институциональных элементов, как общие стратегии (аналогично теории игр — указывают направление, получателей и цели, разделяемые всеми субъектами), нормы (определяют ценность ожидаемых действий) и правила (требуют наличия оценивающего и контролирующего субъекта).

Установлено, что максимизирующая рациональность индивида ведет к совершенно отличным результатам в разовой и многократной сделках. Данный факт совершенно точно описал Д. Норт [Норт, 1997, с. 79]: «если игра повторяется неограниченное число раз, то для игроков становится выгодным соблюдать условия обмена, потому что выгоды от последовательных итераций начинают превосходить выигрыш от однократного отказа от сотрудничества или от того, чтобы «выйти из игры, захватив с собой выигрыш». Следовательно, важнейшее положительное свойство конкуренции — ее динамичность, которая ведет к результатам, максимально близким коллективным действиям, за счет того, что «устраняет неполноту и асимметричность информации, которые поощряют игроков к отказу от сотрудничества в статичных моделях теории игр» [Норт, 1997, с. 32].

Важными также следует признать выделенные автором три ключевые формы обмена в зависимости от наличия/отсутствия личного контакта, обратной связи и контроля третьей стороны: персонифицированный («участники обмена хорошо знают друг друга и вступают в неоднократные отношения обмена» [Норт, 1997, с. 77], вместе с тем имеют место зависимости родства, преданности и др., тормозящие разви-

тие), неперсонифицированный (значительно увеличивает риски, характеризуется отсутствием личного контакта и протяженностью во времени), неперсонифицированный обмен с контролем (третья сторона выполняет функции принуждения для обеспечения исполнения сторонами условий сделки). При персонифицированном обмене имеет место взаимное согласование и установление правил сделки. При обмене безличном такие правила установить и контролировать не представляется возможным без участия третьей стороны. Персонификация имеет те же выгоды для предпринимателей, что и монопольная власть, — существенно снижает неопределенность. В ряде случаев эти два понятия достаточно сложно разделить. Например, известный авторитетный бренд получает значительную, часто монопольную, долю рынка благодаря высокой лояльности потребителей. При этом, очевидно, имеет место односторонняя персонификация от производителя к потребителю.

Установлено, что конкуренция снижает влияние таких ключевых недостатков персонифицированного взаимодействия, как «злоупотребление властью» и «зависимость от выбранного пути развития — *path dependence*», характерных для отдельных фирм, экономических систем и рынков в целом. Последние, как справедливо отмечает Н. Флигстин [Флигстин, 2013, с. 32], «включают сложные и стабильные социальные структуры, основанные на повторяющихся взаимодействиях покупателей и продавцов, а также на статусах и репутации участников». А. А. Алчян и Г. Демсец справедливо отмечают: «когда краснодеревщик покупает лес у лесоруба, имеет место рыночная кооперация» [Алчян, Демсец, 2003, с. 280]. Авторы обозначили значимую связь положительных результатов фирм с созданием стимулов к производительности, при этом наши исследования подтверждают, что конкуренция также является важным механизмом, обеспечивающим такую связь (производи-

тельность — вознаграждение). При этом динамический характер подобного результата обусловлен сравнением результатов с конкурентами — «Х-эффективность» [Лейбенштайн, 1999]. Следовательно, эффективность конкуренции⁹ обеспечивается потоком рыночных вознаграждений в направлении субъектов, достигающих роста относительной производительности.

Вместе с тем имеют место и негативные последствия конкуренции — «гонка вооружений» [Schelling, 1973] и сбои рыночного механизма. Возникновение последних Р. Коуз [Коуз, 2007] объяснил нечеткими и размытыми правами собственности, ведущими к расхождению между частными и социальными издержками и выгодами (экстерналиями). А. Алчян [Алчян, 1999] совершенно точно обозначил суть проблемы в наличии широких возможностей использовать ресурсы одних людей в интересах других, что значительно снижает возможности первых и позволяет последним переложить на них часть своих затрат. Имеет место также связь с обозначенной О. И. Уильямсоном [Уильямсон, 2001] неизбежной неполнотой контрактов, подверженных разночтениям, ошибочным интерпретациям и манипуляциям ограниченно рациональных и оппортунистически настроенных индивидов.

Суть в том, что практически любая сделка имеет на выходе неучтенные эффекты (положительные/отрицательные, внешние/внутренние), полностью предусмотреть которые не представляется возможным. Подобная неопределенность, как обосновано доказывает Э. Остром [Остром, 2010],

⁹ С. Б. Авдашева с соавторами [Авдашева, 1999] отмечает, что понятие «эффективная конкуренция» изучается либо с точки зрения результата (эффективная аллокация ресурсов), либо процесса («работающая конкуренция», Дж. Кларка). Наши исследования доказывают, что эффективная конкуренция обеспечивает процесс динамичной самоорганизации за счет постоянного поиска и реализации возможностей получения предпринимателями более высоких результатов.

ведет к «плохим» равновесиям, избежать которых можно путем вертикальной интеграции, создания барьеров входа для новых игроков (*позволяет защитить инвестиции в специфические активы от оппортунизма партнеров либо захвата другими субъектами рынка соответственно*), согласованного либо принудительного установления правил (*например, стандартов качества*), коллективного пользования при высокой персонализации участников (*предполагает выработку четких согласованных механизмов внутреннего контроля в закрытой группе*) либо роста численности конкурентов и повторяемости в условиях однородности объектов сделки (*модель совершенной конкуренции*). Распространенный пример отрицательных экстерналий — проблемы ухудшения здоровья населения от потребления «потенциально» опасных компонентов (например, гидрогенизированных жиров, искусственных заменителей и др.), используемых в продуктах питания для снижения затрат производства. Пример положительного эффекта — значительный рост производства и экспорта высококачественного продовольствия при установлении в стране жестких стандартов качества продуктов питания.

Т. Шеллинг [Schelling, 1973] в данной связи приводит пример из хоккея, где спортсмены по возможности всегда предпочитают играть без шлема, так как лучший обзор и слышимость дают значительное преимущество. При этом коллективно одобрено обязательное правило ношения шлемов на льду. А. Диксит и Б. Нейлбафф [Диксит, Нейлбафф, 2015, с. 271–276] описали реальные примеры спортивных соревнований команд университетов, снижающих эффективность учебного процесса игроков при том, что «независимо от числа тренировок и потраченных денег в конце очередного сезона команды занимали практически те же позиции», что объективно привело к подписанию соглашения об ограничении спортивных занятий одним днем в неделю.

В бизнесе показателен пример запрета рекламы сигарет, который привел не к ущербу, как ожидалось, а к росту прибыли в результате исключения расходов на рекламу. На примере реального распределения транспортных потоков авторы продемонстрировали неспособность водителей выбрать оптимальный маршрут самостоятельно, без установления внешних правил (аналогично запрету рекламы) либо достижения согласованной договоренности (как в приведенном примере с хоккеем). Основная причина «заключается в тех затратах, которые каждый пользователь маршрута перекладывает на других путешественников» [Диксит, Нейлбафф, 2015, с. 275]. Ф. Франк [Фрэнк, 2013] приводит показательные следствия из теории эволюции Ч. Дарвина, где мутация, обусловленная ожесточенной конкуренцией между представителями одного вида, ведет к снижению выживаемости всей группы: «самки павлинов отдают предпочтение самцам с особенно длинными и яркими хвостами ... Однако Дарвин учитывал и то, что яркие большие хвосты делают самцов уязвимыми для хищников и потому с точки зрения выживания вида являются излишеством».

Приведенные примеры совершенно точно охарактеризованы Д. Нортом [Норт, 1997, с. 43]: «Конкуренция может быть настолько слабой, а ее сигналы — такими беспорядочными, что адаптация экономических агентов будет происходить очень медленно или в неправильном направлении, и результаты конкуренции, предусматриваемые классической эволюционной теорией, не будут проявляться в течение очень долгого времени».

Установлено, что положительный эффект конкуренции достигается, как правило, в динамике, когда индивидуальные и групповые интересы совпадают, что ведет к результатам, эквивалентным действию «невидимой руки». Например, Р. Франк описал мутацию остроты зрения ястреба, которая при распространении повышает

эффективность всего вида. Существенное отличие последнего примера — наличие положительной экстерналии и отсутствие конфликта особей внутри группы. В экономическом аспекте отличия последствий конфликта и конкуренции четко представлены в работе А. Алчяна, сравнившего открытие более конкурентного ресторана напротив существующего (конкуренция) с разрушением последнего (конфликт): «открытие ресторана не порождает потери у общества в целом, чего совершенно нельзя сказать о разрушении строения» [Алчян, 1999, с. 430]. Популяционный подход подтверждает роль инновационных предпринимателей в поиске, создании и эксплуатации различного рода неопределенностей, проявляющихся через неучтенные эффекты и экстерналии (положительные и отрицательные).

Установлено, что популяционный подход имеет место в значительном количестве важнейших трудов по экономике. Так, Ф. А. Хайек [Хайек, 1992] выделяет влияние А. Смита на теорию Ч. Дарвина и доказывает эволюционный характер возникновения действующих социально-экономических институтов. Эволюционные подходы нашли отражение в работах Т. Мальтуса, К. Маркса, А. Маршалла [Сударев, 2008; Блауг, 2008]. Вместе с тем динамичный подход впервые значимо представлен в работе Й. Шумпетера [Шумпетер, 1982], четко обосновавшего роль внутренних (эндогенных) изменений на развитие экономической системы, которую Р. Коуз в 1937 г. понимал как организм, равнозначно координируемый механизмом цен и предпринимателями. Автор выделяет достаточно распространенный к указанному времени подход, согласно которому общество исследуется «не как организация, а как организм» [Коуз, 1999, с. 12].

В 1950 г. А. Алчян [Алчян, 2007, с. 34] представил экономическую систему как адаптивный механизм, ввел понятие феномена «одобрение внешней средой», отбира-

ющее мотивированные прибылью *действия* ограниченно-рациональных¹⁰ индивидов, которые «прибегают к адаптивным и имитационным процедурам, а также методу проб и ошибок» в условиях неопределенности (следствие неполноты информации, несовершенного предвидения и наличия элементов «чистой случайности»¹¹).

Ограниченная рациональность, ключевое значение результатов конкуренции, а не стимулов, несовершенное предвидение и несовместимость принципа максимизации полезности/прибыли с неопределенностью — совершенно новые положения, значительно расширившие представления о конкуренции. Невзирая на то что А. Алчян вводит понятие «коллективное и индивидуальное случайное поведение» [Алчян, 2007, с. 40], экономическая система по-прежнему экзогенна приспосабливающимся к ней субъектам.

Вместе с тем в динамичной модели конкуренты сами во многом формируют структуру, содержание и состав внешних факторов и условий. Это математически доказано в теории игр, где независимые действия игроков полностью определяют оптимальный результат. При этом можно выделить физические и нематериальные (институциональные) параметры экономической системы. Например, ограниченность какого-либо физического ресурса относительна и определяется его редкостью и величиной потребностей претендентов. Несоответствие указанных величин как результат целенаправленной деятельности человека об-

¹⁰ Термин «ограниченная рациональность» предложен и широко представлен в более поздних трудах Г. А. Саймона [Саймон, 1993] и является общепризнанным при описании обозначенной А. Алчяном «неспособности человека решать сложные задачи со многими переменными, даже когда оптимум существует» [Алчян, 2007, с. 35].

¹¹ А. Алчян выделяет случайность в качестве ключевого свойства среды, «которая определяет, что будет отобрано, а также степень «одобрения» и жизнеспособности» [Алчян, 2007, с. 38].

условливает возникновение конкуренции, что согласно М. Т. Хеннану и Д. Фримену [Хэннан, Фримен, 2013] неизбежно ведет к эволюционному формированию специализированных ниш и разделению субъектов на дженералистов (более гибкие) и специалистов (максимально используют ресурсы среды), доля которых меняется в зависимости от стабильности среды. В свою очередь, институциональные условия полностью и безусловно являются результатом взаимодействия экономических агентов (глубоко изучено в рамках институциональной теории), когда ключевое значение имеют трансакционные издержки, распределение прав собственности на редкие ресурсы и контрактные отношения.

Выявленная нами очевидная взаимосвязанность конкурентов позволяет представить их взаимодействие, во-первых, как систему, эффективность функционирования которой во многом зависит от повторяемости сделки и количества конкурирующих субъектов. Это в значительной степени перекликается с «сетевыми внешними эффектами» М. Л. Каца и К. Шапиро [Кац, Шапиро, 2003], наличие которых впервые было доказано в начале XX столетия в США при объединении множества операторов в единую телефонную компанию AT&T [Wu, 2010]. Во-вторых, имеет место зависимость деятельности от однажды выбранной траектории (*path dependence*) [Ширяев, 2013], что демонстрирует сильную связь фактических условий конкуренции с прошлыми практиками, нормами и действиями. Например, можно утверждать, что движение конкуренции к равновесному атомистическому состоянию имеет явный сетевой эффект снижения цены для потребителей и экономии от масштаба для производителей, а опыт взаимодействия агентов на рынке полностью определяет нормы товарно-денежных отношений и степень доверия к партнерам.

Указанные выше идеи относительно накопления и сохранения опыта в форме неявного знания, который значительно влия-

ет на возможности эффективного функционирования экономической системы и ее элементов (фирм, потребителей, индивидов), к началу 80-х годов прошлого столетия стали основой эволюционного течения в экономике, в рамках которого Р. Нельсон и С. Уинтер [Нельсон, Уинтер, 2002] ввели понятие «рутины» (постоянно повторяющийся шаблон деятельности организаций в части технических методов производства, процедур найма, рекламной стратегии и др.), аналогичное умениям и навыкам индивида. Устойчивость данных практик определяется сохранением порогового уровня прибыли, снижение которой вызывает эволюционный переход к новым эффективным образцам поведения фирм.

Исследования показали, что конкуренция (имеет два ключевых свойства: повторяемость и персонифицированность — рис. 1), во-первых, встраивается в различные цепочки преодоления конфликтов (сокращает оппортунизм и риски), во-вторых, сама становится источником неопределенности, создаваемой предпринимателями, а в-третьих, неизбежно ведет к динамичному и непрерывному формированию институтов (стимулирует аллокацию ресурсов и сетевые эффекты, вынуждает агентов искать и внедрять инновации, сходить со сформированных траекторий развития либо двигаться по ним).

Повторяемость значительно снижает, а в продолжительный период совершенно исключает постконтрактный оппортунизм. При этом рост численности независимых контрагентов обеспечивает разнообразие предлагаемых ценностей и ведет к динамичному установлению эффективных соотношений обмена, при которых каждая из обменивающихся сторон получает стоимость большую, чем отдает (каждый агент добровольно, осознанно и целенаправленно меняет менее ценное благо на более значимое). Пересечение указанных граней в нижнем правом квадрате характеризует ситуацию исключения осознанного направленного конфликта и сокращения неопределенно-

		СДЕЛКА	
		Разовая	Повторяемая
ОБМЕН	Персонифицированный	Персонификация в однократной сделке возникает при высокой специфичности создаваемых активов, что предполагает либо интеграцию, либо минимизацию сторонами рисков и снижает конечный результат (множество исходов: равновесие Нэша, «плохое» равновесие, принуждение, уничтожение и др.)	Персонификация обеспечивается повторяемостью, что значительно снижает риски оппортунизма, ведет к динамичной максимизации совокупного результата и созданию барьеров для новых участников. Предполагает разработку, введение и контроль институциональных ограничений третьей стороной
	Неперсонифицированный	Множественность претендентов обеспечивает, с одной стороны, динамичную аллокацию ресурсов, а с другой — постоянный поиск и эксплуатацию экстерналий (например, применение небезопасных компонентов в производстве продуктов питания, что требует внедрения и контроля жестких стандартов качества)	Конкурентное давление и стремление к снижению предпринимательских рисков через инновации вызывает действие сетевых эффектов и зависит от выбранной ранее траектории развития, что ведет к расширению разнообразия рынков, продуктов, технологий при наличии и контроле достоверности информации

Примечание. Предложено автором.

Рис. 1. Ключевые свойства экономической конкуренции

Fig. 1. Key features of economic competition

сти, что в полной мере характеризует эффективность конкуренции.

В предложенной нами схеме можно, например, выстроить следующую логическую цепочку взаимодействия: конфликт (оппортунизм, неопределенность, специфичность активов) → экстерналии (возникают в результате разового решения конфликта, определяют синергию либо снижение эффективности) → конкуренция (предприниматели выявляют и эксплуатируют экстерналии) → неопределенность (создается предпринимателями, рост численности которых и повторяемость актов взаимодействия ведут к снижению прибыльности) → конфликт (возможностей и желаемых доходов, обуславливает поиск, закрепление и распространение новых эффективных «рутин») → повтор цикла (определяется сформированной ранее траекторией развития *path dependence*).

Указанная модель также позволяет констатировать, что совершенная конкуренция — это вполне реальная (неустойчивая или временная) модель, в которой отсутствуют риски принятия решений, так как количество игроков, действия которых полностью

прозрачны, настолько велико, что персонификация спускается до уровня продукта (настолько унифицированного, что кто бы его ни произвел, он всегда одинаков и при этом повсеместно доступен), следовательно, теряет значение искомым агентами и снижающая неопределенность персонификация отношений продавец — покупатель, так как последний получает стабильное удовлетворение потребностей, исключая необходимость общения с продавцом (если это, конечно, не является частью продукта). В данной связи достигается полная персонификация потребности с продуктом, не требующая участия посредников, что на многих примерах можно наблюдать в современной экономике. Динамичность определяется тем, что имеют место разнообразные и постоянно меняющиеся предпочтения покупателей, вынуждающие производителей постоянно вести поиск и создавать максимально персонифицированные предложения на основе реальных, эмоциональных и воображаемых свойств и параметров.

Проведенные исследования показывают, что эффективность конкуренции формируется посредством, во-первых, коллек-

тивной и динамичной самоорганизации деятельности в условиях неперсонифицированного и многократно повторяющегося обмена, где каждый индивид имеет возможность поиска и прибыльного использования экстерналий, перехода к кратко- и среднесрочным монопольным состояниям и обмена имеющихся благ на более ценные, во-вторых, снижением оппортунизма и возможностей продолжительной эксплуатации экстерналий и монопольной власти, обеспечиваемых влиянием «Х-эффективности», в-третьих, самоорегуляции без участия какого-либо внешнего регулятора, принимающего на себя функции поиска и контроля за соблюдением некоторых оптимальных для всех правил, в-четвертых, выявления новых форм и способов роста и защиты прибыли посредством монопольного использования собственных (созданных, найденных) материальных и нематериальных конкурентных преимуществ.

В целом следует констатировать, что в современной экономике имеет место широкое разнообразие подходов к описанию конкуренции, например, А. В. Филипов [Круглый стол, 2010] указывает на наличие биологической (как механизм естественного отбора), социологической (отбор в условиях социума) и психологической (борьба на основе эмоциональных эгоистических переживаний: зависти, ревности, страха, ненависти) ее форм. Вместе с тем доказательно-аналитический инструментарий, как правило, основан на отраслевом подходе, что объективно доказывает М. Фридман [Фридман, 1994], критикуя неспособность ряда теорий «трактовать проблемы, относящиеся к группам фирм — маршаллианским «отраслям» [Фридман, 1994, с. 47]. Ученый указывает, что теория относительных цен по-прежнему является основным инструментом анализа конкуренции, для которой ключевое значение сохраняют цена и количество [Эрроу, 2003]. При этом ограничения идеального конкурентного поведения в условиях неопределенности преодолева-

ются путем введения различных новых предпосылок, например доступность страховых полисов «против всех мыслимых рисков» [Эрроу, 2003, с. 317], использование среднего, или математического, ожидания [Алчян, 2007] и др. Например, А. Алчян [Алчян, 2007, с. 43] в рамках своего анализа указывает, что основу прогноза популяции фирм составляет «репрезентативная фирма» Маршалла. Аналогичный подход применили Р. Нельсон и С. Уинтер [Нельсон, Уинтер, 2002, с. 365]: «Выпуск отрасли есть сумма выпусков индивидуальных фирм».

Таким образом, можно утверждать, что отрасль (отраслевой рынок, где осуществляется продажа однородного товара, не имеющего близкого субститута по значению перекрестной ценовой эластичности [Розанова, 2001]) — ключевое поле действия конкуренции. В англоязычной практике для данной ветви экономики применяются термины «*industrial organization*» и «*industrial economics*» [Тироль, 1996, с. XVI]. В данной теории идеальная модель конкуренции отвергается, а анализ реальных ее форм проводится в условиях монополизации, дифференцированных продуктов, олигополистических структур и индивидуальных оптимизирующих стратегий отдельных агентов [Хей, Моррис, 1999; Шерер, Росс, 1997; Тироль, 1996]. Основная особенность *industrial organization* — в четком выделении отрасли в качестве объекта анализа, характеризуемого как совокупность предприятий, выпускающих однородную продукцию.

Необходимо отметить ключевую тенденцию последних десятилетий, направленную на изучение конкуренции в условиях глобализации, широкого распространения сетевых эффектов, роста рыночной власти крупных транснациональных корпораций при снижении роли правительств и другие эффекты. Следует привести важное замечание Ю. В. Таранухи [Круглый стол, 2010], который отмечает современный рост связи конкуренции с кооперацией, что ведет к ее замещению индустриальными сетями

и кластерами, заставляющими предпринимателей не только конкурировать между собой, но и объединять инновационные идеи в рамках общих проектов. Такие формы на практике становятся важнейшим средством преодоления проблем гиперконкуренции в условиях глобализации (стирание классических признаков монополии, переход конкуренции от борьбы за долю рынка (структурный аспект) к борьбе за лидерство в создании ценности у потребителя).

Таким образом, наши исследования позволили сформировать следующее определение термина «конкуренция»: *максимизирующая самоорганизация независимых индивидов (теоретико-игровая модель осознанного выбора наилучшей из доступных альтернатив), обеспечивающая безопасное и добровольное перераспределение (роль и персоналии контрагентов становятся малозначимыми ввиду концентрации обмена на получении более высокой ценности) редких благ на основе динамичного (повторяемость сделок) изменения их ценовых пропорций стоимости (механизм цен).*

Устойчивость самоорганизации обеспечивается выявлением и эксплуатацией предпринимателями экстерналий и неучтенных эффектов (обеспечивает и поддерживает экономический рост). При этом уровень общесистемной эффективности конкуренции определяется созданными ранее условиями, а потенциал (возможности) — текущими усилиями и действиями по созданию новых и разрушению действующих ограничений, барьеров, норм и правил (функция отбора). Эффективная конкуренция ведет к развитию, а неэффективная (не представляется возможным установить четкие ценовые пропорции стоимостей, блага находятся в свободном доступе, имеет место осознанный лично направленный конфликт интересов контрагентов) предполагает установление кооперативных отношений, минимизирующих трансакционные издержки обмена, сокращающие неопределенность и вероятность постконтрактного оппортунизма.

Основная особенность предложенной нами дефиниции заключена в исключении конфликтных ситуаций из модели конкуренции, обеспечиваемом двумя основными векторами: повторяемостью и специфичностью.

Итак, экономическая конкуренция обусловлена осознанной субъективной ситуацией выбора думающего, ограниченно-рационального индивида. Взвешивание альтернатив осуществляется в условиях несовершенного предвидения при неполной информации о факторах среды и ответных действиях контрагентов. Такую конкуренцию можно представить в форме теоретико-игровой модели, где заданы внешние условия (правила игры), ограничения, коридор действий и доступная информация, формирующие ожидания полезности, согласно которым игроки выбирают оптимальный вариант, заведомо включающий комплекс вредных и/или полезных системных эффектов. При этом условия функционирования отрасли промышленности обеспечивают отбор на более высоком уровне, где происходит отсеивание альтернатив, не вписывающихся в заданные параметры. В природе такие варианты становятся следствием случайных мутаций. В экономике существует целенаправленный поиск, создание и эксплуатация экстерналий, неучтенных и сетевых эффектов, формирующих неопределенность и коридоры потенциально ожидаемых благоприятных исходов (критерии отбора). Важное отличие также в том, что риски можно сократить путем выработки различных стратегий страхования (например, диверсификация, специализация и др.).

Заключение

Выполненные исследования позволяют сделать следующие основные обобщения и заключения.

1. В настоящий момент отсутствует однозначная и общепризнанная дефиниция понятия «конкуренция». Научно-практическая роль концепции в экономике обуслов-

лена ее влиянием на выравнивание величины дохода ресурсов при всех возможных формах их использования, ведущее к достижению наибольшего объема совокупного богатства. На практике распределение собственности на ресурсы, результаты труда, человеческие способности, доходы, капиталы и другие блага в ряде случаев не имеет однозначной интерпретации без применения классической модели «при прочих равных». При этом к настоящему времени выработано множество моделей, доказывающих преимущества результатов конкуренции в сравнении с деятельностью монополиста либо с регулируемым государством ценами.

2. В числе ключевых существуют представления о конкуренции как инструменте и модели. Конкуренция как инструмент выделена в качестве важнейшего элемента рыночного механизма, противоположностью которому является координация, явно воплощенная в фирме, где данный механизм более эффективен. Конкуренция как модель предполагает объяснение в терминах стандартной модели рационального выбора, где действуют обладающие совершенной информацией, но лишенные при этом какого-либо морального измерения гиперрациональные индивиды, например, дилемма заключенного в теории игр и др., что предполагает, что никто не будет финансировать общественное благо. При этом Э. Острум показала критерии институционального дизайна, позволяющие моделировать целевое поведение в рамках рационального выбора ограничено рациональных индивидов, обладающих несовершенной информацией и набором моральных ценностей.

3. В начальный период (до XIX столетия) отчетливо прослеживается последовательное осознание роли конкуренции в функционировании сложных систем (экономических, социальных, биологических и др.). При этом термин «конкуренция» до А. Смита не являлся предметом значимых научных изысканий и рассматривался как нечто

интуитивно понятное, в целом характеризующий позицию Т. Гоббса, которая соответствует статичной ситуации осознанного конфликта двух и более активных субъектов, торгующихся за получение большей доли фиксированного объема ликвидного богатства. Зависть и жажда наживы — основные мотивы конфликта. Осознана относительность конкуренции, т. е. одновременное наличие объекта и/или результата сравнения, а также необходимость ограничения и контроля личных интересов контрагентов. Установлено, что описанные выше подходы в высокой степени согласуются с моделями конкуренции Д. МакКаллума: «модель титула» и «модель обладания».

4. Конкуренция в исследованиях А. Смита впервые была представлена в качестве ключевого фактора самоорганизации и развития экономики. Ученый неопровержимо доказывает безвредность, целесообразность и полезность сохранения, развития и стимулирования «частного интереса». Роль государства сохранилась, но трансформировалась из ограничивающей волю индивидов в стимулирующую рост численности продавцов, доступность информации и мобильность ресурсов, ведущие в совокупности к самоорганизации экономической системы в целом. К периоду, описываемому в исследованиях А. Смита, отчетливо прослеживается последовательное осознание роли конкуренции в функционировании сложных систем: от 1) неизбежности осознанного противостояния (соответствует более поздней «Модели обладания» Д. МакКаллума), 2) необходимости ограничения жесткости конфликтов («Модель титула») к 3) эффективному и безопасному обмену благами на основе общепризнанных ценовых пропорций (Модель самоорганизации). При этом четко сформулировано положение об общесистемной пользе конкуренции и незначительности частных негативных потерь от ее действия.

5. Развитие положений количественной статической модели представлено в работах

Д. Рикардо, К. Маркса, Л. Вальраса, А. Маршалла и др., где обоснованы и детализированы причины (ограниченность ресурсов, сравнительно низкая норма прибыли и возможности получения «квазиаренды») и способы конкуренции (получение сравнительных преимуществ, снижение цен), источники ее большей эффективности в приращении благосостояния (снижение затрат и цен, перераспределение капитала, оптимизация разделения труда) по отношению к монополии (в дихотомии «конкуренция — монополия» последняя признана совершенно вредным, временным и неэффективным состоянием экономики); механика и неизбежность достижения ценового равновесия путем колебания цен и объемов продаж и др. Предприняты первые попытки анализа динамических свойств конкуренции через построение кривой предложения «репрезентативной фирмы» (маршаллианская отрасль), учитывающей фактор времени, жизненный цикл организаций отрасли и «внешнюю экономию». Дж. Робинсон в рамках статического подхода ввела понятия несовершенной конкуренции и множественности рыночного равновесия, предложила оценивать равновесие через число и стабильность численности фирм на рынке, обосновала ценовую дискриминацию и неценовые критерии конкуренции: качество, особенности обслуживания, реклама, репутация и др.

6. Центральная теорема благосостояния заключается в том, что при определенных строгих допущениях о технологии, вкусах и конкуренции экономика будет точно соответствовать требованиям эффективности по Паретто. Вместе с тем в реальном мире не существует примеров, подтверждающих эту теорию даже в относительно непродолжительном периоде. Существенное противоречие в том, что одинаковых возможностей для всех участников конкуренции не существует. Например, любая крупная транснациональная компания, имея доступ к закрытым патентованным инновациям, финансовым ресурсам, современным ме-

тодам продвижения, рынкам, инфраструктуре и др., принципиально не может считаться равноправным участником конкурентной деятельности, особенно относительно малых и средних компаний. Теряется одно из базовых условий конкуренции — неопределенность результата. В данной связи очевидно, что необходимы меры регулирования, устанавливающие такие правила, которые возвращают неопределенность в конкурентную ситуацию. Важнейшим вопросом следует признать задачу о бенефициарах конкуренции. В теории А. Смита четко указано: выигрывает экономика государства в целом, тогда как конкуренция становится инструментом роста благосостояния в условиях неопределенности, т. е. по своей сути имеет инструментальное значение.

7. К началу XX столетия получили развитие исследования, описывающие динамичную модель взлома равновесия силами инновационных предпринимателей (Й. Шумпетер), способствующих росту оптимальности распределения ограниченных ресурсов, что позволило выделить из монополии, во-первых, полезные ее формы, создаваемые силами предпринимателей и увеличивающие собственную эффективность их деятельности (эффективные монополии, которые отвергаются в модели совершенной конкуренции), во-вторых, привилегированные права, искусственные барьеры и ограничения, сдерживающие развитие системы в целом (неэффективные монополии). Эффекты монополизации позволяют обосновать динамичность конкуренции как выталкивание экономической системы из неэффективного к новому равновесию. Монополии, созданные предпринимателями, способствуют эффективному перераспределению ограниченных ресурсов, стимулируют конкуренцию, инновации и экономический рост системы в целом. Согласованное, взаимодополняющее сосуществование монополии и конкуренции объективно обоснованы Э. Х. Чемберлином. При этом также выделены вредные следствия монополистической

конкуренции, ведущие к росту издержек производства и избыточных мощностей, что снижает эффективность системы в целом, значительно усложняет экономическое прогнозирование, требует включения новых ограничений и потенциально расширяет равновесную модель до множества состояний.

8. Дж. Нэш через два столетия (в 1950 г.) после А. Смита математически точно показал внутренний механизм действия «невидимой руки», демонстрирующий обоснованность и мотивы независимого выбора конкурентами некоторого оптимального решения для сделки (*Bargaining Problem*). В результате у контрагентов отсутствуют обоснованные (рациональные) причины отказываться от оптимального решения.

9. Стратегии теории игр объясняют значительную часть актов взаимодействия в экономике. Например, механизм возникновения монопольной власти в моделях открытия новых возможностей Ф. Хайека, создания инноваций по Й. Шумпетеру, стремления получить преимущество в ресурсах по С. Ханту и других, способствующих стабилизации собственных рынков и сокращению влияния «разрушительной» и «хищнической» конкуренции, что позволило значительно усовершенствовать модель общего равновесия в рамках количественной (ординалистской) теории полезности. В реальной практике достоверность действия моделей теории игр многократно доказана и не вызывает сомнения. Например, создание избыточных мощностей лидерами отрасли, описанное М. Спенсом и Д. Дикситом, представляет собой стратегию «заслуживающих доверия угроз», характеризующую ситуацию принятия необратимых обязательств (например, не поддающиеся пересмотру инвестиции фирмы в избыточные мощности).

10. Теория игр позволила расширить представления о конкуренции в части обоснования механизмов возникновения положительных (балансировка разнонаправленных мотивов индивидов к максимизации

и снижению неопределенности, обеспечивающих системную аллокацию ресурсов и динамику развития) и отрицательных («разрушительная» и «хищническая» конкуренция, ведущая к неоптимальным равновесиям) эффектов. Суть в том, что модель равновесия совершенного рынка, с одной стороны, и монополизация, с другой, являются двумя противоположными векторами сокращения неопределенности (в каждой из данных крайних точек имеет место ситуация полной определенности) как основного мотива деятельности предпринимателей, которые, с одной стороны, ищут прибыльные возможности нарушения равновесия (позиция Й. Шумпетера), а с другой, находят и с выгодой для себя устраняют неравновесия (мнение И. Кирцнера), т. е. приближают систему к равновесному состоянию. Следовательно, индивидуальные мотивы агентов к максимизации стабилизируют систему (текущий тактический выбор игроками оптимального результата в совокупности определяет механизм цен), тогда как предпринимательский поиск источников монопольной власти, снижающей индивидуальные риски обмена (защита от конкуренции обеспечивает безопасность экономической деятельности) можно признать в качестве разбалансирующего механизма. В данной связи теория игр позволяет представить конкуренцию как целенаправленные осознанные действия по стабилизации, т. е. снижению неопределенности путем выхода в стадию монополии или равновесного рынка.

11. Неопределенность — ключевая проблема, преодолеть которую позволяет конкуренция посредством сокращения рисков обмена, распределения и выбора взаимоисключающих альтернатив. Достижение равновесия — важнейшая цель конкуренции, которая как процесс происходит в условиях неопределенности, где неизвестные факторы подменяются ожиданиями (гипотеза ожидаемой полезности), основанными на доступной информации и ранее сложившихся предпочтениях.

12. Условия, в которых происходит конкуренция, не являются чисто экзогенными (в соответствии с классическими представлениями), а в большей степени формируются самими ее субъектами под влиянием ожиданий о действиях контрагентов, независимых в принятии своих решений. В данной связи конкуренция, с одной стороны, устраняет неполноту и асимметричность информации, поощряющую игроков к отказу от сотрудничества в статичных моделях, а с другой, ведет к «гонке вооружений» и сбоям рыночного механизма, обусловленных наличием отрицательных экстерналий и личным осознанным конфликтом интересов.

13. Экономическая конкуренция формирует определенное состояние экономической системы, устойчивость которой обеспечивается механизмом цен (отражают оптимизирующий выбор агентов при фиксированных заданных правилах и условиях «игры»), а динамика — монополизацией и властными инструментами (инновации, ведущие к возникновению рыночной власти демонстрируют динамичные схемы создания неопределенности для всех, эксплуатация которой ведет к сокращению неопределенности будущих состояний для отдельных предпринимателей).

14. Положительное влияние конкуренции достигается, как правило, в динамике, когда индивидуальные и групповые интересы совпадают, а несогласованные действия конкурентов ведут к результатам, максимально близким к кооперативным. При этом снижается влияние «злоупотребления властью» и эффекта «*path dependence*», характерных для отдельных фирм, экономических систем и рынков в целом. Вместе с тем имеют место и негативные последствия конкуренции, ведущие к «гонке вооружений» и сбоям рыночного механизма. Основные причины — неопределенность и экстерналии, которые либо вынуждают устанавливать и контролировать четкие формальные либо неформальные нормы и правила (очевидные элементы организации), либо обрекают систе-

му на «плохие» равновесия. В данной связи установлено, что конфликт (осознанное противостояние) между контрагентами ведет к снижению эффективности всей системы (деградации), тогда как конкуренция (отсутствие конфликта) через эффект присутствия («X-эффективность») ведет к развитию и аллокации ресурсов общества в целом, чего совершенно нельзя сказать об осознанном противостоянии.

15. Популяционный подход подтверждает динамичность конкуренции и доказывает роль инновационных предпринимателей в поиске, создании и эксплуатации различного рода неопределенностей, проявляющихся через неучтенные эффекты и экстерналии (положительные и отрицательные). В результате конкуренты непосредственно формируют структуру, содержание и состав внешних факторов, условий и институтов, которые и определяют впоследствии свойство обора через *path dependence* и сетевые эффекты. Это неизбежно ведет к эволюционному выделению специализированных ниш и разделению конкурентов на дженералистов и специалистов.

16. Очевидная взаимосвязанность конкурентов позволяет представить их, во-первых, как систему, эффективность функционирования которой во многом зависит от количества конкурирующих субъектов «сетевые внешние эффекты»; во-вторых, имеет место зависимость текущего положения системы от однажды выбранной траектории (*path dependence*).

17. В авторской интерпретации «конкуренция» — это децентрализованная координация (самоорганизация) динамичного, добровольного и безопасного распределения и перераспределения редких благ между независимыми максимизирующими индивидами на основе механизма цен и регулярного изменения пропорций стоимостей при выявлении и эксплуатации предпринимателями экстерналий, неучтенных и потенциальных возможностей извлечения доходов. Общесистемная эффективность

конкуренции определяется созданными ранее условиями, а потенциал — текущими усилиями и действиями. Основное отличие заключено в сознательном отказе сторон от конфликтных отношений под действием факторов повторяемости и специфичности обмена.

18. В целом в современной экономике имеет место широкое разнообразие подходов к описанию конкуренции (биологический, социологический психологический и др.). Следует отметить ключевую тенденцию последних десятилетий, направленную на изучение конкуренции в условиях глобализации, широкого распространения сетевых эффектов, роста рыночной власти крупных транснациональных корпораций при снижении роли правительств и другие эффекты. Вместе с тем доказательно-аналитический инструментарий, как правило, основан на отраслевом подходе, где ключевое значение сохраняют цена и количество. Ограничения идеального конкурентного поведения в условиях неопределенности преодолеваются путем введения различных новых предпосылок, например доступности страховых полисов «против всех мыслимых рисков», использования среднего, или математического, ожидания и др. Следовательно, в экономике ключевое поле действия конкуренции — отрасль. Анализ реальной конкуренции монополистических фирм, имеющих дифференцированные продукты, осуществляется путем изучения олигополистического и индивидуального поведения отдельных агентов.

Список литературы

1. Авдашева С. Б. и др. Конкуренция и антимонопольное регулирование. Учеб. изд. / под ред. А. Г. Цыганова; ред. совет И. А. Южанов и др. М.: Логос, 1999. — 368 с.
2. Алчян А. Стоимость // Сб. «Вехи экономической мысли». Рынки факторов производства; Т. 3; под ред. В. М. Гальперина; пер. с англ. СПб.: Экономическая школа, 2000. С. 401–433.
3. Алчян А. Неопределенность, эволюция и экономическая теория // Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса / пер. с англ. В. Соколова, редкол.: Я. И. Кузьминов и др. М.: Изд. дом Высш. шк. экономики, 2007. С. 33–52.
4. Алчян А. А., Демсец Г. Производство, стоимость информации и экономическая организация // Сб. «Вехи экономической мысли». Торья отраслевых рынков. Т. 5; под ред. А. Г. Слуцкого; пер. с англ. СПб.: Экономическая школа, 2003. С. 280–317.
5. Андрианов В. Д. Эволюция основных концепций регулирования экономики от теории меркантилизма до теории саморегуляции. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008. — 326 с.
6. Аристотель. Сочинения: в 4 т. Т. 4: пер. с древнегреч. / общ. ред. А. И. Доватура. М.: Мысль, 1983. — 830 с.
7. Баумоль У. Состоятельные рынки: мятеж в теории структуры отрасли // Сб. «Вехи экономической мысли». Торья отраслевых рынков. Т. 5 / под ред. А. Г. Слуцкого; пер. с англ. СПб.: Экономическая школа, 2003. С. 110–140.
8. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе: пер. с англ., 4-е изд. М.: Дело ЛТд., 1994. — 720 с.
9. Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса / пер. под ред. Сторчевого. М.; СПб.: Экономическая школа, 2008. — 352 с.
10. Блауг М. 100 великих экономистов после Кейнса: пер. с англ. СПб.: Экономикс, 2009. — 384 с.
11. Блюмин И. Г. История экономических учений под ред. Ф. Я. Полянского. М.: Высшая школа, 1961. — 268 с.
12. Богданов Д. Д. Становление теоретических представлений о конкуренции в контексте эволюции основных парадигм экономической теории // Современная конкуренция. 2010. № 1 (19). С. 21–30.
13. Бродский В. А. О системном подходе к понятию «конкуренция» // Современная конкуренция. 2012. № 4 (34). С. 3–10.
14. Вернон Р. Гипотеза продуктового цикла в новом международном окружении // Сб. «Вехи экономической мысли». Международная экономика. Т. 6: пер. с англ. под ред. А. П. Киреева. М.: Изд. дом Высш. шк. экономики, 2006. С. 512–522.
15. Волинский А. Природа конкуренции и разнообразие продукции фирм // Сб. «Вехи экономической мысли». Торья отраслевых рынков. Т. 5: пер. с англ. / под ред. А. Г. Слуцкого; СПб.: Экономическая школа, 2003. С. 141–159.
16. Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского. М.: Мысль, 2001. — 478 с.
17. Демсец Г. Столетие антимонопольного законодательства — так ли уж знаменателен этот юбилей: пер. с англ. // Экономическая политика. 2010. № 4. С. 189–202.
18. Диксит А. Роль инвестиций в предотвращении входа: пер. с англ. // Сб. «Вехи экономической мысли». Торья отраслевых рынков. Т. 5; под ред. А. Г. Слуцкого; СПб.: Экономическая школа, 2003. С. 53–71.
19. Диксит А., Нейлбафф Б. Теория игр. Искусство стратегического мышления в бизнесе и жизни / пер. с англ. Н. Яценюк. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 464 с.
20. Кац М. Л., Шапиро К. Сетевые внешние эффекты, конкуренция и совместимость // Сб. «Вехи экономической мысли». Торья отраслевых рынков. Т. 5: пер. с англ.; под ред. А. Г. Слуцкого; СПб.: Экономическая школа, 2003. С. 500–535.
21. Кирцнер И. М. Конкуренция и предпринимательство / пер. с англ. под ред. проф. А. Н. Романова. М.:

- ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 239 С. URL: http://www.libertarium.ru/lib_competition (дата доступа 09.02.16).
22. Коуз Р. Г. Природа фирмы // Сб. «Вехи экономической мысли». Теория фирмы. Т. 2: пер. с англ.; под ред. В. М. Гальперина; СПб.: Экономическая школа, 1999. С. 11–32.
 23. Коуз Р. Г. Фирма, рынок и право: пер. с англ. М.: Новое издательство, 2007. — 224 с.
 24. Круглый стол «Вопросы теории конкуренции» // Современная конкуренция. 2010. №3 (21). С. 4–37.
 25. Круглый стол «Конкуренция — противоречивый идеал» // Современная конкуренция. 2011. №1 (25). С. 31–54.
 26. Ланкастер К. Перемены и новаторство в технологии потребления // Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. Т. 1: пер. с англ. СПб.: Экономическая школа, 1993. С. 326–336.
 27. Лаптева Е. В. Джон Ло — организатор первой финансовой пирамиды в Европе // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2012. №3 (7). С. 45–50.
 28. Лейбенштайн Х. Аллокативная эффективность в сравнении с «Х-эффективностью» // Сб. «Вехи экономической мысли». Теория фирмы. Т. 2: пер. с англ.; под ред. В. М. Гальперина; СПб.: Экономическая школа, 1999. С. 478–507.
 29. Маршалл А. Принципы политической экономии. М.: Директ-Медиа, 2012. — 2127 с.
 30. Нейман Дж. Ф., Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение / пер. с англ. под ред. и с добавлением Н. Н. Воробьева. М.: Наука, Главная редакция физико-математической литературы, 1970. — 708 с.
 31. Нельсон Р. Р., Уинтер С. Дж. Эволюционная теория экономических изменений: пер. с англ. М.: Дело, 2002. — 536 с.
 32. Норт Д. К. Институты и экономический рост: историческое введение: пер. с англ. // THESIS. 1993. Вып. 2. С. 69–91.
 33. Норт Д. К. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. с англ. А. Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б. З. Мильнера. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. — 180 с.
 34. Оптнер С. А. Системный анализ для решения проблем бизнеса и промышленности: пер. с англ. / вступ. ст. С. П. Никанорова. 2-е изд. М.: Концепт, 2003. — 206 с.
 35. Остром Э. Управляя общим: эволюция институтов коллективной деятельности: пер. с англ. М.: ИРИСЭН; Мысль, 2010. — 447 с.
 36. Радаев В. В. Что такое конкуренция? // Экономическая социология. Электронный журнал. 2003. Т. 4. №2. С. 16–25. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204948/ecsoc_t4_n2.pdf#page=16 (дата доступа 22.06.15).
 37. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. // Вехи экономической мысли. Международная экономика. Т. 6: пер. с англ. / под ред. А. П. Киреева. М.: Изд. дом Высш. шк. экономики, 2006. С. 142–153.
 38. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции: пер. с англ. М.: Прогресс, 1986. — 472 с.
 39. Розанова Н. М. Эволюция взглядов на конкуренцию и практика антимонопольного регулирования: опыт стран с развитой рыночной экономикой // Экономический журнал. 2001. №2 (2). URL: http://economicarggu.ru/2001_2/04rozanovan.shtml (дата доступа 15.01.2016).
 40. Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. №3 (21). С. 38–67.
 41. Саймон Г. А. Рациональность как процесс и продукт мышления: пер. с англ. // THESIS. 1993. Вып. 3. С. 16–38.
 42. Саймон Г. А. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении // Сб. «Вехи экономической мысли». Теория фирмы. Т. 2: пер. с англ. / под ред. В. М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа. 1999. С. 54–72.
 43. Сален П. Конкуренция / под ред. Г. Е. Алпатов. СПб.: Издательский дом «Нева», 2004. — 96 с.
 44. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: пер. с англ. / предисл. В. С. Афанасьева. М.: Эксмо, 2007. — 960 с.
 45. Спенс М. Вход, мощность, инвестиции и олигополистическое ценообразование // Сб. «Вехи экономической мысли». Теория отраслевых рынков. Т. 5: пер. с англ. / под ред. А. Г. Слуцкого; СПб.: Экономическая школа. 2003. С. 35–52.
 46. Старк Д. Гетерархия: организация диссонанса / пер. с англ. Куракина А. А. Науч. ред. Радаева В. В. // Экономическая социология. Электронный журнал. 2009. Т. 10. №1. С. 57–90. URL: [https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204983/ecsocJanuary2009\[1\].pdf#page=57](https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204983/ecsocJanuary2009[1].pdf#page=57) (дата доступа 09.02.16).
 47. Степанов Л. В. Моделирование конкуренции в условиях рынка. М.: Издательство «Академия Естественных наук», 2008. — 114 с.
 48. Стиглер Дж. Дж. Совершенная конкуренция: исторический ракурс // Сб. «Вехи экономической мысли». Теория фирмы. Т. 2: пер. с англ. / под ред. В. М. Гальперина; СПб.: Экономическая школа. 1999. С. 299–328.
 49. Сударев О. И. Истоки эволюционной парадигмы // Экономический Вестник Ростовского Государственного университета. 2008. Т. 6. №3. С. 81–87. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/istoki-evolyutsionnoy-paradigmy-v-ekonomicheskoy-teorii> (дата доступа 09.02.16).
 50. Тарануха Ю. В. Экономическая природа и сущность конкуренции // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. №1 (81). С. 4–17.
 51. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: Теория организации промышленности: пер. с англ. СПб.: Экономическая школа, 1996. — 745 с.
 52. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация: пер. с англ. СПб.: Лениздат, 1996. — 703 с.
 53. Уильямсон О. И. Природа фирмы: пер. с англ. М.: Дело, 2001. — 360 с.
 54. Уэстон Дж. Ф. Концепция и теория прибыли: взгляд на проблему // Сб. «Вехи экономической мысли». Рынки факторов производства. Т. 3: пер. с англ. / под ред. В. М. Гальперина; СПб.: Экономическая школа, 2000. С. 450–485.
 55. Филатов А. Ю., Айзенберг Н. И. Математические модели несовершенной конкуренции. Иркутск: Изд-во Иркутск. гос. ун-та, 2012. — 108 с.
 56. Флигстин Н. Архитектура рынков: экономическая социология капиталистических обществ XXI века / пер.

- с англ. Н. Эдельмана. // Экономическая социология. 2013. Т. 14. № 1. С. 28–53. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/02/01/1304507388/ecsoc_t14_n1.pdf#page=28 (дата доступа 28.06.15).
57. Фридман М. Методология позитивной экономической науки: пер. с англ. // THESIS. 1994. Вып. 4. С. 20–52.
58. Фрэнк Р. Дарвиновская экономика. Свобода, конкуренция и общее благо / пер. с англ. Н. Эдельмана // Экономическая социология. Электронный журнал. 2013. Т. 14. № 1. С. 54–71. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/02/01/1304507388/ecsoc_t14_n1.pdf#page=54 (дата доступа 01.07.15).
59. Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. М.: Новости. 1992. — 304 с. URL: http://www.libertarium.ru/lib_conceit0 (дата доступа 20.01.2015).
60. Хайек Ф. А. Индивидуализм и экономический порядок / пер. с англ. О. А. Дмитриевой; под ред. Р. И. Капелюшникова. Челябинск: Социум, 2011. — 394 с. URL: <http://www.libertarium.ru/9935>. Дата доступа 20.01.2015.
61. Хей Д., Моррис Д. Теория организации промышленности / пер. с англ., под ред. А. Г. Слуцкого. СПб.: Экономическая школа, 1998. URL: <http://io.economicus.ru/> (дата доступа 20.01.2015).
62. Хеннан М. Т., Фримен Д. Популяционная экология организаций / пер. Г. Б. Юдина // Экономическая социология. Электронный журнал. 2013. Т. 14. № 2. С. 42–72. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/04/05/1294839705/ecsoc_t14_n2.pdf#page=42 (дата доступа 22.06.15).
63. Хиршлейфер Дж. Инвестиционные решения при неопределенности: подходы с точки зрения теории выбора // Сб. «Вехи экономической мысли». Рынки факторов производства / под ред. В. М. Гальперина; пер. с англ. Т. З. СПб.: Экономическая школа, 1999. С. 222–261.
64. Чемберлин Э. Х. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости / пер. с англ. Э. Г. Лейкина, Л. Я. Розовского; под ред. О. Я. Ольсевича. М.: Экономика, 1996. — 349 с.
65. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков: пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 1997. — 698 с.
66. Шестаков Д. Е. Держать рынок в кулаке. Рецензия на книги: «Невидимая рука» рынка. 2008 / под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Нью-мена; науч. ред. д-р экон. наук, проф. Н. А. Макашева. М.: ИД Изд. дом Высш. шк. экономики; Лал Д., 2009. Возвращение «невидимой руки»: Актуальность классического либерализма в XXI веке. М.: Новое издательство // Экономическая социология. 2009. Т. 10. № 4. С. 92–99. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204981/ecsoc_t10_n4.pdf#page=92 (дата доступа 24.01.2016).
67. Ширяев И. М. Зависимость от предшествующего пути развития и создание пути развития как важнейшие концепции в эволюционной экономике // Вопросы регулирования экономики. 2013. Т. 4. № 3. С. 103–112. URL: http://hjournal.ru/pdf/JER_4.3_2013/jer_4.3-10.pdf (дата доступа 22.01.2015).
68. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / пер. с англ. В. С. Автономова. М.: Прогресс, 1982. — 456 с.
69. Шумпетер Й. А. Капитализм, Социализм и Демократия: пер. с англ. / предисл. и общ. ред. В. С. Автономова. М.: Экономика, 1995. — 540 с. URL: http://www.libertarium.ru/lib_capsocdem (дата доступа 19.01.2016).
70. Эрроу К. Восприятие риска в психологии и экономической науке / пер. с англ. А. Сафировой // THESIS. 1994. Вып. 5. С. 81–90. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/969/120/1217/5_1_3arrow.pdf (дата доступа 12.02.15)
71. Эрроу К. Д. Неопределенность и экономика благосостояния здравоохранения: пер. с англ. // Сб. «Вехи экономической мысли». Экономика благосостояния и общественный выбор; под ред. В. М. Гальперина. Т. 4. СПб.: Экономическая школа, 2004. С. 293–338.
72. Эрроу К. Д. Коллективный выбор и индивидуальные ценности: пер. с англ. М.: Изд. дом Высш. шк. экономики, 2004. — 204 с.
73. Crawford S. E. S. Grammar of Institutions. *The American Political Science Review*. 1995. Vol. 89. No. 3 Sept. P. 582–600. URL: http://www.jstor.org/stable/2082975?seq=1#page_scan_tab_contents (дата обращения: 09.08.2014).
74. Harsanyi Jon C. Approaches to the Bargaining Problem Before and After the Theory of Games: A Critical Discussion of Zeuthen's, Hicks', and Nash's Theories. *Econometrica*. 1956. Vol. 24. No. 2. Apr. P. 144–157.
75. Hunt S. D. A. General Theory of Competition: issues, answers and an invitation. *European Journal of Marketing*. 2001. Vol. 35. No. 5/6. P. 524–548.
76. Kirzner I. M. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*. 1997. Vol. 35. No. 1. Mar. P. 60–85. URL: <http://econfaculty.gmu.edu/pboettke/summer%20docs/kirzner1997.pdf> (дата обращения: 05.10.2014).
77. Law S. V., Torp S. A. Comparison on national debt and the creation of money. *Student Economic Review*. 2005. Vol. 19. P. 27–36.
78. MacCallum G. C. Jr. Competition and Moral Philosophy. Chapter in a book: *Legislative intent and Other Essays on Law, Politics and Morality*. Wisconsin: The University of Wisconsin Press. 1993. P. 203–223.
79. Nasar S. A. *Beautiful Mind*. New York: Simon & Schuster, 1998. 442 p.
80. Nash John F. Jr. The Bargaining Problem. *Econometrica*. 1950. Vol. 18. Issue 2. Apr. P. 155–162, URL: <http://www.eecs.harvard.edu/cs286r/courses/spring02/papers/nash50a.pdf> (дата обращения: 19.01.2016).
81. Popescu O. Juan de Matienzo and Tomas de Mercado. Chapter in a book: *Studies in the history of Latin American Economic Thought*. London: Routledge, 1997. P. 15–31. URL: <http://www.ewidgetsonline.net/dxreader/Reader.aspx?token=C%2fb+VGldDXbKxkqB8wVhw%3d%3d&rand=1506946941&buyNowLink=&page=&chapter> (дата обращения: 29.09.2014).
82. Schelling T. C. Hockey Helmets, Concealed Weapons, and Daylight Saving: A Study of Binary Choices with Externalities. *The Journal of Conflict Resolution*. 1973. Vol. 17. No. 3. Sept. P. 381–428.
83. Wu T. The Great American Information Emperors. *Slate*. 2010 NOV. 7. URL: http://www.slate.com/articles/technology/technology/features/2010/the_great_american_information_emperors/how_theodore_vail_built_the_att_monopoly.html (дата обращения: 14.09.2014).

References

- Alchian A. A., Demsetz H. Production, information cost, and economic organization. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Teoriya otraslevykh rynkov*, vol. 5. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 2003, pp. 280–317 (in Russian).
- Alchian A. Cost. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Rynki faktorov proizvodstva*, vol. 3. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 2000, pp. 401–433 (in Russian).
- Alchian A. *Uncertainty, Evolution and Economic Theory*. Istoki: iz opyta izucheniya jekonomiki kak struktury i procesa. Moscow, GU VShE Publ., 2007, pp. 33–52 (in Russian).
- Andrianov V. D. Evolyutsiya osnovnykh kontseptsii regulirovaniya ekonomiki ot teorii merkantilizma do teorii samoregulyatsii [*The evolution of the basic concepts of the theory of economic regulation from the Mercantilism to self-regulation theory*]. Moscow, ZAO «Izdatel'stvo «Ekonomika» Publ., 2008. 326 p. (in Russian).
- Aristotel'. *Sochineniya* [Compositions]. Vol. 4. Edited by A. I. Dovatura. Moscow, Mysl' Publ., 1983, 830 p. (Translated from Greek).
- Arrow K J. Risk Perception in Psychology and Economics. Transl. By A. Safirova. *THESIS*, 1994. vol. 5, pp. 81–90 (in Russian). Available at: http://ecsocman.hse.ru/data/969/120/1217/5_1_3arrow.pdf. (accepted 12.02.15).
- Arrow K J. *Social Choice and Individual Values*. Moscow, GU VShE Publ., 2004, 204 p. (in Russian).
- Arrow K J. Uncertainty and the welfare economics of medical care. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Ekonomika blagosostoyaniya i obshchestvennyi vybor*; ed. by V. M. Gal'perin, vol. 4. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 2004, pp. 293–338 (in Russian).
- Avdasheva S. B. end etc. Konkurentsiya i antimonopol'noe regulirovanie. Uchebnik. [*Competition and antitrust regulation*. A Textbook], ed. by A. G. Cyganova, ed. council I. A. Yuzhanov end ect. Moscow, Logos Publ., 1999. 368 p. (in Russian).
- Baumol W. J. Contestable markets: an uprising in the theory of industry structure. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Toriya otraslevykh rynkov*, vol. 5. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 2003, pp. 110–140 (in Russian).
- Blaug M. *Economic Theory in Retrospect*. 4th ed. Moscow, Delo Ltd. Publ., 1994. 720 p. (in Russian).
- Blaug M. *Great Economists before Keynes. An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past*. Ed. by M. Starchevskii. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 2008. 352 p. (in Russian).
- Blaug M. *Great economists since Keynes: an introduction to the lives and works of one hundred modern economists*. Saint Petersburg, Ekonomikuz Publ., 2009. 384 p. (in Russian).
- Blyumin I. G. *Istoriya ekonomicheskikh uchenii* [History of Economic Thought]. Ed. By F. Ya. Polyanskii. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1961. 268 p. (in Russian).
- Bogdanov D. D. The Formation of Theoretical Views on Competition in the Context of Evolution of Basic Paradigms in the Economic Theory. *Journal of Modern Competition*, 2010, no. 1 (19), pp. 21–30 (in Russian).
- Brodskij V. A. On a system analysis to the concept of «competition». The Formation of Theoretical Views on Competition in the Context of Evolution of Basic Paradigms in the Economic Theory. *Journal of Modern Competition*, 2012, no. 4 (34), pp. 3–10 (in Russian).
- Chamberlin E. *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value*. Ed. by O. Ya. Ol'sevich. Moscow, Ekonomika Publ., 1996. 349 p. (in Russian).
- Coase R. H. *The company, the market and the right*. Moscow, Novoe izdatel'stvo Publ., 2007. 224 p. (in Russian).
- Coase R. H. The nature of the firm. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Teoriya firmy*, vol 2. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 1999, pp. 11–32 (in Russian).
- Crawford S. E. S. Grammar of Institutions. *The American Political Science Review*, 1995, vol. 89, no. 3 Sep., pp. 582–600. Available at: http://www.jstor.org/stable/2082975?seq=1#page_scan_tab_contents (accessed 09.08.2014).
- Demsetz H. How many Cheers for Antitrust's 100 Years. *Ekonomicheskaya politika*, 2010, no. 4, pp. 189–202 (in Russian).
- Discussion at the panel discussion «Questions of theory of competition». *Journal of Modern Competition*, 2010, no 3 (21), pp. 4–37 (in Russian).
- Dixit A. K. The role of investment in entry deterrence. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Toriya otraslevykh rynkov*, vol. 5. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 2003, pp. 53–71 (in Russian).
- Dixit A. K., Nalebuff B. J. *The Art of Strategy: A Game Theorist's Guide to Success in Business and Life*, ed. by Yatsuk N. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber Publ., 2015. 464 p.
- Filatov A. Yu., Aizenberg N. I. *Matematicheskie modeli neovershennoi konkurentsii* [Mathematical models of imperfect competition]. Irkutsk: Irkut. gos. un-t Publ., 2012. 108 p. (in Russian).
- Fligstein N. The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 2013, vol. 14, no. 1, pp. 28–53. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/02/01/1304507388/ecsoc_t14_n1.pdf#page=28. (accessed 28.06.15).
- Frank R. H. The Darwin Economy: Liberty, Competition, and the Common Good. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 2013, vol. 14, no 1, pp. 54–71. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/02/01/1304507388/ecsoc_t14_n1.pdf#page=54 (accessed 01.07.15).
- Friedman M. The Methodology of Positive Economics. *THESIS*, 1994, vol. 4. pp. 20–52 (in Russian).
- Hannan M. T., Freeman J. The Population Ecology of Organizations *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 2013, vol. 14, no 2, pp. 42–72. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/04/05/1294839705/ecsoc_t14_n2.pdf#page=42. (accessed 22.06.15).
- Harsanyi Jon C. Approaches to the Bargaining Problem Before and After the Theory of Games: A Critical Discussion of Zeuthen's, Hicks', and Nash's Theories. *Econometrica*, 1956, vol. 24, no. 2, Apr., pp. 144–157.
- Hay D., Morris D. *The theory of industrial organization*. Ed. by Slutskii A. G. St. Petersburg, 1998. Available at: <http://io.economicus.ru/> (accessed 20.01.2015).
- Hayek F. *Individualism and Economic Order*. Ed. by Dmitrieva O. A. Ed., by Kapelyushnikov R. I. Chelyabinsk, Sotsum, 2011. 394 p.) Available at: <http://io.economicus.ru/> (accessed 20.01.2015). <http://www.libertarium.ru/9935>. (Translation from English).
- Hayek F. *The fatal conceit. The Errors of Socialism*. Moscow, Novosti, 1992. — 304 p. Available at: http://www.libertarium.ru/lib_conceit0 (accessed 20.01.2015).

34. Hirshleifer J. Investment Decision Under Uncertainty: Choice-Theoretic Approaches Translation from English. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Rynki faktorov proizvodstva*, vol. 3. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 2000, pp. 222–261 (in Russian).
35. Hobbes T. *Leviathan, or Matter, form and power of the state of ecclesiastical and civil*. Moscow (Russ. ed. Leviatan, ili Materiya, forma i vlast' gosudarstva tserkovnogo i grazhdanskogo). Moscow, Mysl' Publ., 2001. 478 p.
36. Hunt S. D. A General Theory of Competition: issues, answers and an invitation. *European Journal of Marketing*, 2001, vol. 35, no. 5/6, pp. 524–548.
37. Katz M. L., Shapiro C. Network externalities, competition and compatibility. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Toriya otraslevykh rynkov*, vol. 5. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 2003, pp. 500–535 (in Russian).
38. Kirzner I. M. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*, 1997, vol. 35, no. 1, Mar., pp. 60–85. Available at: <http://econfaculty.gmu.edu/pboettke/summer%20docs/kirzner1997.pdf> (accessed 05.10.2014).
39. Kirzner I. M. Competition and Entrepreneurship (Russ. ed.: A. N. Romanov). *Konkurentsia i predprinimatel'stvo*. Moscow, YUNITI–DANA Publ., 2001. 239 p. Available at: http://www.libertarium.ru/lib_competition. (accessed 09.02.16).
40. Lancaster K. Change and innovation in the technology of consumption. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Teoriya potrebitel'skogo povedeniya i sprosa*, vol. 1. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 1993, pp. 326–336 (in Russian).
41. Lapteva E. V. John Law — Organizer of the First Financial Pyramid in Europe. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta*, 2012, no. 3 (7), pp. 45–50 (in Russian).
42. Law S. V., Torp S. A comparison on national debt and the creation of money. *Student Economic Review*, 2005, vol. 19, pp. 27–36.
43. Leibenstein H. Allocative efficiency vs. «X-efficiency» // *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Teoriya firmy*. vol. 2. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya Shkola Publ., 1999, pp. 478–507 (in Russian).
44. MacCallum G. C. Jr. Competition and Moral Philosophy. Chapter in a book: *Legislative intent and Other Essays on Law, Politics and Morality*. Wisconsin, The University of Wisconsin Press, 1993, pp. 203–223.
45. Marshall, A. *Principles of Economics*. Moscow, Direkt-Media Publ., 2012. 2127 p. (in Russian).
46. Nasar S. *A Beautiful Mind*. New York, Simon & Schuster Publ., 1998. 442 p.
47. Nash John F. Jr. The Bargaining Problem. *Econometrica*, 1950, vol. 18, issue 2, 1950, Apr., pp. 155–162, Available at: <http://www.eecs.harvard.edu/cs286r/courses/spring02/papers/nash50a.pdf> (accessed 19.01.2016).
48. Nelson R. R., Winter S. G. *An evolutionary theory of economic chance* — Moscow, Delo Publ., 2002. 536 p. (in Russian).
49. Neumann, J. Morgenstern, O. *Theory of games and economic behavior*. Russ. ed. by N. N. Vorob'ev. Moscow, Nauka Publ., 1970. 708 p. (in Russian).
50. North D. C. Institutions and Economic Growth: An Historical Introduction. *THESIS*, 1993, vol. 2, pp. 69–91 (in Russian).
51. North D. *Institutions, institutional change and economic performance*. Russ. ed. by A. N. Nesterenko. Moscow, Fond ekonomicheskoi knigi «Nachala» Publ., 1997. 180 p. (in Russian).
52. Optner S. A. *Systems Analysis for Business Management*. Russ. ed. by S. P. Nikanorova, 2 ed. Moscow, Kontsept Publ., 2003. 206 p. (in Russian).
53. Ostrom E. *Governing the commons. The evolution of institutions for collective action*. Russ. ed. Moscow, IRISEN Publ., 2010. 447 p. (in Russian).
54. Popescu O. Juan de Matienzo and Tomas de Mercado. Chapter in a book: *Studies in the history of Latin American Economic Thought*. London: Routledge Publ., 1997, pp. 15–31. Available at: <http://www.ewidgetsonline.net/dxreader/Reader.aspx?token=C%2fb+VGldDXbKxkqQB8wVhw%3d%3d&rand=1506946941&buyNowLink=&page=&chapter> (accessed 29.09.2014).
55. Radaev V. V. Chto takoe konkurencija? [What is the competition?] *Ekonomicheskaya sotsiologiya. Elektronnyi zhurnal*, 2003. vol. 4, no 2, pp. 16–25. Available at: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204948/ecsoc_t4_n2.pdf#page=16 (accessed 22.06.15) (in Russian).
56. Ricardo D. The Principles of Political Economy and Taxation. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Mezhdunarodnaya ekonomika*, vol. 6. Moscow, Izd. dom Vyssh. shk. ekonomiki Publ., 2006, pp. 142–153 (in Russian).
57. Robinson J. *The Economics of Imperfect Competition*. Russ. ed. Moscow, Progress Publ., 1986. 472 p. (in Russian).
58. Round-table discussion «The competition — a controversial ideal». *Journal of Modern Competition*, 2011, no. 1(25), pp. 31–54 (in Russian).
59. Rozanova N. M. Evolyutsiya vzglyadov na konkurenciyu i praktika antimonopol'nogo regulirovaniya: opyt stran s razvitoi rynochnoi ekonomikoi [The evolution of views on competition and antitrust practice: the experience of countries with developed market economies]. *Ekonomicheskii zhurnal*, 2001, no. 2 (2). Available at: http://economicarggu.ru/2001_2/04rozanovan.shtml (accessed 15.01.2016) (in Russian).
60. Rubin Y. B. Discussion questions of modern competition theory // *Journal of Modern Competition*, 2010, no. 3 (21), pp. 38–67 (in Russian).
61. Salen P. *Konkurencija* [Competition]. Russ. ed. St. Petersburg, Neva Publ., 2004. 96 p.
62. Schelling T. C. Hockey Helmets, Concealed Weapons, and Daylight Saving: A Study of Binary Choices with Externalities. *The Journal of Conflict Resolution*, 1973, vol. 17, no. 3, Sept., pp. 381–428.
63. Schumpeter J. A. *Capitalism, Socialism and Democracy*. Russ. ed. by V. S. Avtonomov. Moscow, Ekonomika Publ., 1995. 540 p. Available at: http://www.libertarium.ru/lib_cap-socdem (accessed 19.01.2016) (in Russian)
64. Schumpeter J. A. *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Russ. ed. by V. S. Avtonomov. Moscow, Progress Publ., 1982. 456 p. (in Russian).
65. Sherer F., Ross D. *Industrial Market Structure and Economic Performance*. Russ. ed. Moscow, INFRA-M Publ., 1997. 698 p. (in Russian).
66. Shestakov D. E. Derzhat' rynek v kulake [To keep the market in a fist]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. 2009, vol. 10, no 4, pp. 92–99 Available at: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204981/ecsoc_t10_n4.pdf#page=92 (accessed 24.01.2016) (in Russian).
67. Shiriaev I. M. Path dependence and path creation as the most important concepts in evolutionary economics. *Jour-*

- nal of Economic Regulation*, 2013, vol. 4, no. 3, pp. 103–112. Available at: http://hjournal.ru/pdf/JER_4.3_2013/jer_4.3-10.pdf (accessed 22.01.2015) (in Russian).
68. Sudarev O. I. Istoki evolyutsionnoi paradigmy [The origins of the evolutionary paradigm]. *Ekonomicheskii Vestnik Rostovskogo Gosudarstvennogo universiteta*, 2008, vol. 6, no. 3, pp. 81–87. Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/istoki-evolyutsionnoy-paradigmy-v-ekonomicheskoy-teorii>. (accessed 09.02.16) (in Russian).
 69. Simon H. A. Theories of decision-making in economics and behavioral science. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Teoriya firmy*, vol. 2. Saint Petersburg, Economycheskaya Shkola Publ., 1999, pp. 54–72 (in Russian).
 70. Simon H. A. Rationality as Process and as Product of Thought. *THESIS*, 1993, vol. 3, pp. 16–38 (in Russian).
 71. Smith A. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Russ. ed. Moscow, Ekskmo Publ., 2007. 960 p. (in Russian).
 72. Spence M. Entry, capacity, investment and oligopolistic pricing. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Toriya otraslevykh rynkov*, vol. 5. Saint Petersburg, Economycheskaya Shkola Publ., 2003, pp. 35–52 (in Russian).
 73. Stark D. The Sense of Dissonance *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 2009, vol. 10, no 1. Available at: [https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204983/ecsocJanuary2009\[1\].pdf#page=57](https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204983/ecsocJanuary2009[1].pdf#page=57). (accessed 09.02.16) (in Russian)
 74. Stepanov L. V. *Modelirovanie konkurentsii v usloviyakh rynka* [Modeling Competition in the marketplace] Moscow, Akademiya Estestvoznaniya Publ., 2008. 114 p. (in Russian).
 75. Stigler J. Perfect competition, historically contemplated. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Teoriya firmy*, vol. 2. Saint Petersburg, Economycheskaya Shkola Publ., 1999, pp. 299–328 (in Russian).
 76. Taranukha Yu. V. Ekonomicheskaya priroda i sushchnost' konkurentsii [The economic nature and essence of the competition] *Marketing v Rossii i za rubezhom*, 2011, no. 1 (81), pp. 4–17 (in Russian).
 77. Tirole J. The theory of industrial organization. Russ. ed. St. Petersburg, Ekonomicheskaya shkola Publ., 1996. 745 p. (in Russian).
 78. Vernon R. International investment and international trade in the product cycle. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Mezh-dunarodnaya ekonomika*, vol. 6. Moscow, Izd. dom Vyssh. shk. ekonomiki Publ., 2006, pp. 512–522 (in Russian).
 79. Weston J. F. The Profit Concept and Theory: A Restatement. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Rynki faktorov proizvodstva*, vol. 3. Saint Petersburg, Economycheskaya Shkola Publ., 2000, pp. 450–485 (in Russian).
 80. Williamson, O. *The economic institution of capitalism*. Russ. ed. St. Petersburg, Lenizdat Publ., 1996. 703 p. (in Russian).
 81. Williamson, O. *The Nature of the Firm. Origins, Evolution, and Development*. Russ. ed. Moscow, Delo Publ., 2001. 360 p. (in Russian).
 82. Wolinsky A. The nature of competition and the scope of firms. *Sb. Vekhi ekonomicheskoi mysli. Toriya otraslevykh rynkov*, vol. 5. Saint Petersburg, Economycheskaya Shkola Publ., 2003, pp. 141–159 (in Russian).
 83. Wu T. *The Great American Information Emperors*. Slate, 2010, nov. 7. Available at: http://www.slate.com/articles/technology/technology/features/2010/the_great_american_information_emperors/how_theodore_vail_built_the_att_monopoly.html (accessed 14.09.2014).

A. Pilipuk, Institute of System Researches in Agroindustrial Complex of National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, Belarus, pilipuk.andrei@gmail.com

The development of the scientific theory of effective competition

The main objective of the research was to find out differences between effective and ineffective competition. The study include a review of authors before A. Smith, classic works, static, dynamic, evolutionary approaches, theory of games and others. Based on the findings we give an own definition of competition in term of dynamic self-organization of individuals through bargaining in a complex social-economic system. In the theoretical part of the study we showed a logical development of understanding the role of competition from necessity of perceived fight to the efficient, safe and compromise exchange of the goods in base of accepted price ratios. We used the game theory as a key model of competition. It allowed us to prove some existence of positive and negative effects. The study showed a role of uncertainty as a main problem to overcome through competition and endogeneity of the competitive conditions, which depends from the externalities, path dependence and network effects. Consistent to earlier research the study supported the hypothesis that effective competition occurs without conflict, that is possible because of the frequency of the bargaining and asset specificity.

Keywords: competition, effective competition, self-organization, the game theory, conflict, externalities, network effects, path dependence, uncertainty, frequency, Asset specificity.

About author: A. Pilipuk, *PhD in Economy, Associate Professor*

For citation: Pilipuk A. The development of the scientific theory of effective competition. *Journal of Modern Competition*, 2016, vol. 10, no. 2(56), pp. 46–76 (in Russian, abstr. in English).

Широкова Г. В., докт. экон. наук, профессор кафедры стратегического и международного менеджмента Высшей школы менеджмента СПбГУ, главный научный сотрудник кафедры менеджмента Школы экономики и менеджмента ДВФУ, Санкт-Петербург, shirokova@gsom.spbpu.ru

Скалецкий Е. В., аспирант кафедры менеджмента Школы экономики и менеджмента ДВФУ, г. Владивосток, skaletskiy@yandex.ru

Основные направления исследований роста фирмы: анализ литературы

Проблема выявления факторов, способствующих росту фирм, — ключевая в стратегическом менеджменте. Стабильный интерес со стороны академического сообщества, выражающийся в значительном числе публикаций, затрагивающих данную проблематику, свидетельствует о ее актуальности, несмотря на достаточную изученность. Цель данной статьи — выделение основных направлений исследований, посвященных изучению роста фирмы, опубликованных в ведущих международных журналах по менеджменту и предпринимательству в период с 1990 по 2016 г. На основе анализа 163 статей выделено четыре основных направления исследований роста фирмы: влияние личных характеристик предпринимателя на рост фирмы, влияние различного типа ресурсов, внутрифирменных характеристик, влияние факторов внешней среды. В каждом направлении проведено деление второго порядка в зависимости от фокуса публикации. На следующем уровне были выявлены направление, сила и характер влияния факторов, относящихся к каждой подгруппе, на рост фирм. Проведенная структуризация результатов научных исследований позволяет сформировать понимание современного этапа развития исследовательского поля и дает возможность обозначить направления дальнейшего развития исследований факторов роста фирм.

Ключевые слова: рост фирм, факторы роста фирм, стратегический менеджмент, малый и средний бизнес, анализ литературы.

Введение

На современном этапе экономического развития общества создание условий для развития предпринимательства входит в состав приоритетных направлений для программ реализации государственной политики в разных странах мира [Lutchje, Franke, 2003]. Результаты исследований подтверждают положительное влияние предпринимательской активности населения на рост добавленной ценности в экономике [Anyadike-Danes et al., 2015; Vygrave, Minniti, 2000; Hessels van Stel, 2011]. Однако это происходит за счет небольшой группы быстрорастущих фирм, присутствующих в каждой отрасли, которые создают большинство новых рабочих мест и определяют дальнейшее развитие экономики

[Shane, 2009; Wong et al., 2005], в то время как большинство фирм либо прекращают свою деятельность, не справившись с повышенными рисками, либо остаются на этапе выживания (*marginal surviving*) [Cooper et al., 1994; Leitch et al., 2010]. Таким образом, государство заинтересовано в первую очередь в поддержке создания и развития быстрорастущих фирм [Fischer, Reuber, 2003].

Рост очень важен для фирмы, потому что позволяет ей привлекать капитал за счет реализации возможностей, имеющихся на рынке, и наряду с прибыльностью является основным индикатором результативности деятельности фирмы. Рост имеет большое значение для любых фирм, но для фирм малого и среднего бизнеса его значимость гораздо выше. Прежде всего в отличие от остальных участников рынка малые

и средние фирмы подвержены влиянию уязвимости малого размера (*liability of smallness*) [Aldrich, Auster, 1986], выражающейся в нехватке финансовых ресурсов и слабости административной системы. Эти особенности в совокупности с ограниченностью перспектив для внутрифирменного карьерного роста затрудняют привлечение квалифицированных сотрудников. Кроме того, повышенные издержки из-за отсутствия экономии на масштабе производства снижают конкурентоспособность фирм малого и среднего бизнеса на рынке. Таким образом, если для крупных фирм рост — показатель устойчивого развития, то для малых и средних — индикатор выживания и обретения устойчивости. Кроме того, как подчеркивают многочисленные современные исследования, малые фирмы имеют более высокий потенциал и демонстрируют более высокие темпы роста [Burghardt, Helm, 2015; Daunfeldt, Elert, 2013; Fotopoulos, Giotopoulos, 2010].

Почему у одних фирм есть рост, а у других — нет? Этот вопрос в научной среде актуален в области исследований предпринимательства, и поиску ответа на него посвящено большое количество научных работ. Первые попытки исследователей ответить на этот вопрос были предприняты в первой половине XX в. Однако, несмотря на более чем полувековую историю изучения, феномен роста фирмы до сих пор остается одним из центральных в изучении предпринимательства [Delmar et al., 2003; Loof, Nabavi, 2015; McKelvie, Wiklund, 2010], так как до сих пор неясно, какие факторы способствуют росту фирмы и что должна сделать команда топ-менеджмента для обеспечения устойчивого роста.

Цель данной работы — выявление основных направлений исследований факторов роста фирмы путем проведения систематического анализа публикаций в ведущих международных журналах по менеджменту и предпринимательству. Это позволит получить более полную картину существующих знаний о росте фирмы и поможет сформу-

лировать актуальные исследовательские вопросы для будущих научных изысканий в этой области.

Подходы к измерению роста фирмы

Рост фирмы — комплексный, динамичный и нелинейный процесс, включающий в себя взаимодействие экономических, социальных и культурных факторов [Audrestch et al., 2014; Delmar et al., 2003]. Первые попытки объяснения феномена роста фирмы предпринимаются с начала 30-х годов XX в. Р. Джиграт в исследовании [Gibrat, 1931], посвященном выявлению влияния размера на рост фирмы, приходит к выводу об отсутствии связи между этими переменными. Дальнейшее развитие исследований роста фирмы связано с работами Э. Пенроуз, в которых для изучения роста фирмы использовался биологический подход [Penrose, 1952], впоследствии дополненный управленческими характеристиками [Penrose, 1955] и ресурсной концепцией [Penrose, 1956]. Результаты этих исследований послужили основой для формирования теории роста фирмы [Penrose, 1959] — доминирующего подхода к изучению роста фирмы до настоящего времени.

Принимая во внимание существование различий среди популяции фирм, Пенроуз отмечает, что «неоднородность... продуктивных услуг, доступных или потенциально доступных от использования ее ресурсов, обеспечивает каждой фирме индивидуальность» [Каткало, 2006; Penrose, 1959, с. 75]. В качестве основообразующего ресурса Пенроуз рассматривает организационные способности фирмы, отражающиеся в поиске внутренних источников роста, в условиях ограниченности ресурсов за счет вовлечения ранее незадействованных или реконфигурации имеющихся ресурсов для реализации рыночных возможностей. Использование ранее незадействованных или использованных неэффективно ресурсов позволяет фирме повышать эффективность и проводить ди-

версификацию деятельности. Ограниченность ресурсов двойственно влияет на природу роста фирмы: с одной стороны, нехватка капитала подталкивает фирму к стимулированию роста традиционными мерами, такими как рыночная экспансия, с другой — ограниченность ресурсов сокращает возможности для создания новой ценности путем их реконфигурации [Bradley et al., 2011].

Исследователи роста фирмы подчеркивают, что развитие концепций и теории роста фирмы движется медленно [Davidsson, Wiklund, 2000; Shepherd, Wiklund, 2009]. Существующие модели роста фирмы имеют слабую объясняющую и, как следствие, предикативную силу [Coad et al., 2013; Davidsson, 1991; Shepherd, Wiklund, 2009]. Так, например, ряд авторов [Aisabie, 1992; Coad et al., 2013; Steffensons et al., 2009] приходит к выводу, что рост малых фирм имеет по большей части случайный характер и не может быть убедительно объяснен в рамках существующих теорий. В исследованиях [Aisabie, 1992; Coad et al., 2013] авторы рассматривают рост как случайное событие, при этом роль ресурсов сводится к поддержанию жизнедеятельности фирмы. Очевидно, что подобная модель роста имеет весьма ограниченное теоретическое и практическое значение.

Одна из основных причин медленного развития теории роста фирмы — отсутствие единого критерия для измерения роста фирмы, что усложняет обобщение и систематизацию результатов различных эмпирических исследований. Непостоянство и гетерогенность феномена роста значительно затрудняют его изучение. В исследовании [Delmar et al., 2003] на основании лонгитюдного анализа авторы приходят к выводу, что природа роста фирмы неоднородна, и выделяют семь типов быстрорастущих фирм, каждый из которых характеризуется собственным драйвером роста. В исследовании [Delmar, 1997] отмечается зависимость результатов исследования роста от выбора зависимой переменной, измеряющей рост фирмы.

Среди наиболее часто используемых переменных выделяют рост продаж и рост численности сотрудников. Однако выбранные индикаторы также подвергаются критике и не являются универсальными. Так, например, Бринкманн с соавторами [Brinckmann et al., 2011] полагают, что рост фирмы нецелесообразно измерять увеличением численности сотрудников, поскольку это увеличение имеет отложенный эффект на рост фирмы только после того, как сотрудники пройдут обучение и адаптируются к существующей организационной структуре. Кроме того, в инновационных и высокотехнологичных сферах рост фирмы не всегда отражается в росте численности сотрудников. Исследование [Chandler et al., 2009] более детально изучает связь между ростом численности сотрудников и объемом продаж, постулируя, что рост численности сотрудников сопутствует росту объема продаж только в случае, если человеческий капитал сотрудников специфичен и издержки на поиск сотрудника и вызванную этим неопределенность ниже, чем издержки на использование аутсорсинга. Исследование [Kiviluoto, 2013] показало, что рост объема продаж не может быть надежным показателем успеха фирмы, а в работе [Bruneel et al., 2012] утверждается, что, хотя рост продаж — наиболее распространенный критерий для измерения роста, он несовершенен, поскольку не учитывает инвестиции в разработку новой продукции, дающие эффект в последующих периодах.

Кроме того, достижение фирмой высоких темпов роста в одном периоде не связано с достижением высоких темпов роста в последующих периодах [Federico, Capellras, 2015; Headd, Kirchoff, 2009; Mitra, Pingali, 1999; Petrunia, 2008]. Меньше четверти фирм показывают рост выручки два года подряд [Orser et al., 2000]. Частично это можно объяснить сменой стратегии развития фирмы [Mitra, Pingali, 1999], однако главная причина — сложность управления малой быстрорастущей фирмой. В работе [Shepherd, Wiklund, 2009] на основе анализа

различных эмпирических исследований, использующих различные показатели, авторы приходят к выводу, что в зависимости от выбора характера показателей (абсолютные/относительные), индикаторов роста (рост продаж, численности сотрудников, прибыли, активов, капитала) и временного промежутка для измерений полученные результаты отличаются, что создает возможности для применения альтернативных теорий, учитывающих различные показатели роста.

Представляется, что использование лонгитюдных данных наиболее оптимально для исследования роста фирмы, поскольку сбор информации в несколько периодов времени позволяет отследить динамику изменения показателей и нелинейность процесса. Однако из-за сложности проведения сбора информации в несколько волн ряд исследователей принимает в качестве зависимой переменной предпринимательские стремления к росту фирм (*growth aspiration*) — показатель, отражающий субъективное восприятие условий для ведения бизнеса [Autio, Acz, 2010; Gartner, Liao, 2012; Estrin et al., 2013; Manolova et al., 2012]. Несмотря на то что стремление к росту значительно влияет на рост и успех фирмы [Gartner, Liao, 2012], в оценке предпринимателя высока доля субъективизма, что также приводит к неоднозначной оценке этого показателя роста фирмы. Таким образом, несмотря на довольно долгую историю изучения феномена роста фирмы, ученые не выработали единого мнения относительно как природы роста фирмы, так и наиболее удачного подхода к его измерению.

Метод проведения анализа литературы

В систематический анализ исследований роста фирмы включались как эмпирические статьи, так и концептуальные публикации, направленные на расширение существующих концепций роста фирмы, опубликованные с 1990 по 2016 г. Временной отрезок

в 20–25 лет нередко используется для анализа литературы в исследованиях предпринимательства, поскольку позволяет отследить динамику развития исследовательского поля [Беляева, 2015; Cacciotti, Hayton, 2015; Gilbert et al., 2006].

На первом этапе исследования авторами были отобраны ведущие международные журналы в области предпринимательства, относящиеся к категории А и В списка журналов Ассоциации бизнес-школ (Association of Business Schools — ABS): *Entrepreneurship: Theory and Practice*; *Journal of Business Venturing*; *Strategic Entrepreneurship Journal*; *Journal of Small Business Management*; *Small Business Economics*; *Entrepreneurship and Regional Development*; *International Small Business Journal*. К ним были добавлены два журнала категории А: в области общего менеджмента — *Academy of Management Journal*; в области стратегического менеджмента — *Strategic Management Journal* по версии ABS. Данные журналы были отобраны, поскольку в них публикуются исследования по изучению роста фирмы, вносящие вклад в развитие современной теории.

На втором этапе был проведен поиск статей, опубликованных в выбранных журналах при помощи интегративной базы данных EBSCO. Поиск был проведен по ключевым словам «*firm growth*», «*entrepreneurial growth*». По заданным критериям было найдено 348 статей. После сканирования найденных статей на предмет соответствия теме финальная выборка составила 163 статьи. Отобранные для анализа статьи были опубликованы в период с 1990 по 2016 г. Распределение статей по научным журналам приведено в табл. 1.

Анализ литературы проводился на основе тематического анализа путем группировки статей на основе выделенных тем. В результате анализа было выделено четыре основных направления исследований факторов роста фирмы: влияние личных характеристик предпринимателя, влияние различного типа ресурсов, влияние внутрифир-

менных характеристик и влияние факторов внешней среды (табл. 2).

Направления исследований факторов роста фирмы

Влияние личных характеристик предпринимателя на рост фирмы

При изучении влияния личных характеристик предпринимателя рост фирмы рассматривается как процесс, контролируемый предпринимателем, на развитие которого влияют его персональные цели, мотивы, ценности и убеждения. Среди личных характеристик предпринимателя, влияющих на рост фирмы, выделяют следующие: знания, предыдущий опыт, когнитивные характеристики, мотивация к росту, опыт провалов, вовлеченность в социальные сети, возраст, принадлежность к национальным меньшинствам, пол.

Влияние большого числа личных характеристик предпринимателя на рост фирмы неоднократно подтверждалось эмпирически, однако в большинстве случаев связь была значимой только при рассмотрении модерационных эффектов [Baron et al., 2012; Hmieleski, Corbett, 2008], например опыта предыдущей деятельности [Capelleras, Greene, 2008] и опыта предыдущих провалов [Yamakawa et al., 2015]. В то же время связь между стремлением к росту [Delmar, Wiklund, 2008] и такими личными характеристиками предпринимателя, как предпринимательский оптимизм [Hmieleski, Baron, 2009], наличие глобальных ценностей [Tomczyk et al., 2013], тип предпринимателя [Merz et al., 1994], возраст предпринимателя [Navaretti et al., 2014], является прямой.

Личные характеристики менеджера могут влиять на перспективы роста фирмы [Coleman, 2007; Manolova et al., 2007; Thakur, 1998; Wasilczuk, 2000]. Однако менеджерами движут разные, иногда противоречивые, мотивы, по-разному влияющие на рост фирмы [Jaouen, Lasch, 2015], что повышает значимость компетентности управ-

Таблица 1. Распределение статей по журналам
Table 1. Allocating the articles among journals

Название журнала	Количество статей
Small Business Economics	47
Entrepreneurship: Theory and Practise	27
Journal of Business Venturing	27
Journal of Small Business Management	24
International Small Business Journal	11
Entrepreneurship and Regional Development	8
Strategic Management Journal	8
Academy of Management Journal	7
Strategic Entrepreneurship Journal	4
Общее количество статей	163

Таблица 2. Распределение статей по направлениям
Table 2. Allocating of the articles among directions

Факторы роста фирмы	Количество статей
Личные характеристики предпринимателя	31
Различные типы ресурсов	40
Внутрифирменные характеристики	60
Факторы внешней среды	32
Всего	163

ленческой команды для достижения фирмой роста [Bonaccorsi, Giannangeli, 2010; Brinckmann et al., 2011; Datta, Guthrie, 1994; Koeller, Lechler, 2006; Shrader, Siegel, 2007; Weinzimmer, 1997]. Использование человеческого потенциала управленческой команды позволяет фирме расти за счет создания новой ценности, исходя из ограниченного набора ресурсов [Thakur, 1998]. При этом некоторые исследования акцентируют внимание на отдельных характеристиках управленческой команды: компетентность в вопросах финансового менеджмента [Brinckmann et al., 2011], знания специфики отрасли [Datta, Guthrie, 1994]. Наиболь-

ший эффект влияния совокупности знаний управленческой команды на рост фирмы проявляется в случае ее гетерогенности [Weinzimmer, 1997]. Характер и многообразие форм знания в управленческой команде имеют отношение к росту как прямо, так и опосредованно, через поиск бизнес-возможностей [Koryak et al., 2015]. Исследование предпринимателей из Юго-Восточной Азии, осуществляющих свою деятельность в Великобритании [Basu, Goswami, 1999], показало, что для роста фирмы предпринимательское образование и опыт топ-менеджмента играют бóльшую роль, нежели наличие финансового капитала.

Кроме того, предшествующий опыт ведения бизнеса или опыт работы в отрасли влияет на доступность человеческих, социальных и финансовых ресурсов, необходимых для обеспечения роста [Koryak et al., 2015; Siegel et al., 1993; Wasilczuk, 2000]. Наличие у топ-менеджмента фирмы релевантного опыта положительно влияет на имидж фирмы в глазах инвесторов. Влияние предыдущего опыта на рост фирм позволяет уделить особое внимание опыту всей управленческой команды как фактору роста фирмы, поскольку комплементарность опыта участников команды позволяет максимизировать потенциал роста фирмы [Fern et al., 2012].

Важность когнитивных структур, являющихся базовыми ментальными моделями, которые используются для систематизации и использования имеющейся информации при принятии решений, в формировании роста фирмы, подчеркивается в обзоре [Wright, Stigliani, 2013]. Группа исследований, посвященных влиянию когнитивных характеристик предпринимателя на рост фирмы, выявила сложность изучаемой связи: отрицательное влияние предпринимательского оптимизма [Hmieleski, Baron, 2009], нелинейная зависимость от наличия хорошего настроения [Hmieleski, Corbett, 2008], предрасположенность к позитивным эмоциям (*dispositional positive affect*) [Baron et al., 2011] и варьирующееся влияние импровизационного поведе-

ния: при высокой уверенности в собственных силах — положительное, при низкой — отрицательное [Baron et al., 2012]. Наличие глобальных ценностей, отражающих позитивное восприятие окружающего мира, таких как «мир во всем мире», «всеобщее равенство», «свобода», склонность к прощению, готовность помочь, положительно влияет на рост продаж фирмы [Tomczyk et al., 2013].

В то же время стремление к росту является эффективной детерминантой будущего роста, поскольку стремление к росту мотивирует предпринимателя на реализацию роста фирмы в числе первостепенных задач [Delmar, Wiklund, 2008; Greve, 2008]. Стремление предпринимателей к росту фирмы определяется специфичным подходом к жизни, стремлением к богатству и достижению целей [Morris et al., 2006]. Ориентация на самореализацию и достижение независимости, получение удовольствия от принятия риска также были выявлены в качестве важных antecedентов роста малых фирм [Wasilczuk, 2000]. Формирование стремления к росту происходит под влиянием уверенности в собственных силах и отношения к результатам деятельности фирмы [Douglas, 2013]. Однако чрезмерный предпринимательский оптимизм ведет к снижению темпов роста, особенно при наличии прошлого опыта и высокого уровня динамизма в отрасли [Hmieleski, Baron, 2009]. Прошлый опыт в данном случае становится негативным фактором, поскольку излишний оптимизм, сохранившийся после опыта ведения бизнеса, свидетельствует о слабых аналитических способностях или недостаточном внимании к деталям.

Помимо предыдущего опыта ведения бизнеса, в исследованиях рассматривается также влияние опыта провалов, который, как правило, негативно связан с ростом фирмы, поскольку предприниматели, имеющие подобный опыт, стремятся выбирать менее рискованные стратегии, сокращая набор потенциальных возможностей [Covin et al., 2006]. Более комплексный подход используется в работе [Yamakawa et al.,

2015], где рассматриваются причины провала и количество провалов в качестве модераторов связи между опытом провалов и ростом фирмы. Так, большое число провалов наряду с фокусом на поиск причин провала во внешней среде ослабляет связь между опытом предпринимателя и ростом фирмы.

Роль социальных сетей, в которые вовлечен предприниматель, особенно значима на первоначальных этапах деятельности фирмы, поскольку позволяет осуществить тестирование бизнес-идеи, что положительно сказывается на росте фирмы [Hampton et al., 2009]. Также значимый фактор роста — возраст топ-менеджера. Более молодые управленцы характеризуются большей гибкостью и лучшим принятием перемен, что положительно влияет на рост фирмы [Navaretti et al., 2014].

Такой специфичный фактор, как принадлежность предпринимателя к национальным меньшинствам, создает дополнительные барьеры для роста фирм [Sapienza, Grimm, 1997], что ведет к более высокой альтернативной стоимости карьеры предпринимателя и отражается в более высоких показателях предпринимательской ориентации и реализации возможностей для роста среди представителей национальных меньшинств по сравнению с представителями титульной нации [Wang, Altinay, 2010].

Анализируя исследования личных характеристик предпринимателя, трудно недооценить важность гендерного аспекта. В среднем фирмы, которыми владеют женщины, растут медленнее остальных [Coard, Tamvada, 2012]. В быстрорастущих фирмах, входящих в рейтинг Fortune 500, среди генеральных директоров и в совете директоров встречается меньше женщин, чем мужчин [Nelson, Levesque, 2007]. В частности, в быстрорастущих фирмах распространена практика формирования кадрового состава топ-менеджмента целиком из мужчин. В исследовании [Alsos et al., 2006] показано, что, несмотря на отсутствие значимых различий в восприятии внешней среды по ген-

дерному признаку, женщины-предприниматели в среднем имеют барьеры в привлечении капитала, что негативно влияет на рост фирмы. Знания и опыт предпринимателя позитивно сказываются на стремлении к росту у женщин, в то время как у мужчин значимым фактором является вовлеченность в социальные сети [Manolova et al., 2007]. Исследование [Coleman, 2007] также выделяет человеческий капитал в качестве фактора роста женских фирм, в то время как роль финансового капитала значима для представительниц обоих полов. Итог исследований влияния личных характеристик предпринимателя на рост фирмы приведен в табл. 3.

Влияние различного типа ресурсов на рост фирмы

Фирмы существуют в предпринимательской экосистеме, включающей в себя доступ к разнообразным ресурсам. Важный фактор, способствующий достижению роста фирмы, — доступ к разнообразным ресурсам [Vanacker et al., 2011]. Согласно ресурсной концепции (*resource-based view*) материальные и нематериальные ресурсы обеспечивают конкурентные преимущества фирме в долгосрочном периоде [Barney, 1991]. Ограниченность необходимых ресурсов может негативно отразиться на результатах деятельности фирмы [Bottazzi et al., 2014], в то время как фирмы, обладающие лучшим доступом к ресурсам, растут более высокими темпами по сравнению с остальными [Anderson, Eshima, 2013; Wu et al., 2008]. Ресурсы, привлекаемые в фирму, образуют человеческий, социальный и финансовый капиталы [Burt, 1992].

Человеческий капитал включает в себя знания, навыки и опыт, которые могут быть использованы для реализации рыночных возможностей и, безусловно, являются одним из ключевых ресурсов в предпринимательской фирме [Becker, 1993; Crawford et al., 2015]. Человеческий капитал часто используется в эмпирических исследованиях, поскольку более высокий уровень

Таблица 3. Результаты исследований влияния личных характеристик предпринимателя на рост фирмы

Table 3. Result of research on the influence of entrepreneur`s personal characteristics on firm`s growth

Личные характеристики предпринимателя	Влияние на рост	Авторы
Знания	Компетентность и гетерогенность управленческой команды положительно влияют на рост фирмы	[Basu, Goswami, 1999; Bonaccorsi, Giannangeli, 2010; Brinckmann et al., 2011; Coleman, 2007; Datta, Guthrie, 1994; Koeller, Lechler, 2006; Koryak et al., 2015; Manolova et al., 2007; Shrader, Siegel, 2007; Thakur, 1998; Wasilczuk, 2000; Weinzimmer, 1997]
Предыдущий опыт	Положительная связь между предыдущим опытом и ростом фирмы	[Fern et al., 2012; Koryak et al., 2015; Siegel et al., 1993; Wasilczuk, 2000]
Когнитивные характеристики	Сложность связей: негативное влияние оптимизма, нелинейное влияние предрасположенности к позитивным эмоциям, позитивное влияние наличия глобальных ценностей	[Baron et al., 2012; Baron et al., 2011; Hmieleski, Baron, 2009; Hmieleski, Corbett, 2008; Tomczyk et al., 2013; Wright, Stigliani, 2012]
Мотивация к росту	Мотивация к росту положительно влияет на рост фирмы	[Delmar, Wiklund, 2008; Douglas, 2013; Greve, 2008; Hmieleski, Baron, 2009; Merz et al., 1994; Morris et al., 2006; Wasilczuk, 2000]
Опыт провалов	Нелинейная связь между опытом провалов и ростом фирмы	[Covin et al., 2006; Yamakawa et al., 2015]
Вовлеченность в социальные сети	Социальные сети предпринимателя важны для роста бизнеса на ранних этапах	[Hampton et al., 2009]
Возраст	Фирмы, управляемые более молодыми CEO, растут быстрее	[Navaretti et al., 2014]
Принадлежность к национальным меньшинствам	Представители меньшинств имеют дополнительные барьеры для роста	[Sapienza, Grimm, 1997; Wang, Altinay, 2010]
Пол	Человеческий капитал более значим для фирм, управляемых женщинами, в то время как женщины ограничены в возможностях привлечения финансового капитала, их потенциал влияния на рост фирмы в большой степени нереализован	[Alsos et al., 2006; Coad, Tamvada, 2012; Coleman, 2007; Hampton et al., 2009; Manolova et al., 2007; Nelson, Levesque, 2007]

его развития позволяет воспринимать больший спектр возможностей и достигать желаемых результатов [Gonzalez-Pernia, Pena-Legazkue, 2015]. Поглощение формализованного человеческого капитала, выражающегося в технологиях и ноу-хау, позволяет фирмам ускорять рост через рыночное развитие [Naldi, Davidsson, 2014].

Ряд исследований подчеркивает роль человеческого капитала сотрудников [Li et al., 2016; Lopez-Garcia, Puente, 2012; Koch et al.,

2013; Wijewardena, Cooray, 1995] в достижении фирмой роста, который усиливается при наличии возможностей для роста [O`Cass, Sok, 2014]. Таким образом, особенности управления человеческими ресурсами — актуальная тема для исследований роста фирмы. Под управлением человеческими ресурсами понимается построение модели для достижения максимальной эффективности от взаимодействия человеческих ресурсов сотрудника и нужд фирмы [Heneman et al.,

2000]. Внедрение эффективных методов управления человеческими ресурсами усиливает взаимосвязь предпринимательской ориентации и роста фирмы [Messersmith, Wales, 2011]. В малых фирмах, как правило, процесс управления человеческим капиталом слабо формализован. Степень формализации увеличивается по мере роста фирмы [Kotey, Slade, 2005]. Наличие в составе совета директоров менеджера по развитию человеческих ресурсов положительно влияет на рост фирм, особенно сильно — малых и средних [Welbourne, Cyr, 1999].

Социальный капитал фирмы включает в себя устоявшиеся коммуникационные сети с внешней средой, которые могут быть использованы фирмой в ходе деятельности [Bourdieu, Wacquant, 1992; Lechner et al., 2016]. Вовлеченность в социальные сети позволяет смягчить влияние враждебной институциональной среды [Batjargal et al., 2013; Estrin et al., 2013], внедрять инновации [Shepherd, 1991], проводить географическое расширение рынков [Havnes, Senneseth, 2001], привлекать дополнительные ресурсы [Capelleras, Greene, 2008; Lechner, Dowling, 2003; Lechner, Leyronas, 2009; Leung et al., 2006; Wang, Altinay, 2010]. Устоявшиеся контакты с поставщиками положительно влияют на рост малых фирм [Beekman, Robinson, 2004]. Исследование [Lechner et al., 2016] подтверждает также позитивное влияние на рост малых и средних фирм вертикальной кооперации с крупными игроками на рынке, однако этот эффект уменьшается по мере роста воспринимаемой значимости обмениваемых ресурсов. Кроме того, повторно обратившиеся и бывшие клиенты фирмы представляют собой существенный ресурс для роста [Bryson et al., 1997]. Таким образом, управление социальными сетями позволяет максимизировать потенциальные эффекты, что ведет к росту фирмы [Capelleras, Greene, 2008]. Ключевые характеристики социальной бизнес-сети фирмы, влияющие на рост продаж, — размер и сила связей [Hansen, 1995].

В работе [Hayter, 2013], посвященной анализу публикаций, содержащих исследование роли социальных сетей в росте фирмы, показано, что положительный эффект достигается только при выборе подходящей сети. Вовлеченность в социальные сети не всегда обеспечивает лучший доступ к ресурсам по причине существования барьеров внутри сетей. Эффект от использования социальной сети зависит от характеристик предпринимателя, что подчеркивает важность создания системы управления социальным капиталом. На протяжении жизненного цикла организации изменяются цели, что требует реконфигурации социальных сетей для их реализации [Lechner, Dowling, 2003]. Так, например, связь вовлеченности родственников в деловые сети предпринимателя с ростом фирмы графически можно отобразить перевернутой параболой [Arregle et al., 2015]. Использование структурных дыр в социальных сетях (отсутствие прямого контакта между двумя участниками рынка при наличии у них контакта с третьим лицом) положительно влияет на рост фирм в условиях слабой развитости формальных институтов, фактически замещая неэффективную структуру [Batjargal et al., 2013].

Финансовый капитал — основополагающий ресурс фирмы, позволяющий привлекать остальные типы ресурсов извне [Alsos et al., 2006; Brinckmann et al., 2011]. Доступ малых и средних предприятий к финансовым ресурсам, предоставляемым формальными институтами, затруднен, что ведет к использованию альтернативных путей получения капитала, таких как товарный кредит [Ogawa et al., 2013] и привлечение капитала из неформальных источников с использованием социальных сетей [Patel et al., 2011].

Эффект привлечения финансового капитала извне — фактор, неоднозначно влияющий на рост фирмы. Ряд исследований позволяет сделать вывод о положительной связи между этими явлениями [Bertoni et al., 2013;

Brinckmann et al., 2011; Croce et al., 2013; Mitchell et al., 1997]. Тем не менее результаты некоторых исследований [Bradley et al., 2011; Moreno, Casillas, 2007; Vanacker et al., 2011] свидетельствуют о положительном влиянии ограниченности доступа к финансовым ресурсам и использовании личных ресурсов предпринимателя на рост фирм через улучшение системы управления ресурсами. Долгосрочные кредитные отношения с банком негативно сказываются на росте малых фирм, тогда как для более крупных фирм — смягчают риски [Gambini, Zazzaro, 2013].

К тому же деятельность малых и средних быстрорастущих фирм, особенно планирующих вывод нового продукта на рынок, сопряжена с повышенными рисками, что ведет к удорожанию стоимости кредита и негативно сказывается на наличии ресурсов в будущих периодах [Rostamkalaei, Freel, 2016]. В то же время малые фирмы чувствительны к изменениям денежного потока, и его сокращение может негативно сказаться на темпах роста фирмы, ограничивая спектр возможностей, особенно на медленно растущих рынках [Bottazzi et al., 2014; Oliveira, Fortunato, 2006].

Несмотря на то что использование собственных средств является основной движущей силой роста молодых фирм в странах с развивающейся экономикой [Elston et al., 2016], связь между финансированием деятельности из собственных и неформальных источников и ростом фирмы комплексна и нелинейна [Patel et al., 2011]. Неясность относительно роли финансовых ресурсов в росте фирмы исследует группа авторов [Fraser et al., 2015] с помощью литературного обзора. Результаты свидетельствуют о том, что между внешним финансированием и ростом фирм существует прямая связь, осложненная множеством нюансов, что требует более детального изучения влияния контекста и субъективной составляющей роли кредитора. Итог исследований влияния ресурсов приведен в табл. 4.

Влияние внутрифирменных характеристик на рост фирмы

Изучение влияния внутрифирменных характеристик включает в себя исследования влияния возраста и размера фирмы, производительности труда, прибыльности, типа организационной структуры, стратегии, инвестиций в научно-исследовательскую деятельность на рост фирмы. Внутренние характеристики фирмы в стратегическом менеджменте рассматриваются в качестве основного источника роста фирмы.

Результаты большинства эмпирических исследований демонстрируют, что возраст и размер фирмы негативно влияют на ее рост [Anderson, Eshima, 2013; Coad, Tamvada, 2012; Daunfeldt, Elert, 2013; Davidsson et al., 2002; Johansson, 2004; Lawless, 2014; Moreno, Casillas, 2007; Orser et al., 2000; Park et al., 2010; Petrunia, 2008; Steffensons et al., 2009; Upton et al., 2001; Varum, Rocha, 2013; Wagner, 1992; Wing, Yiu, 1996]. Хотя, например, результаты исследования [Fotopoulos, Giotopoulos, 2010] подтверждают эту закономерность только для средних и крупных фирм. Вместе с тем в работе [Lotti et al., 2009] распространное предположение о более высоких темпах роста малых фирм считается следствием глобального заблуждения и опровергается эмпирически. Однако вполне вероятно, что данный результат — следствие ограничений, наложенных выборкой эмпирического исследования. Возраст и размер фирмы ограничивают эффективность принятых стратегических решений. Так, для молодых фирм рост увеличивается значительно, чем для более зрелых, при наличии предпринимательской ориентации [Messersmith, Wales, 2011] и выходе на внешний рынок [Carr et al., 2010]. В исследовании роли размера фирмы на момент слияния в формировании дальнейшего роста [Burghardt, Helm, 2015] отмечается положительная связь между размером фирмы и ростом числа сотрудников.

Таблица 4. Результаты исследований влияния различных ресурсов на рост фирмы

Table 4. Result of research on the influence of different types of resources on firm's growth

Наличие капитала	Влияние на рост	Авторы
Человеческий капитал	Молодость и компетентность сотрудников, доступ к необходимым знаниям, возможность получения знаний с внешнего рынка, налаженная система управления знаниями положительно влияют на рост фирмы	[Heneman et al., 2000; Koch et al., 2013; Kotey, Slade, 2005; Li et al., 2016; Lopez-Garcia, Puente, 2012; Messersmith, Wales, 2011; Naldi, Davidsson, 2014; O' Cass, Sok, 2014; Welbourne, Cyr, 1999; Wijewardena, Cooray, 1995]
Социальный капитал	Размер социальной сети, плотность связей, налаженная система управления контактами с поставщиками и клиентами, качество социальных сетей положительно влияют на рост фирмы. Вовлеченность семьи в социальные бизнес-сети нелинейно влияет на рост фирмы	[Arregle et al., 2015; Batjargal et al., 2013; Beekman, Robinson, 2004; Bryson et al., 1997; Capelleras, Greene, 2008; Estrin et al., 2013; Hampton et al., 2009; Hansen, 1995; Havnes, Senneseth, 2001; Hayter, 2013; Lechner, Dowling, 2003; Lechner, Leyronas, 2009; Lechner et al., 2016; Leung et al., 2006; Shepherd, 1991; Wang, Altinay, 2010]
Финансовый капитал	Инвестиции в фирму, рост денежного потока положительно отражаются на ее росте, в то время как ограниченность в финансовых ресурсах, привлечение заемных средств из банка сказываются негативно. В то же время использование собственных средств нелинейно влияет на рост фирмы	[Alsos et al., 2006; Bertoni et al., 2013; Bottazzi et al., 2014; Bradley et al., 2011; Brinckmann et al., 2011; Coleman, 2007; Croce et al., 2013; Elston et al., 2016; Fraser et al., 2015; Gambini, Zazzaro, 2013; Mitchell et al., 1997; Moreno, Casillas, 2007; Ogawa et al., 2013; Oliveira, Fortunato, 2006; Patel et al., 2011; Rosenbusch et al., 2013; Rostamkalaei, Freel, 2016; Vanacker et al., 2011]

Относительно взаимосвязи прибыльности фирмы и ее роста однозначного мнения нет. Результаты некоторых исследований подчеркивают положительное влияние роста на прибыльность, в то время как обратный эффект — незначителен [Federico, Capellras, 2015]. Результаты других исследований [Markman, Gartner, 2002; Randolph et al., 1991] свидетельствуют об обратной связи между этими показателями, что позволяет рассматривать их достижение в качестве альтернативных целей стратегии.

Организационная структура также влияет на рост фирмы. Фирмы, использующие гибридные организационные структуры, достигают более высоких темпов роста [Shane, 1996]. Кроме того, в формировании роста играет роль не только организационная структура, но и характер отношений с внешними фирмами. Развитие корпоративных структур, включающих в себя несколько фирм, принадлежащих одному предпринимателю, — одно из направлений стратеги-

ческого управления фирмы. Бизнес-группам легче привлекать человеческие и социальные ресурсы, не поглощая их извне или владея ими изначально. Бизнес-структура используется как инструмент для управления ростом фирмы [Lechner, Leyronas, 2009].

Формирование групп вызвано не только географическим расширением и диверсификацией, но также и разной политикой, направленной на различные рыночные сегменты в пределах одной отрасли [Iacobucci, Rosa, 2005]. Независимость правления наряду с молодостью — основные характеристики быстрорастущих фирм [Davidsson et al., 2002; Johansson, 2004]. Сочетание автономности в управлении и доступа к ресурсам материнских фирм делает технологические спин-оффы самой быстрорастущей категорией фирм на рынке [Bruneel et al., 2012]. Данный эффект усиливается в случае сочетания базы знаний спин-оффа с базой знаний материнской фирмы [Sapienza et al., 2004].

Значительное число особенностей роста ведет к специфичности формирования стратегий [Borch et al., 1999; Majumdar, 2010]. Основные вопросы, затронутые в исследованиях влияния стратегии на рост фирмы, посвящены выявлению влияния элементов стратегии на рост фирмы и анализу стратегий быстрорастущих фирм. Обеспечение устойчивого роста в долгосрочной перспективе требует от фирмы развития организационной амбидекстрии — способности совмещать эффективную реализацию текущих рыночных возможностей с инновационной деятельностью для удовлетворения будущих вызовов рынка [Patel et al., 2013]. Наличие стратегии положительно сказывается на росте фирмы [Olson, Vokor, 1995].

Для достижения различных целей фирмы могут выбирать стратегии, оказывающие влияние на рост, исходя из имеющихся ресурсов. Анализ исследований позволил выявить основные характеристики эффективных в достижении роста стратегий: инновационность, ставка на качество продукции [Upton et al., 2001], предпринимательский стиль управления [Sadler-Smith et al., 2003], диверсификация проводимых стратегий [Chaston, Mangles, 1997; Coad, Guenther, 2014; Coad, Tamvada, 2012], внедрение новаторских управленческих методик [Jankala, Sivola, 2012], вовлечение сотрудников в стратегию развития фирмы [Upton et al., 2001], налаженная корпоративная культура [Carlson et al., 2006], выход на внешний рынок [Fernhaber, Li, 2010; Sleuwaegen, Onkelinx, 2014], направленное развитие ресурсной базы [Pettus, 2001]. Согласно результатам исследования [Larraneta et al., 2014] фирмы выигрывают от стратегической диверсификации, особенно на динамичных рынках, что соотносится с результатами исследования [McDougal et al., 1994]. Кроме того, сохранение высоких темпов роста зависит от сохранения контроля над деятельностью фирмы предпринимателем [Parker et al., 2010].

Для оценивания стратегии, выбранной фирмой, широко применяется концепция

предпринимательской ориентации [Covin, Slevin, 1989; Lumpkin, Dess, 1996]. Предпринимательская ориентация в большей степени влияет на рост фирмы, когда основные операционные и стратегические решения принимаются в более авторитарной манере и стратегии разрабатываются под конкретный случай, а не адаптируются уже существующие [Covin et al., 2006]. Централизация процесса принятия решений снижается по мере развития фирмы и ее движения по стадиям жизненного цикла, в то время как степень формализации увеличивается. Специализация также растет, в то время как для инженерных и технологических функций она высока изначально [Kazanjian, Drazin, 1990].

Изменение предпринимательской ориентации в течение времени важно для роста фирмы [Madsen, 2007]. При этом прямая связь между предпринимательской ориентацией и ростом фирмы в некоторых исследованиях незначима, важна роль модераторов [Moreno, Casillas, 2008]. Исследование [Messersmith, Wales, 2011] также свидетельствует, что прямой зависимости между предпринимательской ориентацией и ростом фирм нет, но она модерируется выстроенной схемой управления человеческим капиталом и партнерской философией (*partnership philosophy*) внутри фирмы. Исследование [Casillas, Moreno, 2010], напротив, выявило прямой эффект двух составляющих предпринимательской ориентации — инновационности и проактивности — на рост фирмы. Результаты исследования [Anderson, Eshima, 2013] выявили модерационное влияние предпринимательской ориентации на связь между возрастом и ростом фирмы.

Группа исследований приходит к выводу о важности инвестиций в исследования и разработки в формировании инновационного продукта и достижении устойчивого долгосрочного роста фирмы [Acar, 1993; Capasso et al., 2015; Deschryvere, 2014; Falk, 2012; Fischer et al., 1997; Park et al., 2010; Stam, Wennberg, 2009]. Расходы на исследования и разработки увеличивают вероят-

ность достижения и поддержания фирмой высоких темпов роста [Capasso et al., 2015; Segarra, Teruel, 2014; Stam, Wennberg, 2009]. При этом важны как первоначальные, так и продолжающиеся процессы инвестирования. Помимо этого, инвестиции в исследования и разработки оказывают значительное влияние на рост инновационных фирм. Данный эффект сокращается по мере снижения уникальности продукции и технологичности производства [Deschryvere, 2014; Stam, Wennberg, 2009]. Кроме того, инновационные фирмы имеют большую потребность в привлечении всех типов ресурсов извне для осуществления исследовательских разработок и реализации продукции [Brinckmann et al., 2011].

Среди особенностей изучения быстрорастущих фирм можно выделить диверсификацию подходов в зависимости от типов фирм и применение альтернативных методов эконометрического моделирования, включая модели квантильных регрессий и модели бинарного выбора с целью разделения фирм на более мелкие группы и детального анализа индивидуальных особенностей фирм. Резюме исследований влияния внутрифирменных характеристик на рост фирмы приведено в табл. 5.

Влияние факторов внешней среды на рост фирмы

Контекст, в котором существует фирма, в значительной степени отражается на ее деятельности и, как следствие, на росте. Основные факторы внешней среды, влияющие на рост фирмы, следующие: формальные институты, отраслевая специфика, культура, географическое местоположение фирмы и влияние экономического кризиса на ее деятельность.

Институциональный контекст в значительной степени влияет на связь между факторами, влияющими на рост фирмы, и конечным ростом, что ведет к необходимости проведения кросс-культурных исследований для обобщения информации и осуществле-

нию исследований с учетом национально-го контекста [Kotha, Nair, 1995; Park, Bae, 2004]. Хотя по результатам исследования [Headd, Kirchoff, 2009] доля быстрорастущих фирм в экономике постоянно вне зависимости от институционального контекста, стимулирование развития малого и среднего бизнеса со стороны государства позитивно влияет на рост фирмы [Meek et al., 2010]. Государство может влиять на экономическую активность населения через предоставление кредитных гарантий и формирование институциональной инфраструктуры, при этом наиболее эффективные методы — регулятивные [Arraiz et al., 2014; Honjo, Harada, 2006; Majumdar, 2004; Stenholm et al., 2013]. Тем не менее условия, способствующие возникновению большого числа молодых фирм, и необходимые условия для достижения фирмами быстрого роста, различны [Li et al., 2016].

Введение налоговых преференций положительно сказывается на темпах роста быстрорастущих фирм за счет сокращения себестоимости производства [Garsaa, Levratto, 2015]. Другой механизм государственной поддержки — информационное консультирование, которое положительно сказывается на росте в долгосрочном периоде [Rotger et al., 2012]. При существовании слабых формальных институтов возрастает роль неформальных, дублирующих их функции [Batjargal et al., 2013; Estrin, Mickiewicz, 2011].

Несмотря на то что эффективная судебная система стимулирует рост фирмы [Garcia-Posada, Mora-Sanguinetti, 2015], влияние законодательства страны на рост нелинейно. Уровень защищенности интеллектуальной собственности негативно модерирует связь между образованием и стремлениями к росту фирмы, вынуждая предпринимателей специализироваться [Autio, Acs, 2010]. С одной стороны, слабая защита интеллектуальных прав сокращает затраты предпринимателей на разработку продукции, тем самым вызывая появление предпринимателей-имитаторов, позитивно влияющих на экономиче-

ский рост [Minniti, Levesque, 2010]. С другой стороны, исследование [Estrin et al., 2013] показывает, что слабая защита авторских прав, наряду с высоким уровнем коррупции и раз-

витым бюрократическим аппаратом в государстве, сдерживают инвестиции в научно-исследовательскую сферу, что негативно сказывается на стремлении к росту.

Таблица 5. Результаты исследований влияния внутрифирменных характеристик на рост фирмы
Table 5. Result of research on the influence of internal characteristics on firm's growth

Внутрифирменные характеристики	Влияние на рост	Авторы
Возраст	В общем случае возраст фирмы негативно влияет на темпы ее роста	[Anderson, Eshima, 2013; Coad, Tamvada, 2012; Davidsson et al., 2002; Johansson, 2004; Lawless, 2014; Lotti et al., 2009; Navaretti et al., 2014; Orser et al., 2000; Park et al., 2010; Petrunia, 2008; Steffensons et al., 2009; Upton, Teal et al., 1996]
Размер	Размер фирмы негативно влияет на темп ее роста. Размер фирмы в процессе слияния и поглощения положительно влияет на ее рост	[Anderson, Eshima, 2013; Burghardt, Helm, 2015; Carr et al., 2010; Coad, Tamvada, 2012; Daunfeldt, Elert, 2013; Davidsson et al., 2002; Fotopoulos, Giotopoulos, 2010; Johansson, 2004; Lawless, 2014; Lotti et al., 2009; Messersmith, Wales, 2011; Moreno, Casillas, 2007; Orser et al., 2000; Park et al., 2010; Petrunia, 2008; Varum, Rocha, 2013; Wing, Yiu, 1996; Wagner, 1992]
Прибыльность	Взаимосвязь прибыльности фирмы и ее роста неоднозначна: по результатам некоторых исследований присутствует положительная связь между ростом фирмы и ее прибыльностью, в то время как некоторые работы подчеркивают отрицательное влияние прибыльности на рост фирм	[Federico, Capellras, 2015; Markman, Gartner, 2002; Randolph et al., 1991]
Организационная структура	Использование гибридных организационных структур, независимость правления, доступность ресурсов внутри корпоративной структуры положительно связаны с ее ростом	[Bruneel et al., 2012; Davidsson et al., 2002; Johansson, 2004; Iacobucci, Rosa, 2005; Kazanjian, Drazin, 1990; Lechner, Leyronas, 2009; Sapienza et al., 2004; Shane, 1996]
Стратегия	Организационная амбидекстрия, инновационность, ставка на качество продукции, предпринимательский стиль управления, диверсификация стратегий, внедрение новаторских управленческих методик, вовлечение сотрудников в разработку стратегии, развитие корпоративной культуры, интернационализация бизнеса, запланированное развитие ресурсной базы позитивно связаны с ростом фирмы	[Anderson, Eshima, 2013; Baum, Wally, 2003; Borch et al., 1999; Carlson et al., 2006; Chan et al., 2006; Casillas, Moreno, 2010; Chaston, Mangles, 1997; Coad, Guenther, 2014; Covin, Slevin, 1989; Covin et al., 2006; Craig et al., 2008; Fernhaber, Li, 2010; Fischer et al., 1997; Jankala, Sivola, 2012; Kazanjian, Drazin, 1990; Larraneta et al., 2014; Lumpkin, Dess, 1996; Madsen, 2007; Majumdar, 2010; McDougal et al., 1994; Messersmith, Wales, 2011; Mitra, Pingali, 1999; Moreno, Casillas, 2008; Olson, Bokor, 1995; Park, Bae, 2004; Parker et al., 2010; Patel et al., 2013; Pettus, 2001; Sleuwaegen, Onkelinx, 2014; Yusuf, Saffu, 2005]
Расходы на НИОКР	Постоянные расходы на НИОКР стимулируют рост фирмы	[Acar, 1993; Brinckmann et al., 2011; Capasso et al., 2015; Deschryvere, 2014; Falk, 2012; Park et al., 2010; Segarra, Teruel, 2014; Stam, Wennberg, 2009]

Малые фирмы имеют конкурентное преимущество в росте по сравнению с крупными фирмами как в устойчивое время, так и в кризисное. В то же время фирмы, показывающие высокие темпы роста в устойчивое время, оказались неустойчивы в период кризиса [Bartz, Winkler, 2016]. В то же время противоположные результаты были получены в ходе исследования темпов роста хорватских фирм в период кризиса. Согласно этим исследованиям размер фирмы положительно влияет на ее рост в период кризиса, поскольку малые фирмы более чувствительны к изменениям в экономике [Peric, Vitezic, 2016]. Эффект от институциональных изменений варьируется по отраслям. Различные стратегии роста возникают как результат взаимодействия ресурсного менеджмента и отраслевого контекста [Clarysse et al., 2011]. Как правило, в быстрорастущих отраслях фирмы достигают более высоких темпов роста [McDougal et al., 1994]. В то же время уровень активности научных работников ведет к росту отрасли, но не выявлено связи этой характеристики с ростом фирмы [Delmar et al., 2011]. В секторе услуг рост экономической свободы ведет к росту числа фирм и уровня занятости. В то же время обратный эффект наблюдается в социальной сфере [Gohmann et al., 2008].

Динамика отрасли также влияет на рост фирмы [Dean, Meyer, 1996]: в отраслях с растущей популяцией фирм наибольший рост фирм, но наименьший рост производительности труда [Pender, 2008]. Рост числа сотрудников фирмы связан с общей занятостью в отрасли [Beaudry, Swann, 2009] и ее инновационностью [Goedhuys, Sleuwaegen, 2010]. Уровень конкуренции в отрасли наряду с плотностью взаимодействия ее участников влияет на рост фирмы [Ang, 2008]. Общеэкономические спады побуждают фирмы проводить сокращения штата, однако крупным фирмам свойственно быстрее восстанавливаться в посткризисный период [Varum, Rocha, 2013]. Бизнес-инкубаторы являются благоприятной средой для роста,

позволяя сглаживать негативное влияние внешних факторов, однако многие фирмы, достигнув зрелости, покидают бизнес-инкубаторы из-за высокой конкуренции и слабой защиты человеческого капитала [McAdam, Marlow, 2007].

Важную роль в стимулировании роста играет географическое местоположение фирмы. Фирмы в городских округах растут быстрее, нежели в сельской местности [Loof, Nabavi, 2015]. Жители периферийных регионов воспринимают доступ к необходимым предпринимательским ресурсам и доступ к рынкам хуже, а возможности для ведения бизнеса лучше, чем жители столичных регионов [Felzensztein et al., 2012].

Важнейший неформальный институт — культура, влияющая на экономическую креативность предпринимателей и инновационность производства [Meek et al., 2010; Williams, McGuire, 2010]. Тем не менее, несмотря на то что некоторый набор ценностей свойственен культуре, которую представляет предприниматель, некоторые характеристики свойственны предпринимателям вне зависимости от культуры и связаны с родом деятельности фирмы [Morris, Schindehutte, 2005]. Склонность общества к потреблению также положительно влияет на рост фирмы [Meek et al., 2010; Carpenter, Rondi, 2006]. Дискриминация женщин-предпринимателей в культуре негативно сказывается на их стремлении к росту [Estrin, Mickiewicz, 2011].

Таким образом, исследования внешней среды деятельности фирмы очень важны для понимания контекстуальных особенностей роста фирмы. Резюме исследований влияния факторов внешней среды приведено в табл. 6.

Обсуждение результатов анализа

Проведенный анализ основных направлений исследований роста фирмы позволяет систематизировать результаты, полученные в ходе анализа и сформировать понимание феномена роста как комплексного

многогранного явления. Подробное рассмотрение исследований, посвященных росту фирм, позволило выделить несколько групп факторов роста.

1. Влияние личных характеристик предпринимателя на рост фирмы

К этой группе факторов отнесены персональные особенности предпринимателя, такие как пол, возраст, релевантные знания, вовлеченность в социальные сети, предыдущий опыт, мотивация к росту, опыт провалов, когнитивные характеристики, принадлежность к национальным меньшинствам. Под влиянием индивидуальных особенностей формируются ожидания от предпринимательской деятельности и стремления к росту фирмы [Manolova et al., 2007]. Роль предпринимательского капитала особенно важна на начальном этапе развития фирмы, поскольку на его основе формируется капитал фирмы, определяющий потенциал роста

фирмы [Mathias et al., 2015]. Более высокие темпы роста, как правило, демонстрируют фирмы, управляемые наемными менеджерами [Willard et al., 1992]. Среди характеристик управленческой команды, положительно влияющих на способность фирмы к росту, выделяют компетентность, гетерогенность знаний, наличие релевантного опыта, наличие глобальной системы ценностей, мотивацию к росту, вовлеченность в социальные бизнес-сети и молодой возраст. В исследованиях национального и гендерного аспектов уделено внимание также более высоким темпам роста фирм, принадлежащих мужчинам, не относящихся к этническим меньшинствам.

2. Влияние различного типа ресурсов на рост фирмы

Влияние капитала на рост фирмы описано в рамках ресурсной концепции [Barney, 1991]. В данном исследовании ресурсы предпринимателя и ресурсы фирмы рассма-

Таблица 6. Результаты исследований влияния факторов внешней среды на рост фирмы

Table 6. Result of research on the influence of environmental characteristics on firm's growth

Внешняя среда	Влияние на рост	Авторы
Формальные институты	Слабость формальных институтов, слабая защита авторских прав, отсутствие государственной поддержки, высокий уровень коррупции, плановость экономики негативно сказываются на росте фирмы	[Arraiz et al., 2014; Autio, Acs, 2010; Batjargal et al., 2013; Carpentier, Suret, 2010; Estrin et al., 2013; Garsaa, Levratto, 2015; Garcia-Posada, Mora-Sanguinetti, 2015, Minniti, Levesque, 2010; 2010; Kotha, Nair, 1995; Headd, Kirchoff, 2009; Honjo, Harada, 2006; Majumdar, 2004; Meek et al., 2010; Park, Bae, 2004; Rotger et al., 2012; Stenholm et al., 2013]
Отрасль	Плотность конкуренции и сотрудничества в отрасли, принадлежность к сфере услуг положительно влияют на рост фирмы. Активность научных работников в отрасли не влияет на рост фирмы	[Ang, 2008; Beaudry, Swann, 2009; Clarysse et al., 2011; Dean, Meyer, 1996; Delmar et al., 2011; Goedhuys, Sleuwaegen, 2010; McDougal et al., 1994; Pender, 2008]
Культура	Низкая склонность общества к потреблению, дискриминация в обществе негативно влияют на рост фирмы	[Carpenter, Rondi, 2006; Estrin, Mickiewicz, 2011; Meek et al., 2010; Morris, Schindehutte, 2005; Williams, McGuire, 2010]
Местоположение	Нахождение в бизнес-инкубаторе, в городских условиях, местоположение, обеспечивающее приток комплементарных ресурсов, положительно влияют на рост фирм	[Cooper, Park, 2008; Felzensztein et al., 2012; Loof, Nabavi, 2015; Maine et al., 2010; McAdam, Marlow, 2007]
Кризис	Малые фирмы со средними темпами роста имеют конкурентное преимущество в достижении роста в период кризиса	[Bartz, Winkler, 2016; Peric, Vitezic, 2016]

тривались отдельно (аналогично исследованию [Gilbert et al., 2006]), поскольку набор ресурсов предпринимателя в большей степени влияет на формирование стратегических решений, в то время как капитал фирмы определяет их осуществление. Исходя из концепции Р. Берта [Burt, 1992], были выделены человеческий, социальный и финансовый капиталы. Основные факторы роста фирмы, относящиеся к человеческому капиталу, — компетентность и молодой возраст сотрудников [Wijewardena, Cooray, 1995]. Социальный капитал фирмы фактически социальный капитал предпринимателя, задействованный для реализации задач фирмы. Кроме того, сюда включены налаженные контакты с контрагентами фирмы, также положительно влияющие на рост [Beekman, Robinson, 2004]. Финансовый капитал может быть разделен на собственный и привлеченный капиталы предпринимателя. Использование собственного и заемного капиталов сокращает спектр возможностей фирм для роста [Bottazzi et al., 2014; Patel et al., 2011], в то время как капитал, привлеченный в качестве инвестиций, стимулирует рост фирмы [Rosenbusch et al., 2013].

3. Влияние внутрифирменных характеристик на рост фирмы

К внутрифирменным характеристикам фирмы, влияющим на рост, относят организационную структуру, стратегию, возраст, размер, производительность, прибыльность и расходы на научные исследования и разработки фирмы. Наличие гибридной организационной структуры, автономности управления, постоянных инвестиций в исследования и разработку — факторы, положительное влияние которых на рост доказано в ряде исследований [Baum, Wally, 2003; Fischer, et al., 1997; Kazanjian, Drazin, 1990; Olson, Bokor, 1995; Shane, 1996]. Наличие стратегии также положительно сказывается на темпах роста фирмы. Кроме того, стратегия косвенно отражается на росте фирмы через влияние разных элементов стратегии, таких как диверсификация, интернационали-

зация, развитие бренда и др. [Bruneel et al., 2012; Coad, Guenther, 2014; Craig et al., 2008; Larraneta et al., 2014; Parker et al., 2010]. Возраст и размер в аспекте влияния на рост фирмы, как правило, рассматриваются совместно, причем большинство исследований выявляет обратную связь между этими переменными и ростом [Anderson, Eshima, 2013; Davidsson et al., 2002; Johansson, 2004].

4. Влияние факторов внешней среды на рост фирмы

По итогам анализа среди факторов внешней среды были выделены следующие направления исследований: влияние формальных институтов, влияние культуры, влияние отрасли, влияние местоположения фирмы и влияние кризисных явлений в экономике на рост фирмы. Согласно результатам исследований наиболее благоприятная среда для роста фирмы — слабо регулируемая экономика с устоявшимися формальными институтами и государственной поддержкой малых и средних фирм [Estrin et al., 2013; Garcia-Posada, Mora-Sanguinetti, 2015; Headd, Kirchoff, 2009; Majumdar, 2004]. Местоположение в городской среде и тесные связи с бизнес-инкубатором также благотворно сказываются на росте фирмы [Cooper, Park, 2008; Loof, Nabavi, 2015]. Исследования влияния кризиса в экономике на рост фирмы приводят к неоднозначным выводам: в то время как по результатам одних исследований малые фирмы имеют конкурентное преимущество перед крупными [Bartz, Winkler, 2016], по результатам других — крупные фирмы имеют преимущество перед малыми [Peric, Vitezic, 2016] за счет лучшей устойчивости. Сложившаяся неопределенность требует детального изучения роли странового контекста.

Таким образом, существование выделенных направлений исследований позволяет судить о феномене роста фирмы как о сложном комплексном феномене. Динамичность развития общества приводит к ограничению описательной силы существующих моделей, порождает новые возможности для проведения исследований в каждом направлении.

Заклучение

Данная статья включает в себя результаты анализа работ, опубликованных в ведущих международных журналах по предпринимательству и менеджменту с 1990 по 2016 г. и посвященных изучению влияния различных факторов на рост фирмы. Цель данной работы — выделение основных направлений изучения влияния факторов на рост фирмы. Отличительная особенность данного исследования — комплексное изучение факторов, влияющих на рост фирмы, позволяющее обобщить их взаимодействие.

Представляется, что дальнейшее развитие исследований факторов, влияющих на рост фирмы, будет связано с применением альтернативных методов количественного анализа и увеличением числа качественных исследований [Fischer et al., 1997; Zahra, Hayton, 2004]. Также велик потенциал кросс-культурных панельных исследований для изучения роли контекста и адаптации существующих моделей под конкретный контекст [Bruneel et al., 2012; Sadler-Smith et al., 2003]. Потенциал женского предпринимательства не реализован и относительно слабо изучен механизм принятия решений женщинами-предпринимателями, поэтому изучение факторов, влияющих на рост фирм, управляемых женщинами-предпринимателями, и влияние когнитивных характеристик предпринимателя на рост фирмы — перспективные направления дальнейших исследований личных характеристик предпринимателя [Delmar, Wiklund, 2008; Orser et al., 2000]. В исследованиях влияния ресурсов на рост фирмы в качестве направлений для будущих исследований можно выделить детальное изучение влияния структуры и источников капитала. Кроме того, с развитием общества актуальнее становится вопрос влияния управления различными типами капитала на рост фирмы [Moreno, Casillas, 2007]. Положительное влияние как стратегии в целом, так и ее отдельных элементов на рост фирм стимулирует дальнейшее развитие исследований

в этом направлении [Chandler et al., 2014; Clarysse et al., 2011; Shepherd, Wiklund, 2009].

Список литературы

1. *Беляева Т. В.* Концепция стратегических ориентаций: основные направления исследований // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. Менеджмент. 2015. №4. С. 152–189.
2. *Катькало В. С.* Эволюция теории стратегического управления: монография. СПб.: Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2006.
3. *Acar A.* The impact of key internal factors on firms performance: An empirical study of small turkish firms // Journal of Small Business Management. 1993. Vol. 31. No. 4. P. 86–92.
4. *Aislabie C.* Sudden change in a model of small firm growth // Small Business Economics. 1992. Vol. 34. No. 4. P. 391–412.
5. *Aldrich H., Auster E.* Even dwarfs started small: Liabilities of size and age and their strategic implications // Research in Organizational Behavior. 1986. Vol. 8. P. 165–198.
6. *Alsos G., Isaksen E., Ljunggren E.* New Venture Financing and Subsequent Business Growth in Men- and Women-Led Businesses // Entrepreneurship Theory and Practice. 2006. Vol. 30. No. 5. P. 667–686.
7. *Ang S.* Competitive intensity and collaboration: impact on firm growth across technological environments // Strategic Management Journal. 2008. Vol. 29. No. 10. P. 1057–1075.
8. *Anyadike-Danes M., Bjunggren C. M., Gottschalk S., Hotzl W., Johansson D., Maliranta M., Myrann A.* An international cohort comparison of size effects on job growth // Small Business Economics. 2015. Vol. 44. No. 4. P. 821–844.
9. *Arraiz I., Melendez M., Stucchi R.* Partial credit guarantees and firm performance: evidence from Colombia // Small Business Economics. 2014. Vol. 43. No. 3. P. 711–724.
10. *Arregle J., Batjargal B., Hitt M., Webb J., Miller T., Tsui A.* Family Ties in Entrepreneurs' Social Networks and New Venture Growth // Entrepreneurship Theory and Practice. 2015. Vol. 39. No. 2. P. 313–344.
11. *Audrestch, D., Coad A., Segarra A.* Firm growth and innovation. // Small Business Economics. 2014. Vol. 43. No. 4. P. 743–749.
12. *Autio E., Acs Z.* Intellectual Property Protection and the Formation of Entrepreneurial Growth Aspirations // Strategic Entrepreneurship Journal. 2010. Vol. 4. No. 3. P. 234–251.
13. *Barney J.* Firm Resources and Sustained Competitive Advantage // Journal of Management. 1991. Vol. 17. No. 1. P. 99–120.
14. *Baron R., Hmieleski K., Henry R.* Entrepreneurs' dispositional positive affect: The potential benefits — and potential costs — of being «up» // Journal of Business Venturing. 2012. Vol. 27. No. 3. P. 310–324.
15. *Baron R., Tang J., Hmieleski K.* The Downside of Being «Up»: Entrepreneurs' Dispositional Positive Affect and Firm Performance // Strategic Entrepreneurship Journal. 2011. Vol. 5. No. 2. P. 101–119.
16. *Bartz W., Winkler A.* Flexible or fragile? The growth performance of small and young businesses during the global financial crisis — Evidence from Germany // Journal of Business Venturing. 2016. Vol. 31. No. 2. P. 196–215.

17. *Basu A., Goswami A.* Determinants of South Asian entrepreneurial growth in Britain: A multivariate analysis // *Small Business Economics*. 1999. Vol. 13. No. 1. P. 57–70.
18. *Batjargal B., Hitt M., Tsui A., Arregle J., Webb J., Miller T.* Institutional polycentrism, entrepreneurs' social networks, and new venture growth // *Academy of Management Journal*. 2013. Vol. 56. No. 4. P. 1024–1049.
19. *Baum J., Wally S.* Strategic decision speed and firm performance // *Strategic Management Journal*. 2003. Vol. 24. No. 11. P. 1107–1129.
20. *Beaudry C., Swann G.* Firm growth in industrial clusters of the United Kingdom // *Small Business Economics*. 2009. Vol. 32. No. 4. P. 409–424.
21. *Becker G.* Human capital: A theoretical and empirical analysis with specific reference to education. Chicago: University of Chicago Press, 1993. 412 p.
22. *Beekman A., Robinson R.* Supplier Partnerships and the Small, High-Growth Firm: Selecting for Success // *Journal of Small Business Management*. 2004. Vol. 42. No. 1. P. 59–77.
23. *Bertoni F., Colombo M., Grilli L.* Venture capital investor type and the growth mode of new technology-based firms // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 40. No. 3. P. 527–552.
24. *Bonaccorsi A., Giannangeli S.* One or more growth processes? Evidence from new Italian firms // *Small Business Economics*. 2010. Vol. 35. No. 2. P. 137–152.
25. *Borch O., Huse M., Senneseth K.* Resource Configuration, Competitive Strategies, and Corporate Entrepreneurship: An Empirical Examination of Small Firms // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 1999. Vol. 24. No. 1. P. 49–70.
26. *Bottazzi G., Secchi A., Tamagni F.* Financial constraints and firm dynamics // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 42. No. 1. P. 99–116.
27. *Bourdieu P., Wacquant L.* Reponses. Pour une anthropologie reflexive. Paris: Editions du Seuil, 1992. 260 p.
28. *Bradley S. W., Wiklund J., Shepherd D.* Swinging a double-edged sword: The effect of slack on entrepreneurial management and growth // *Journal of Business Venturing*. 2011. Vol. 26. No. 5. P. 537–554.
29. *Brinckmann J., Salomo S., Gemuenden H.* Financial Management Competence of Founding Teams and Growth of New Technology-Based Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2011. Vol. 35. No. 2. P. 217–243.
30. *Bruneel J., van De Velde E., Clarysse B.* Impact of the Type of Corporate Spin-Off on Growth // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2012. Vol. 37. No. 4. P. 943–959.
31. *Bryson J., Keeble D., Wood P.* The Creation and Growth of Small Business Service Firms in Post-Industrial Britain // *Small Business Economics*. 1997. Vol. 9. No. 4. P. 345–360.
32. *Burghardt D., Helm M.* Firm growth in the course of mergers and acquisitions // *Small Business Economics*. 2015. Vol. 44. No. 4. P. 889–904.
33. *Burt R.* Structural Holes: The Social Structure of Competition, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992. P. 324
34. *Bygrave W., Minniti M.* The Social Dynamics of Entrepreneurship // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2000. Vol. 24. No. 3. P. 29–40.
35. *Cacciotti G., Hayton J.* Fear and Entrepreneurship: a Review and Research Agenda // *International Journal of Management Reviews*. 2015. Vol. 17. P. 165–190.
36. *Capasso M., Treibich T., Verspagen B.* The medium-term effect of R&D on firm growth // *Small Business Economics*. 2015. Vol. 45. No. 1. P. 39–62.
37. *Capelleras J., Greene F.* The determinants and growth implications of venture creation speed // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2008. Vol. 20. No. 4. P. 317–343.
38. *Carlson D., Upton N., Seaman S.* The Impact of Human Resource Practices and Compensation Design on Performance: An Analysis of Family-Owned SMEs // *Journal of Small Business Management*. 2006. Vol. 44. No. 4. P. 531–543.
39. *Carpenter R., Rondi L.* Going public to grow? Evidence from a panel of Italian firms // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 27. No. 4. P. 387–407.
40. *Carr J., Haggard K., Hmieleski K., Zahra S.* A study of the moderating effects of firm age at internationalization on firm survival and short-term growth // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2010. Vol. 4. No. 2. P. 183–192.
41. *Casillas J., Moreno A.* The relationship between entrepreneurial orientation and growth: The moderating role of family involvement // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2010. Vol. 20. No. 3–4. P. 265–291.
42. *Chan Y., Bhargava N., Street C.* Having Arrived: The Homogeneity of High-Growth Small Firms // *Journal of Small Business Management*. 2006. 44 (3). P. 426–440.
43. *Chandler G., McKelvie A., Davidsson P.* Asset specificity and behavioral uncertainty as moderators of the sales growth — Employment growth relationship in emerging ventures // *Journal of Business Venturing*. 2009. Vol. 24. P. 373–387.
44. *Chandler G., Broberg J., Allison T.* Customer Value Propositions in Declining Industries: Differences between Industry Representative and High-Growth Firms // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2014. Vol. 8. No. 3. P. 234–253.
45. *Chaston I., Mangles T.* Core Capabilities as Predictors of Growth Potential in Small Manufacturing Firms // *Journal of Small Business Management*. 1997. Vol. 35. No. 1. P. 531–550.
46. *Clarysse B., Bruneel J., Wright M.* Explaining growth paths of young technology-based firms: structuring resource portfolios in different competitive environments // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2011. Vol. 5. No. 2. P. 137–157.
47. *Coad A., Frankish J., Roberts R., Storey D.* Growth paths and survival chances: An application of Gambler's Ruin theory // *Journal of Business Venturing*. 2013. Vol. 28. No. 5. P. 615–632.
48. *Coad A., Guenther C.* Processes of firm growth and diversification: theory and evidence // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 43. No. 4. P. 857–871.
49. *Coad A., Tamvada J.* Firm growth and barriers to growth among small firms in India // *Small Business Economics*. 2012. Vol. 39. No. 2. P. 383–400.
50. *Coleman S.* The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms // *Journal of Small Business Management*. 2007. Vol. 45. No. 3. P. 303–319.
51. *Cooper A., Gimeno-Gascon F., Woo C.* Initial human and financial capital as predictors of new venture performance // *Journal of Business Venturing*. 1994. Vol. 9. No. 5. P. 371–395.
52. *Cooper S., Park J.* The Impact of 'Incubator' Organizations on Opportunity Recognition and Technology Innovation

- tion in New, Entrepreneurial High-technology Ventures // International Small Business Journal. 2008. Vol. 26. No. 1. P. 27–56.
53. *Covin J., Green K., Slevin D.* Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation — Sales Growth Rate Relationship // Entrepreneurship Theory and Practice. 2006. Vol. 30. No. 1. P. 57–81.
 54. *Covin J., Slevin D.* Strategic management of small firms in hostile and benign environments // Strategic Management Journal. 1989. Vol. 5. No. 2. P. 123–135.
 55. *Craig J., Dibrell C., Davis P.* Leveraging Family-Based Brand Identity to Enhance Firm Competitiveness and Performance in Family Businesses // Journal of Small Business Management. 2008. Vol. 46. No. 3. P. 351–371.
 56. *Crawford G., Aguinis H., Lichtenstein B., Davidsson P., McKelvey B.* Power law distributions in entrepreneurship: Implications for theory and research // Journal of Business Venturing. 2015. Vol. 30. No. 5. P. 696–713.
 57. *Croce A., Marti J., Murtinu S.* The impact of venture capital on the productivity growth of European entrepreneurial firms: «Screening» or «value added» effect? // Journal of Business Venturing. 2013. Vol. 28. No. 4. P. 489–510.
 58. *Datta D., Guthrie J.* Executive Succession: Organizational Antecedents of CEO Characteristics // Strategic Management Journal. 1994. Vol. 15. No. 7. P. 569–577.
 59. *Daunfeldt S. O., Eiert N.* When is Gibrat's law a law? // Small Business Economics. 2013. Vol. 41. No. 1. P. 133–147.
 60. *Davidsson P., Kirchoff B., Hatemi-J A., Gustavsson H.* Empirical Analysis of Business Growth Factors Using Swedish Data // Journal of Small Business Management. 2002. Vol. 40. No. 4. P. 332–349.
 61. *Davidsson P., Wiklund J.* Conceptual and empirical challenges in the study of firm growth. In D. Sexton & H. Landström (Eds.), *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Oxford, MA: Blackwell Business., 2000. P. 26–44.
 62. *Davidsson P.* Continued Entrepreneurship: Ability, Need, and Opportunity as Determinants of Small Firm Growth // Journal of Business Venturing. 1991. Vol. 6. No. 6. P. 405–429.
 63. *Dean T., Meyer G.* Industry environments and new venture formations in U. S. manufacturing: a conceptual and empirical analysis of demand determinants // Journal of Business Venturing. 1996. Vol. 11. No. 2. P. 107–132.
 64. *Delmar F.* Measuring growth: methodological considerations and empirical results», In: Donckels, R., A. Mietinen, (Eds.), *Entrepreneurship and SME Research: On its Way to the Next Millennium*, Aldershot, UK: Ashgate, 1997, P. 199–216.
 65. *Delmar F., Davidsson P., Gartner W.* Arriving at the high-growth firm // Journal of Business Venturing. 2003. Vol. 18. No. 2. P. 189–216.
 66. *Delmar F., Wennberg K., Hellerstedt K.* Endogenous Growth Through Knowledge Spillovers in Entrepreneurship: an Empirical Test // Strategic Entrepreneurship Journal. 2011. Vol. 5. No. 3. P. 199–226.
 67. *Delmar F., Wiklund J.* The Effect of Small Business Managers' Growth Motivation on Firm Growth: A Longitudinal Study // Entrepreneurship Theory and Practice. 2008. Vol. 32. No. 3. P. 437–457.
 68. *Deschryvere M.* R&D, firm growth and the role of innovation persistence: an analysis of Finnish SMEs and large firms // Small Business Economics. 2014. Vol. 43. No. 4. P. 767–785.
 69. *Douglas E.* Reconstructing entrepreneurial intentions to identify predisposition for growth // Journal of Business Venturing. 2013. Vol. 28. No. 5. P. 633–651.
 70. *Elston J., Chen S., Weidinger A.* The role of informal capital on new venture formation and growth in China // Small Business Economics. 2016. Vol. 46. No. 1. P. 79–91.
 71. *Estrin S., Korosteleva J., Mickiewicz T.* Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations? // Journal of Business Venturing. 2013. Vol. 28. No. 4. P. 564–580.
 72. *Estrin S., Mickiewicz T.* Institutions and female entrepreneurship // Small Business Economics. 2011. Vol. 37. No. 4. P. 397–415.
 73. *Falk M.* Quantile estimates of the impact of R&D intensity on firm performance // Small Business Economics. 2012. Vol. 39. No. 1. P. 19–37.
 74. *Federico J. S., Capelleras J.* The heterogeneous dynamics between growth and profits: the case of young firms // Small Business Economics. 2015. Vol. 44. No. 2. P. 231–254.
 75. *Felzensztein C., Gimmon E., Aqueveque C.* Entrepreneurship at the Periphery: Exploring Framework Conditions in Core and Peripheral Locations // Entrepreneurship Theory and Practice. 2013. Vol. 37. No. 4. P. 815–835.
 76. *Fern M., Cardinal L., O'Neill H.* Strategic repertoire variety and new venture growth: the moderating effects of origin and industry dynamism // Strategic Management Journal. 2012. Vol. 33. No. 5. P. 427–447.
 77. *Fernhaber S., Li D.* The Impact of Interorganizational Imitation on New Venture International Entry and Performance // Entrepreneurship Theory and Practice. 2010. Vol. 34. No. 1. P. 1–30.
 78. *Fischer E., Reuber A., Hababou M., Johnson W., Lee S.* The Role of Socially Constructed Temporal Perspectives in the Emergence of Rapid-Growth Firms // Entrepreneurship Theory and Practice. 1997. Vol. 22. No. 2. P. 13–30.
 79. *Fischer E., Reuber A.* Support for Rapid-Growth Firms: A Comparison of the Views of Founders, Government Policymakers, and Private Sector Resource Providers // Journal of Small Business Management. 2003. Vol. 41. No. 4. P. 346–365.
 80. *Fotopoulos G., Giotopoulos I.* Gibrat's law and persistence of growth in Greek manufacturing // Small Business Economics. 2010. Vol. 35. No. 2. P. 191–202.
 81. *Fraser S., Bhaumik S., Wrigh, M.* What do we know about entrepreneurial finance and its relationship with growth? // International Small Business Journal. 2015. Vol. 33. No. 2. P. 70–88.
 82. *Gambini A., Zazzaro A.* Long-lasting bank relationships and growth of firms // Small Business Economics. 2013. Vol. 40. No. 4. P. 977–1007.
 83. *Garcia-Posada M., Mora-Sanguinetti J.* Does (average) size matter? Court enforcement, business demography and firm growth // Small Business Economics. 2015. Vol. 44. No. 3. P. 639–669.
 84. *Garsaa A., Levratto N.* Do labor tax rebates facilitate firm growth? An empirical study on French establishments in the manufacturing industry, 2004–2011 // Small Business Economics. 2015. Vol. 45. No. 3. P. 613–641.
 85. *Gartner W., Liao J.* The effects of perceptions of risk, environmental uncertainty, and growth aspirations on new venture creation success // Small Business Economics. 2012. Vol. 39. No. 3. P. 703–712.

86. *Gibrat R.* Les Inequalities Economiques. Paris, 1931.
87. *Gilbert B., McDougall P., Audretsch D.* New Venture Growth: A Review and Extension // *Journal of Management*. 2006. Vol. 32. No. 6. P. 926–950.
88. *Goedhuys M., Sleuwaegen L.* High-growth entrepreneurial firms in Africa: A quantile regression approach // *Small Business Economics*. 2009. Vol. 34. No. 1. P. 31–51.
89. *Gohmann S. F., Hobbs B., McCrickard M.* Economic Freedom and Service Industry Growth in the United States // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2008. Vol. 32. No. 5. P. 855–874.
90. *Gonzalez-Pernia J., Pena-Legazkue J.* Export-oriented entrepreneurship and regional economic growth // *Small Business Economics*. 2015. Vol. 45. No. 3. P. 505–522.
91. *Hampton A., Cooper S., McGowan P.* Female entrepreneurial networks and networking activity in technology-based ventures // *International Small Business Journal*. 2009. Vol. 27. No. 2. P. 193–214.
92. *Hansen E.* Entrepreneurial Networks and New Organization Growth // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 1995. Vol. 19. No. 4. P. 7–19.
93. *Havnes P., Senneseth K.* Panel Study of Firm Growth among SMEs in Network // *Small Business Economics*. 2001. Vol. 16. No. 4. P. 293–302.
94. *Hayter C.* Conceptualizing knowledge-based entrepreneurship networks: perspectives from the literature // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 41. No. 4. P. 899–911.
95. *Headd B., Kirchoff B.* The Growth, Decline and Survival of Small Businesses: An Exploratory Study of Life Cycles // *Journal of Small Business Management*. 2009. Vol. 47. No. 4. P. 47–57.
96. *Heneman R., Tansky J., Camp S.* Human Resource Management Practices in Small and Medium-Sized Enterprises: Unanswered Questions and Future Research Perspectives // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2000. Vol. 25. No. 1. P. 11–26.
97. *Hessels J., van Stel A.* Entrepreneurship, export orientation, and economic growth // *Small Business Economics*. 2011. Vol. 37. No. 2. P. 255–268.
98. *Hmieleski K., Baron R.* Entrepreneurs' Optimism And New Venture Performance: A Social Cognitive Perspective // *Academy of Management Journal*. 2009. Vol. 52. No. 3. P. 473–488.
99. *Hmieleski K., Corbett A.* The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance and entrepreneur work satisfaction // *Journal of Business Venturing*. 2008. Vol. 23. No. 4. P. 482–496.
100. *Honjo Y., Harada N.* SME policy, financial structure and firm growth: Evidence from Japan // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 27. No. 4–5. P. 289–300.
101. *Iacobucci D., Rosa P.* Growth, diversification, and business group formation in entrepreneurial firms // *Small Business Economics*. 2005. Vol. 25. No. 1. P. 65–82.
102. *Jankala S., Sivola H.* Lagging Effects of the Use of Activity-Based Costing on the Financial Performance of Small Firms // *Journal of Small Business Management*. 2012. Vol. 50. No. 3. P. 498–523.
103. *Jaouen A., Lasch F.* A new typology of micro-firm owner-managers // *International Small Business Journal*. 2015. Vol. 33. No. 4. P. 397–421.
104. *Johansson D.* Is small beautiful? The case of the Swedish IT industry // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2004. Vol. 16. No. 4. P. 271–287.
105. *Kazarjian R., Drazin R.* Stage-Contingent Model of Design and Growth for Technology Based New Ventures // *Journal of Business Venturing*. 1990. Vol. 5. No. 3. P. 137–150.
106. *Kiviluoto N.* Growth as evidence of firm success: myth or reality? // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2013. Vol. 25. No. 7–8. P. 569–586.
107. *Koch A., Spath J., Strotmann H.* The role of employees for post-entry firm growth // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 41. No. 3. P. 733–755.
108. *Koeller C. T., Lechler T.* Economic and managerial perspectives on new venture growth: An integrated analysis // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 26. No. 5. P. 427–437.
109. *Koryak O., Mole K., Lockett A., Hayton J., Ucbasaran D., Hodgkinson G.* Entrepreneurial leadership, capabilities and firm growth // *International Small Business Journal*. 2015. Vol. 33. No. 1. P. 89–105.
110. *Kotey B., Slade P.* Formal. Human Resource Management Practices in Small Growing Firms // *Journal of Small Business Management*. 2005. Vol. 43. No. 1. P. 16–40.
111. *Kotha S., Nair A.* Strategy and environment as determinants of performance: evidence from the Japanese machine tool industry // *Strategic Management Journal*. 1995. Vol. 16. No. 7. P. 497–518.
112. *Larraneta B., Zahra S., Gonzalez J.* Strategic repertoire variety and new venture growth: the moderating effects of origin and industry dynamism // *Strategic Management Journal*. 2014. Vol. 35. No. 5. P. 761–772.
113. *Lawless M.* Age or size? Contributions to job creation // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 42. No. 4. P. 815–830.
114. *Lechner C., Dowling M.* Firm Networks: External Relationships as Sources for the Growth and Competitiveness of Entrepreneurial Firms // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2003. Vol. 15. No. 1. P. 1–26.
115. *Lechner C., Leyronas C.* Small-Business Group Formation as an Entrepreneurial Development Model // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33. No. 3. P. 645–667.
116. *Lechner C., Soppe B., Dowling M.* Vertical Coopetition and the Sales Growth of Young and Small Firms // *Journal of Small Business Management*. 2016. Vol. 54. No. 1. P. 67–84.
117. *Leitch C., Hill F., Neergaard H.* Entrepreneurial and Business Growth and the Quest for a «Comprehensive Theory»: Tilting at Windmills? // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2010. Vol. 34. No. 2. P. 249–260.
118. *Leung A., Zhang J., Wong P., Foo M.* The use of networks in human resource acquisition for entrepreneurial firms: Multiple «fit» considerations // *Journal of Business Venturing*. 2006. Vol. 21. No. 5. P. 664–686.
119. *Li M., Goetz S., Partridge M., Fleming D.* Location determinants of high-growth firms // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2016. Vol. 28. No. 1–2. P. 97–125.
120. *Loof H., Nabavi P.* Survival, productivity and growth of new ventures across locations // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 43. No. 2. P. 477–491.
121. *Lopez-Garcia P., Puente S.* What makes a high-growth firm? A dynamic probit analysis using Spanish firm-level data // *Small Business Economics*. 2012. Vol. 39. No. 4. P. 1029–1041.

122. *Lotti F., Santarelli E., Vivarelli M.* Defending Gibrat's law as a long-run regularity // *Small Business Economics*. 2009. Vol. 32. No. 1. P. 31–44.
123. *Lumpkin G., Dess G.* Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance // *Academy of Management Review*. 1996. Vol. 21. No. 1. P. 135–172.
124. *Luthje C., Franke N.* The «making» of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT // *R and D Management*. 2003. Vol. 33. No. 2. P. 135–147.
125. *Madsen E.* The significance of sustained entrepreneurial orientation on performance of firms — A longitudinal analysis // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2007. Vol. 19. No. 2. P. 185–204.
126. *Maine E., Shapiro D., Vining A.* The role of clustering in the growth of new technology-based firms // *Small Business Economic*. 2010. Vol. 34. No. 2. P. 127–146.
127. *Majumdar S.* «How do they plan for growth in auto component business?» — A study on small foundries of western India // *Journal of Business Venturing*. 2010. Vol. 25. No. 3. P. 274–289.
128. *Majumdar S.* The hidden hand and the license raj to an evaluation of the relationship between age and the growth of firms in India // *Journal of Business Venturing*. 2004. Vol. 19. No. 1. P. 107–125.
129. *Manolova T., Carter N., Manev I., Gyoshev B.* The Differential Effect of Men and Women Entrepreneurs' Human Capital and Networking on Growth Expectancies in Bulgaria // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2007. Vol. 31. No. 3. P. 407–426.
130. *Manolova T. S., Brush C., Edelman L., Shaver K.* One size does not fit all: Entrepreneurial expectancies and growth intentions of US women and men nascent entrepreneurs // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2012. Vol. 24. No. 1–2. P. 7–27.
131. *Markman G., Gartner W.* Is Extraordinary Growth Profitable? A Study of Inc. 500 High Growth Companies // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2002. Vol. 27. No. 1. P. 65–75.
132. *Mathias B., Williams D., Smith A.* Entrepreneurial inception: The role of imprinting in entrepreneurial action // *Journal of Business Venturing*. 2015. Vol. 30. No. 1. P. 11–28.
133. *McAdam M., Marlow S.* Building Futures or Stealing Secrets? Entrepreneurial Cooperation and Conflict within Business Incubators // *International Small Business Journal*. 2007. Vol. 25. No. 4. P. 361–382.
134. *McDougall P., Covin J., Robinson R., Herron L.* The effects of industry growth and strategic breadth on new venture performance and strategy content // *Strategic Management Journal*. 1994. Vol. 15. No. 7. P. 537–554.
135. *McKelvie A., Wiklund J.* Advancing Firm Growth Research: A Focus on Growth Mode Instead of Growth Rate // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2010. Vol. 34. No. 2. P. 261–288.
136. *Meek W., Pacheco D., York J.* The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context // *Journal of Business Venturing*. 2010. Vol. 25. No. 5. P. 493–509.
137. *Merz G., Weber P., Laetz V.* Linking Small Business Management With Entrepreneurial Growth // *Journal of Small Business Management*. 1994. Vol. 32. P. 48–60.
138. *Messersmith J., Wales W.* Entrepreneurial orientation and performance in young firms: The role of human resource management // *International Small Business Journal*. 2011. Vol. 31. No. 2. P. 115–136.
139. *Minniti M., Levesque M.* Entrepreneurial types and economic growth // *Journal of Business Venturing*. 2010. Vol. 25. No. 3. P. 305–314.
140. *Mitchell F., Reid G., Terry N.* Venture Capital Supply and Accounting Information System Developmen // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 1997. Vol. 21. No. 4. P. 45–62.
141. *Mitra R., Pingali V.* Analysis of Growth Stages in Small Firms: A Case Study of Automobile Ancillaries in India // *Journal of Small Business Management*. 1999. Vol. 37. No. 3. P. 62–75.
142. *Moreno A., Casillas J.* Entrepreneurial Orientation and Growth of SMEs: A Causal Model // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2008. Vol. 32. No. 3. P. 507–528.
143. *Moreno A., Casillas J.* High-growth SMEs versus non-high-growth SMEs: a discriminant analysis // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2007. Vol. 19. No. 1. P. 69–88.
144. *Morris M., Schindehutte M.* Entrepreneurial Values and the Ethnic Enterprise: An Examination of Six Subcultures // *Journal of Small Business Management*. 2005. Vol. 43. No. 4. P. 453–479.
145. *Morris M., Miyasaki N., Watters C., Coombes S.* The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs // *Journal of Small Business Management*. 2006. Vol. 44. No. 2. P. 221–244.
146. *Naldi L., Davidsson P.* Entrepreneurial growth: The role of international knowledge acquisition as moderated by firm age // *Journal of Business Venturing*. 2014. Vol. 29. No. 5. P. 687–703.
147. *Navaretti G., Castellani D., Pieri F.* Age and firm growth: evidence from three European countries // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 43. No. 4. P. 823–837.
148. *Nelson T., Levesque L.* The Status of Women in Corporate Governance in High-Growth, High-Potential Firms // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2007. Vol. 31. No. 2. P. 209–232.
149. *Ogawa K., Sterken E., Tokutsu I.* The trade credit channel revisited: Evidence from micro data of Japanese small firms // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 40. No. 1. P. 101–118.
150. *Oliveira B., Fortunato A.* Firm growth and liquidity constraints: A dynamic analysis // *Small Business Economics*. 2006. Vol. 27. No. 2–3. P. 139–156.
151. *Olson P., Bokor D.* Strategy Process-Content Interaction: Effects on Growth Performance In Small, Startup Firms // *Journal of Small Business Management*. 1995. Vol. 33. No. 1. P. 34–44.
152. *Orser B., Hogarth-Scott S., Riding A.* Performance, Firm Size, and Management Problem Solving // *Journal of Small Business Management*. 2000. Vol. 38. No. 4. P. 42–58.
153. *Park S., Bae Z.* New venture strategies in a developing country: Identifying a typology and examining growth patterns through case studies // *Journal of Business Venturing*. 2004. Vol. 19. No. 1. P. 81–105.
154. *Park Y., Shin J., Kim T.* Firm size, age, industrial networking, and growth: A case of the Korean manufacturing industry // *Small Business Economics*. 2010. Vol. 35. No. 2. P. 153–168.
155. *Parker S., Storey D., van Witteloostuijn A.* What happens to gazelles? The importance of dynamic management

- strategy // *Small Business Economics*. 2010. Vol. 35. No. 2. P. 203–226.
156. Patel P., Fiet J., Sohl J. Mitigating the limited scalability of bootstrapping through strategic alliances to enhance new venture growth // *International Small Business Journal*. 2011. Vol. 29. No. 5. P. 421–447.
157. Patel P., Messersmith J., Lepak D. Walking the tightrope: An assessment of the relationship between high-performance work systems and organizational ambidexterity // *Academy of Management Journal*. 2013. Vol. 56. No. 5. P. 1420–1442.
158. Pender M. Firm entry and turnover: the nexus with profitability and growth // *Small Business Economics*, 2008. Vol. 30. No. 4. P. 327–344.
159. Penrose E. Biological Analogies in the Theory of the Firm // *American Economic Review*. 1952. Vol. 42. No. 5. P. 804–819.
160. Penrose E. Foreign Investment and the Growth of the Firm // *The Economic Journal*. 1956. Vol. 66. P. 220–235.
161. Penrose E. Limits to the growth and size of the firms // *American Economic Review*. 1955. Vol. 45. No. 2. P. 531–543.
162. Penrose E. *The Theory of the Growth of the Firm*. Basil Blackwell, Oxford, 1959.
163. Peric M., Vitezic V. Impact of global economic crisis on firm growth // *Small Business Economics*. 2016. Vol. 46. No. 1. P. 1–12.
164. Petrunia R. Does Gibrat's law hold? Evidence from Canadian retail and manufacturing firms // *Small Business Economics*. 2008. Vol. 30. No. 2. P. 201–214.
165. Pettus M. The resource-based view as a developmental growth process: evidence from the deregulated trucking industry // *Academy of Management Journal*. 2001. Vol. 44. No. 4. P. 878–896.
166. Randolph W., Sapienza H., Watson M. Technology-Structure Fit and Performance in Small Businesses: An Examination of the Moderating Effects of Organizational State // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 1991. Vol. 16. No. 1. P. 27–41.
167. Rosenbusch N., Brinckmann J., Muller V. Does acquiring venture capital pay off for the funded firms? A meta-analysis on the relationship between venture capital investment and funded firm financial performance // *Journal of Business Venturing*. Vol. 28. No. 3. P. 335–353.
168. Rostamkalei A., Freel M. The cost of growth: small firms and the pricing of bank loans // *Small Business Economics*. 2016. Vol. 46. No. 2. P. 255–272.
169. Rotger G., Gortz M., Storey D. Assessing the effectiveness of guided preparation for new venture creation and performance: Theory and practice // *Journal of Business Venturing*. 2012. Vol. 27. No. 4. P. 506–521.
170. Sadler-Smith E., Hampson E., Chaston I., Badger B. Managerial Behavior, Entrepreneurial Style and Small Firm Performance // *Journal of Small Business Management*. 2003. Vol. 41. No. 1. P. 47–67.
171. Sapienza H., Grimm C. Founder Characteristics, Start-Up Process, and Strategy/Structure Variables as Predictors of Shortline Railroad Performance // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 1997. Vol. 22. No. 1. P. 5–24.
172. Sapienza H., Parhankangas A., Autio E. Knowledge relatedness and post-spin-off growth // *Journal of Business Venturing*. 2004. Vol. 19. No. 6. P. 809–829.
173. Segarra A., Teruel M. High-growth firms and innovation: an empirical analysis for Spanish firms // *Small Business Economics*. 2014. Vol. 43. No. 4. P. 805–821.
174. Shane S. Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy // *Small Business Economics*. Vol. 33. No. 2. P. 141–149.
175. Shane S. Hybrid organizational arrangements and their implications for firm growth and survival: A study of new franchisors // *Academy of Management Journal*. 1996. Vol. 39. No. 1. P. 216–234.
176. Shepherd D., Wiklund J. Are We Comparing Apples With Apples or Apples With Oranges? Appropriateness of Knowledge Accumulation Across Growth Studies // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2009. Vol. 33. No. 1. P. 105–123.
177. Shepherd J. Entrepreneurial growth through constellations // *Journal of Business Venturing*. 1991. Vol. 6. No. 5. P. 363–373.
178. Shrader R., Siegel D. Assessing the Relationship between Human Capital and Firm Performance: Evidence from Technology-Based New Ventures // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2007. Vol. 31. No. 6. P. 893–908.
179. Siegel R., Siegel E., MacMillan J. Characteristics Distinguishing High-Growth Ventures // *Journal of Business Venturing*. 1993. Vol. 8. P. 169–180.
180. Sleuwaegen L., Onkelinx J. International commitment, post-entry growth and survival of international new ventures // *Journal of Business Venturing*. 2014. Vol. 29. P. 106–120.
181. Sok P., O'Cass A. The role of intellectual resources, product innovation capability, reputational resources and marketing capability combinations in firm growth // *International Small Business Journal*. 2014. Vol. 32. No. 8. P. 996–1018.
182. Stam E., Wennberg K. The roles of R&D in new firm growth // *Small Business Economics*. 2009. Vol. 33. No. 1. P. 77–89.
183. Steffens P., Davidsson P., Fitzsimmons J. Performance configurations over time: implications for growth and profit oriented strategies // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009. Vol. 33. No. 1. P. 125–148.
184. Stenholm P., Acs Z., Wuebker R. Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity // *Journal of Business Venturing*. 2013. Vol. 28. No. 1. P. 176–193.
185. Thakur S. Size of Investment, Opportunity Choice and Human Resources in New Venture Growth: Some Typologies // *Journal of Business Venturing*. 1998. Vol. 14. No. 3. P. 283–309.
186. Tomczyk D., Lee J., Winslow E. Entrepreneurs' Personal Values, Compensation, and High Growth Firm Performance // *Journal of Small Business Management*. 2013. Vol. 51. No. 1. P. 66–82.
187. Upton N., Teal E., Felan J. Strategic and Business Planning Practices of Fast Growth Family Firms // *Journal of Small Business Management*. 2001. Vol. 39. No. 1. P. 60–72.
188. Vanacker T., Manigart S., Meuleman M., Sels L. A longitudinal study on the relationship between financial bootstrapping and new venture growth // *Entrepreneurship and Regional Development*. 2011. Vol. 23. No. 9–10. P. 681–705.
189. Varum C., Rocha V. Employment and SMEs during crises // *Small Business Economics*. 2013. Vol. 40. No. 1. P. 9–25.
190. Wagner J. Firm size, firm growth, and persistence of chance: Testing Gibrat's law with establishment data from Lower Saxony, 1978–1989 // *Small Business Economics*. 1992. Vol. 4. No. 2. P. 125–131.

191. Wang C., Altinay L. Social embeddedness, entrepreneurial orientation and firm growth in ethnic minority small businesses in the UK // *International Small Business Journal*. 2010. Vol. 30. No. 1. P. 3–23.
192. Wasilczuk J. Advantageous Competence of Owner/Managers to Grow the Firm in Poland: Empirical Evidence // *Journal of Small Business Management*. 2000. Vol. 38. No. 2. P. 88–94.
193. Weinzimmer L. Top Management Team Correlates of Organizational Growth in a Small Business Context: A Comparative Study // *Journal of Small Business Management*. 1997. Vol. 35. No. 3. P. 1–9.
194. Welbourne T., Cyr L. The Human Resource Executive Effect in Initial Public Offering Firms // *Academy of Management Journal*. 1999. Vol. 42. No. 6. P. 616–629.
195. Wijewardena H., Cooray S. Determinants of growth in small Japanese manufacturing firms: survey evidence from Kobe // *Journal of Small Business Management*. 1995. Vol. 33. No. 4. P. 87–92.
196. Willard G., Krueger D., Feeser H. In Order To Grow, Must The Founder Go: A Comparison Of Performance Between Founder And Non-Founder Managed High-Growth Manufacturing Firms // *Journal of Business Venturing*. 1992. Vol. 7. No. 3. P. 181–194.
197. Williams L., McGuire S. Economic creativity and innovation implementation: The entrepreneurial drivers of growth? Evidence from 63 countries // *Small Business Economics*. 2010. Vol. 34. No. 4. P. 391–412.
198. Wing C., Yiu M. Firm Dynamics and Industrialization in the Chinese Economy in Transition: Implications for Small Business Policy // *Journal of Business Venturing*. 1996. Vol. 11. No. 6. P. 489–505.
199. Wong P., Ho Y. P., Autio E. Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data // *Small Business Economics*. 2005. Vol. 24. No. 3. P. 335–350.
200. Wright M., Stigliani I. Entrepreneurship and growth // *International Small Business Journal*. 2013. Vol. 31. No. 1. P. 3–22.
201. Wu L.-Y., Wang C.-J., Chen C.-P., Pan L.-Y. Internal Resources, External Network, and Competitiveness during the Growth Stage: A Study of Taiwanese High-Tech Ventures // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2008. Vol. 32. No. 3. P. 529–549.
202. Yamakawa Y., Peng M., Deeds D. Rising From the Ashes: Cognitive Determinants of Venture Growth After Entrepreneurial Failure // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2015. Vol. 39. No. 2. P. 209–236.
203. Yusuf A., Saffu K. Planning and Performance of Small and Medium Enterprise Operators in a Country in Transition // *Journal of Small Business Management*. 2005. Vol. 43. No. 4. P. 480–497.
204. Zahra S., Hayton J. The effect of international venturing on firm performance: The moderating influence of absorptive capacity // *Journal of Business Venturing*. 2008. Vol. 23. No. 2. P. 195–220.
3. Acar A. The impact of key internal factors on firms performance: An empirical study of small Turkish firms. *Journal of Small Business Management*, 1993, vol. 31, no. 4, pp. 86–92.
4. Aislabie C. Sudden change in a model of small firm growth. *Small Business Economics*, 1992, vol. 34, no. 4, pp. 391–412.
5. Aldrich H., Auster E. Even dwarfs started small: Liabilities of size and age and their strategic implications. *Research in Organizational Behavior*, 1986 vol. 8, pp. 165–198.
6. Alsos G., Isaksen E., Ljunggren E. New Venture Financing and Subsequent Business Growth in Men- and Women-Led Businesses *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, vol. 30, no. 5, pp. 667–686.
7. Ang S. Competitive intensity and collaboration: impact on firm growth across technological environments. *Strategic Management Journal*, 2008, vol. 29, no. 10, pp. 1057–1075.
8. Anyadike-Danes M., Bjunggren C. M., Gottschalk S., Hotzl W., Johansson D., Maliranta M., Myrann A. An international cohort comparison of size effects on job growth. *Small Business Economics*, 2015, vol. 44, no. 4, pp. 821–844.
9. Arraiz I., Melendez M., Stucchi R. Partial credit guarantees and firm performance: evidence from Colombia. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 3, pp. 711–724.
10. Arregle J., Batjargal B., Hitt M., Webb J., Miller T., Tsui A. Family Ties in Entrepreneurs' Social Networks and New Venture Growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2015, vol. 39, no. 2, pp. 313–344.
11. Audrestch D. B., Coad A., Segarra A. Firm growth and innovation. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 4, pp. 743–749.
12. Autio E., Acs Z. Intellectual Property Protection and the Formation of Entrepreneurial Growth Aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2010, vol. 4, pp. 234–251.
13. Barney J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 1991, vol. 17, no. 1, pp. 99–120.
14. Baron R., Hmieleski K., Henry R. Entrepreneurs' dispositional positive affect: The potential benefits — and potential costs — of being «up». *Journal of Business Venturing*, 2012, vol. 27, no. 3, pp. 310–324.
15. Baron R., Tang J., Hmieleski K. The Downside of Being «Up»: Entrepreneurs' Dispositional Positive Affect and Firm Performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2011, vol. 5, no. 2, pp. 101–119.
16. Bartz W., Winkler A. Flexible or fragile? The growth performance of small and young businesses during the global financial crisis — Evidence from Germany. *Journal of Business Venturing*, 2016, vol. 31, no. 2, pp. 196–215.
17. Basu A., Goswami A. Determinants of South Asian entrepreneurial growth in Britain: A multivariate analysis. *Small Business Economics*, 1999, vol. 13, no. 1, pp. 57–70.
18. Batjargal B., Hitt M., Tsui A., Arregle J., Webb J., Miller T. Institutional polycentrism, entrepreneurs' social networks, and new venture growth. *Academy of Management Journal*, 2013, vol. 56, no. 4, pp. 1024–1049.
19. Baum J., Wally S. Strategic decision speed and firm performance. *Strategic Management Journal*, 2003, vol. 24, no. 11, pp. 1107–1129.
20. Beaudry C., Swann G. M. Firm growth in industrial clusters of the United Kingdom. *Small Business Economics*, 2009, vol. 32, no. 4, pp. 409–424.
21. Becker G. S. *Human capital: A theoretical and empirical analysis with specific reference to education*. Chicago: University of Chicago Press, 1993. 412 p.

References

1. Belyaeva T. Strategic orientations concept: Main research directions. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo Universiteta, ser. 8. Menedzhment*, 2015, no. 4, pp. 152–189.
2. Kat'kalo V. *Evolutsiya teorii strategicheskogo upravleniya: monografiya* [Evolution of the strategic management theory]. Saint Petersburg: SPbSU Publishing house, 2006. 548 p.

22. Beekman A., Robinson R. Supplier Partnerships and the Small, High-Growth Firm: Selecting for Success. *Journal of Small Business Management*, 2004, vol. 42, no. 1, pp. 59–77.
23. Bertoni F., Colombo M. G., Grilli L. Venture capital investor type and the growth mode of new technology-based firms. *Small Business Economics*, 2013, vol. 40, no. 3, pp. 527–552.
24. Bonaccorsi A., Giannangeli S. One or more growth processes? Evidence from new Italian firms. *Small Business Economics*, 2010, vol. 35, no. 2, pp. 137–152.
25. Borch O., Huse M., Senneseth K. Resource Configuration, Competitive Strategies, and Corporate Entrepreneurship: An Empirical Examination of Small Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1999, vol. 24, no. 1, pp. 49–70.
26. Bottazzi G., Secchi A., Tamagni F. Financial constraints and firm dynamics. *Small Business Economics*, 2014, vol. 42, no. 1, pp. 99–116.
27. Bourdieu P., Wacquant L. *Reponses. Pour une anthropologie reflexive*. Paris: Editions du Seuil, 1992. 260 p.
28. Bradley S., Wiklund J., Shepherd D. A. Swinging a double-edged sword: The effect of slack on entrepreneurial management and growth. *Journal of Business Venturing*, 2011, vol. 26, no. 5, pp. 537–554.
29. Brinckmann J., Salomo S., Gemuenden H. Financial Management Competence of Founding Teams and Growth of New Technology-Based Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2011, vol. 35, no. 2, pp. 217–243.
30. Bruneel J., Van De Velde E., Clarysse B. Impact of the Type of Corporate Spin-Off on Growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, vol. 37, no. 4, pp. 943–959.
31. Bryson J. R., Keeble D., Wood P. The Creation and Growth of Small Business Service Firms in Post-Industrial Britain. *Small Business Economics*, 1997, vol. 9, no. 4, pp. 345–360.
32. Burghardt D., Helm M. Firm growth in the course of mergers and acquisitions. *Small Business Economics*, 2015, vol. 44, no. 4, pp. 889–904.
33. Burt R. S. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992, p. 324.
34. Bygrave W., Minniti M. The Social Dynamics of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2000, vol. 24, no. 3, pp. 29–40.
35. Cacciotti G., Hayton J. Fear and Entrepreneurship: a Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 2015, vol. 17, pp. 165–190.
36. Capasso M., Treibich T., Verspagen B. The medium-term effect of R&D on firm growth. *Small Business Economics*, 2015, vol. 45, no. 1, pp. 39–62.
37. Capelleras J.-L., Greene F. The determinants and growth implications of venture creation speed. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2008, vol. 20, no. 4, pp. 317–343.
38. Carlson D., Upton N., Seaman S. The Impact of Human Resource Practices and Compensation Design on Performance: An Analysis of Family-Owned SMEs. *Journal of Small Business Management*, 2006, vol. 44, no. 4, pp. 531–543.
39. Carpenter R., Rondi L. Going public to grow? Evidence from a panel of Italian firms. *Small Business Economics*, 2006, vol. 27, no. 4–5, pp. 387–407.
40. Carr J., Haggard K., Hmieleski K., Zahra S. A study of the moderating effects of firm age at internationalization on firm survival and short-term growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2010, vol. 4, no. 2, pp. 183–192.
41. Casillas J., Moreno A. The relationship between entrepreneurial orientation and growth: The moderating role of family involvement. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2010, vol. 20, no. 3–4, pp. 265–291.
42. Chan Y., Bhargava N., Street C. Having Arrived: The Homogeneity of High-Growth Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 2006, 44 (3), pp. 426–440.
43. Chandler G., McKelvie A., Davidsson P. Asset specificity and behavioral uncertainty as moderators of the sales growth — Employment growth relationship in emerging ventures. *Journal of Business Venturing*, 2009, vol. 24, pp. 373–387.
44. Chandler G., Broberg J., Allison T. Customer Value Propositions in Declining Industries: Differences between Industry Representative and High-Growth Firms. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2014, vol. 8, no. 3, pp. 234–253.
45. Chaston I., Mangles T. Core Capabilities as Predictors of Growth Potential in Small Manufacturing Firms. *Journal of Small Business Management*, 1997, vol. 35, no. 1, pp. 531–550.
46. Clarysse B., Bruneel J., Wright M. Explaining growth paths of young technology-based firms: structuring resource portfolios in different competitive environments. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2011, vol. 5, no. 2, pp. 137–157.
47. Coad A., Frankish J., Roberts R., Storey D. Growth paths and survival chances: An application of Gambler's Ruin theory. *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 5, pp. 615–632.
48. Coad A., Guenther C. Processes of firm growth and diversification: theory and evidence. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 4, pp. 857–871.
49. Coad A., Tamvada J. Firm growth and barriers to growth among small firms in India. *Small Business Economics*, 2012, vol. 39, no. 2, pp. 383–400.
50. Coleman S. The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, 2007, vol. 45, no. 3, pp. 303–319.
51. Cooper A., Gimeno-Gascon F., Woo C. Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 1994, vol. 9, no. 5, pp. 371–395.
52. Cooper S., Park J. The Impact of 'Incubator' Organizations on Opportunity Recognition and Technology Innovation in New, Entrepreneurial High-technology Ventures. *International Small Business Journal*, 2008, vol. 26, no. 1, pp. 27–56.
53. Covin J., Green K., Slevin D. Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation — Sales Growth Rate Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, vol. 30, no. 1, pp. 57–81.
54. Covin J., Slevin D. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 1989, vol. 5, no. 2, pp. 123–135.
55. Craig J., Dibrell C., Davis P. Leveraging Family-Based Brand Identity to Enhance Firm Competitiveness and Performance in Family Businesses. *Journal of Small Business Management*, 2008, 46 (3), pp. 351–371.
56. Crawford G., Aguinis H., Lichtenstein B., Davidsson P., McKelvey B. Power law distributions in entrepreneurship: Implications for theory and research. *Journal of Business Venturing*, 2015, vol. 30, no. 5, pp. 696–713.
57. Croce A., Marti J., Murtinu S. The impact of venture capital on the productivity growth of European entrepreneur-

- ial firms: «Screening» or «value added» effect? *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 4, pp. 489–510.
58. Datta D., Guthrie J. Executive Succession: Organizational Antecedents of CEO Characteristics. *Strategic Management Journal*, 1994, vol. 15, no. 7, pp. 569–577.
 59. Daunfeldt S., Elert N. When is Gibrat's law a law? *Small Business Economics*, 2013, vol. 41, no. 1, pp. 133–147.
 60. Davidsson P., Kirchoff B., Hatemi-J A., Gustavsson H. Empirical Analysis of Business Growth Factors Using Swedish Data. *Journal of Small Business Management*, 2002, vol. 40, no. 4, pp. 332–349.
 61. Davidsson P., Wiklund J. *Conceptual and empirical challenges in the study of firm growth*. In D. Sexton & H. Landström (Eds.), *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Oxford, MA: Blackwell Business., 2000, pp. 26–44.
 62. Davidsson, P. Continued Entrepreneurship: Ability, Need, and Opportunity as Determinants of Small Firm Growth. *Journal of Business Venturing*, 1991, vol. 6, no. 6, pp. 405–429.
 63. Dean T., Meyer G., Industry environments and new venture formations in U. S. manufacturing: a conceptual and empirical analysis of demand determinants. *Journal of Business Venturing*, 1996, vol. 11, no. 2, pp. 107–132.
 64. Delmar F. *Measuring growth: methodological considerations and empirical results*, in: Donckels, R., A. Miettinen, (Eds.), *Entrepreneurship and SME Research: On its Way to the Next Millennium*. Aldershot, UK: Ashgate, 1997, pp. 199–216.
 65. Delmar F., Davidsson P., Gartner W. B. Arriving at the high-growth firm. *Journal of Business Venturing*, 2003, vol. 18, no. 2, pp. 189–216.
 66. Delmar F., Wennberg K., Hellerstedt K. Endogenous Growth Through Knowledge Spillovers in Entrepreneurship: an Empirical Test. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2011, vol. 5, no. 3, pp. 199–226.
 67. Delmar F., Wiklund J. The Effect of Small Business Managers' Growth Motivation on Firm Growth: A Longitudinal Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2008, vol. 32, no. 3, pp. 437–457.
 68. Deschryvere M. R&D, firm growth and the role of innovation persistence: an analysis of Finnish SMEs and large firms. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 4, pp. 767–785.
 69. Douglas E. Reconstructing entrepreneurial intentions to identify predisposition for growth. *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 5, pp. 633–651.
 70. Elston J., Chen S., Weidinger A. The role of informal capital on new venture formation and growth in China. *Small Business Economics*, 2016, vol. 46, no. 1, pp. 79–91.
 71. Estrin S., Korosteleva J., Mickiewicz T. Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations? *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 4, pp. 564–580.
 72. Estrin S., Mickiewicz T. Institutions and female entrepreneurship. *Small Business Economics*, 2011, vol. 37, no. 4, pp. 397–415.
 73. Falk M. Quantile estimates of the impact of R&D intensity on firm performance. *Small Business Economics*, 2012, vol. 39, no. 1, pp. 19–37.
 74. Federico J., Capelleras, J. The heterogeneous dynamics between growth and profits: the case of young firms. *Small Business Economics*, 2015, vol. 44, pp. 231–254.
 75. Felzensztein C., Gimmon E., Aqueveque C. Entrepreneurship at the Periphery: Exploring Framework Conditions in Core and Peripheral Locations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2013, vol. 37, no. 4, pp. 815–835.
 76. Fern M., Cardinal L., O'Neill H. Strategic repertoire variety and new venture growth: the moderating effects of origin and industry dynamism. *Strategic Management Journal*, 2012, vol. 33, no. 5, pp. 427–447.
 77. Fernhaber S., Li D. The Impact of Interorganizational Imitation on New Venture International Entry and Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2010, vol. 34, no. 1, pp. 1–30.
 78. Fischer E., Reuber A., Hababou M., Johnson W., Lee S. The Role of Socially Constructed Temporal Perspectives in the Emergence of Rapid-Growth Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1997, vol. 22, no. 2, pp. 13–30.
 79. Fischer E., Reuber A. Support for Rapid-Growth Firms: A Comparison of the Views of Founders, Government Policymakers, and Private Sector Resource Providers. *Journal of Small Business Management*, 2003, vol. 41, no. 4, pp. 346–365.
 80. Fotopoulos G., Giotopoulos I. Gibrat's law and persistence of growth in Greek manufacturing. *Small Business Economics*, 2010, vol. 35, no. 2, pp. 191–202.
 81. Fraser S., Bhaumik S., Wright M. What do we know about entrepreneurial finance and its relationship with growth? *International Small Business Journal*, 2015, 33 (1), pp. 70–88.
 82. Gambini A., Zazzaro A. Long-lasting bank relationships and growth of firms. *Small Business Economics*, 2013, vol. 40, no. 4, pp. 977–1007.
 83. Garcia-Posada M., Mora-Sanguinetti J. Does (average) size matter? Court enforcement, business demography and firm growth. *Small Business Economics*, 2015, vol. 44, no. 3, pp. 639–669.
 84. Garsaa A., Levratto N. Do labor tax rebates facilitate firm growth? An empirical study on French establishments in the manufacturing industry, 2004–2011. *Small Business Economics*, 2015, vol. 45, no. 3, pp. 613–641.
 85. Gartner W., Liao J. The effects of perceptions of risk, environmental uncertainty, and growth aspirations on new venture creation success. *Small Business Economics*, 2012, vol. 39, no. 3, pp. 703–712.
 86. Gibrat, R., *Les Inequalities Economiques*. Paris, 1931.
 87. Gilbert B., McDougall P., Audretsch D. New Venture Growth: A Review and Extension. *Journal of Management*, 2006, vol. 32, no. 6, pp. 926–950.
 88. Goedhuys M., Sleuwaegen L. High-growth entrepreneurial firms in Africa: A quantile regression approach. *Small Business Economics*, 2009, vol. 34, no. 1, pp. 31–51.
 89. Gohmann S., Hobbs B., McCrickard M. Economic Freedom and Service Industry Growth in the United States. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2008, vol. 32, no. 5, pp. 855–874.
 90. Gonzalez-Pernia J., Pena-Legazkue J. Export-oriented entrepreneurship and regional economic growth. *Small Business Economics*, 2015, vol. 45, no. 3, pp. 505–522.
 91. Hampton A., Cooper S., McGowan P. Female entrepreneurial networks and networking activity in technology-based ventures. *International Small Business Journal*, 2009, vol. 27, no. 2, pp. 193–214.
 92. Hansen E. Entrepreneurial Networks and New Organization Growth. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1995, vol. 19, no. 4, pp. 7–19.
 93. Havnes P., Senneseth K. A Panel Study of Firm Growth among SMEs in Networks. *Small Business Economics*, 2001, vol. 16, no. 4, pp. 293–302.

94. Hayter C. Conceptualizing knowledge-based entrepreneurship networks: perspectives from the literature. *Small Business Economics*, 2013, vol. 41, no. 4, pp. 899–911.
95. Headd B., Kirchoff B. The Growth, Decline and Survival of Small Businesses: An Exploratory Study of Life Cycles. *Journal of Small Business Management*, 2009, vol. 47, no. 4, pp. 47–57.
96. Heneman R., Tansky J., Camp S. Human Resource Management Practices in Small and Medium-Sized Enterprises: Unanswered Questions and Future Research Perspectives. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2000, vol. 25, no. 1, pp. 11–26.
97. Hessels J., van Stel A. Entrepreneurship, export orientation, and economic growth. *Small Business Economics*, 2011, vol. 37, no. 2, pp. 255–268.
98. Hmieleski K., Baron R. Entrepreneurs' Optimism And New Venture Performance: A Social Cognitive Perspective. *Academy of Management Journal*, 2009, vol. 52, no. 3, pp. 473–488.
99. Hmieleski K., Corbett A. The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance and entrepreneur work satisfaction. *Journal of Business Venturing*, 2008, vol. 23, no. 4, pp. 482–496.
100. Honjo Y., Harada N. SME policy, financial structure and firm growth: Evidence from Japan. *Small Business Economics*, 2006, vol. 27, no. 4–5, pp. 289–300.
101. Iacobucci D., Rosa P. Growth, diversification, and business group formation in entrepreneurial firms. *Small Business Economics*, 2005, vol. 25, no. 1, pp. 65–82.
102. Jankala S., Sivola H. Lagging Effects of the Use of Activity-Based Costing on the Financial Performance of Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 2012, vol. 50, no. 3, pp. 498–523.
103. Jaouen A., Lasch F. A new typology of micro-firm owner-managers. *International Small Business Journal*, 2015, vol. 33, no. 4, pp. 397–421.
104. Johansson D. Is small beautiful? The case of the Swedish IT industry. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2004, vol. 16, no. 4, pp. 271–287.
105. Kazanjian R., Drazin R. Stage-Contingent Model of Design and Growth for Technology Based New Ventures. *Journal of Business Venturing*, 1990, vol. 5, no. 3, pp. 137–150.
106. Kiviluoto N. Growth as evidence of firm success: myth or reality? *Entrepreneurship, Regional Development*, 2013, vol. 25, no. 7–8, pp. 569–586.
107. Koch A., Spath J., Strotmann H. The role of employees for post-entry firm growth. *Small Business Economics*, 2013, vol. 41, no. 3, pp. 733–755.
108. Koeller C. T., Lechler, T. G. Economic and managerial perspectives on new venture growth: An integrated analysis. *Small Business Economics*, 2006, vol. 26, no. 5, pp. 427–437.
109. Koryak O., Mole K., Lockett A., Hayton J., Ucbasaran D., Hodgkinson G. Entrepreneurial leadership, capabilities and firm growth. *International Small Business Journal*, 2015, vol. 33, no. 1, pp. 89–105.
110. Kotey B., Slade P., Formal. Human Resource Management Practices in Small Growing Firms. *Journal of Small Business Management*, 2005, vol. 43, no. 1, pp. 16–40.
111. Kotha S., Nair A. Strategy and environment as determinants of performance: evidence from the Japanese machine tool industry. *Strategic Management Journal*, 1995, vol. 16, no. 7, pp. 497–518.
112. Larraneta B., Zahra S., Gonzalez J. Strategic repertoire variety and new venture growth: the moderating effects of origin and industry dynamism. *Strategic Management Journal*, 2014, vol. 35, no. 5, pp. 761–772.
113. Lawless M. Age or size? Contributions to job creation. *Small Business Economics*, 2014, vol. 42, no. 4, pp. 815–830.
114. Lechner C., Dowling M. Firm Networks: External Relationships as Sources for the Growth and Competitiveness of Entrepreneurial Firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2003, vol. 15, no. 1, pp. 1–26.
115. Lechner C., Leyronas C. Small-Business Group Formation as an Entrepreneurial Development Model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 3, pp. 645–667.
116. Lechner C., Soppe B., Dowling M. Vertical Coopetition and the Sales Growth of Young and Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 2016, vol. 54, no. 1, pp. 67–84.
117. Leitch C., Hill F., Neergaard H. Entrepreneurial and Business Growth and the Quest for a «Comprehensive Theory»: Tilting at Windmills? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2010, vol. 34, no. 2, pp. 249–260.
118. Leung A., Zhang J., Wong P., Foo M. The use of networks in human resource acquisition for entrepreneurial firms: Multiple «fit» considerations. *Journal of Business Venturing*, 2006, vol. 21, no. 5, pp. 664–686.
119. Li M., Goetz S., Partridge M., Fleming D. Location determinants of high-growth firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2016, vol. 28, no. 1–2, pp. 97–125.
120. Loof H., Nabavi P. Survival, productivity and growth of new ventures across locations. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 2, pp. 477–491.
121. Lopez-Garcia P., Puente S. What makes a high-growth firm? A dynamic probit analysis using Spanish firm-level data. *Small Business Economics*, 2012, vol. 39, no. 4, pp. 1029–1041.
122. Lotti F., Santarelli E., Vivarelli M. Defending Gibrat's law as a long-run regularity. *Small Business Economics*, 2009, vol. 32, no. 1, pp. 31–44.
123. Lumpkin G., Dess G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 1996, vol. 21, no. 1, pp. 135–172.
124. Luthje C., Franke N. The «making» of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R and D Management*, 2003, vol. 33, no. 2, pp. 135–147.
125. Madsen E. The significance of sustained entrepreneurial orientation on performance of firms — A longitudinal analysis. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2007, vol. 19, no. 2, pp. 185–204.
126. Maine, E., Shapiro, D., Vining, A. The role of clustering in the growth of new technology-based firms. *Small Business Economics*, 2010, vol. 34, no. 2, pp. 127–146.
127. Majumdar S. «How do they plan for growth in auto component business?» — A study on small foundries of western India. *Journal of Business Venturing*, 2010, vol. 25, no. 3, pp. 274–289.
128. Majumdar S. The hidden hand and the license raj to an evaluation of the relationship between age and the growth

- of firms in India. *Journal of Business Venturing*, 2004, vol. 19, no. 1, pp. 107–125.
129. Manolova T., Carter N., Manev I., Gyoshev B. The Differential Effect of Men and Women Entrepreneurs' Human Capital and Networking on Growth Expectancies in Bulgaria. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2007, vol. 31, no. 3, pp. 407–426.
 130. Manolova T. S., Brush C., Edelman L., Shaver K. One size does not fit all: Entrepreneurial expectancies and growth intentions of US women and men nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2012, vol. 24, no. 1–2, pp. 7–27.
 131. Markman G., Gartner W. Is Extraordinary Growth Profitable? A Study of Inc. 500 High Growth Companies. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2002, vol. 27, no. 1, pp. 65–75.
 132. Mathias B., Williams D., Smith A. Entrepreneurial inception: The role of imprinting in entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 2015, vol. 30, no. 1, pp. 11–28.
 133. McAdam M., Marlow S. Building Futures or Stealing Secrets? Entrepreneurial Cooperation and Conflict within Business Incubators. *International Small Business Journal*, 2007, vol. 25, no. 4, pp. 361–382.
 134. McDougall P., Covin J., Robinson R., Herron L. The effects of industry growth and strategic breadth on new venture performance and strategy content. *Strategic Management Journal*, 1994, vol. 15, no. 7, pp. 537–554.
 135. McKelvie A., Wiklund J. Advancing Firm Growth Research: A Focus on Growth Mode Instead of Growth Rate. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2010, vol. 34, no. 2, pp. 261–288.
 136. Meek W., Pacheco D., York J. The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context. *Journal of Business Venturing*, 2010, vol. 25, no. 5, pp. 493–509.
 137. Merz G., Weber P., Laetz V. Linking Small Business Management With Entrepreneurial Growth. *Journal of Small Business Management*, 1994, vol. 32, pp. 48–60.
 138. Messersmith J., Wales W. Entrepreneurial orientation and performance in young firms: The role of human resource management. *International Small Business Journal*, 2011, vol. 31, no. 2, pp. 115–136.
 139. Minniti M., Levesque M. Entrepreneurial types and economic growth. *Journal of Business Venturing*, 2010, vol. 25, no. 3, pp. 305–314.
 140. Mitchell F., Reid G., Terry N. Venture Capital Supply and Accounting Information System Development. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1997, vol. 21, no. 4, pp. 45–62.
 141. Mitra R., Pingali, V. Analysis of Growth Stages in Small Firms: A Case Study of Automobile Ancillaries in India. *Journal of Small Business Management*, 1999, vol. 37, no. 3, pp. 62–75.
 142. Moreno A., Casillas J. Entrepreneurial Orientation and Growth of SMEs: A Causal Model. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2008, vol. 32, no. 3, pp. 507–528.
 143. Moreno A., Casillas J. High-growth SMEs versus non-high-growth SMEs: a discriminant analysis. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2007, vol. 19, no. 1, pp. 69–88.
 144. Morris M., Schindehutte M. Entrepreneurial Values and the Ethnic Enterprise: An Examination of Six Subcultures. *Journal of Small Business Management*, 2005, vol. 43, no. 4, pp. 453–479.
 145. Morris M. H., Miyasaki N., Watters C., Coombes S. The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 2006, vol. 44, no. 2, pp. 221–244.
 146. Naldi L., Davidsson P. Entrepreneurial growth: The role of international knowledge acquisition as moderated by firm age. *Journal of Business Venturing*, 2014, vol. 29, no. 5, pp. 687–703.
 147. Navaretti G. B., Castellani D., Pieri F. Age and firm growth: evidence from three European countries. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 4, pp. 823–837.
 148. Nelson T., Levesque L. L. The Status of Women in Corporate Governance in High-Growth, High-Potential Firms. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2007, vol. 31, no. 2, pp. 209–232.
 149. Ogawa K., Sterken E., Tokutsu I. The trade credit channel revisited: Evidence from micro data of Japanese small firms. *Small Business Economics*, 2013, vol. 40, no. 1, pp. 101–118.
 150. Oliveira B., Fortunato A. Firm growth and liquidity constraints: A dynamic analysis. *Small Business Economics*, 2006, vol. 27, no. 2–3, pp. 139–156.
 151. Olson P. D., Bokor D. Strategy Process-Content Interaction: Effects on Growth Performance In Small, Start-up Firms. *Journal of Small Business Management*, 1995, vol. 33, no. 1, pp. 34–44.
 152. Orser B. J., Hogarth-Scott S., Riding A. Performance, Firm Size, and Management Problem Solving. *Journal of Small Business Management*, 2000, vol. 38, no. 4, pp. 42–58.
 153. Park S., Bae Z. New venture strategies in a developing country: Identifying a typology and examining growth patterns through case studies. *Journal of Business Venturing*, 2004, vol. 19, no. 1, pp. 81–105.
 154. Park Y., Shin J., Kim T. Firm size, age, industrial networking, and growth: A case of the Korean manufacturing industry. *Small Business Economics*, 2010, vol. 35, no. 2, pp. 153–168.
 155. Parker S., Storey D., van Witteeloostuijn A. What happens to gazelles? The importance of dynamic management strategy. *Small Business Economics*, 2010, vol. 35, no. 2, pp. 203–226.
 156. Patel P., Fiet J., Sohl J. Mitigating the limited scalability of bootstrapping through strategic alliances to enhance new venture growth. *International Small Business Journal*, 2011, vol. 29, no. 5, pp. 421–447.
 157. Patel P. C., Messersmith J. G., Lepak D. P. Walking the tightrope: An assessment of the relationship between high-performance work systems and organizational ambidexterity. *Academy of Management Journal*, 2013, vol. 56, no. 5, pp. 1420–1442.
 158. Pender M. Firm entry and turnover: the nexus with profitability and growth. *Small Business Economics*, 2008, vol. 30, no. 4, pp. 327–344.
 159. Penrose E. Biological Analogies in the Theory of the Firm. *American Economic Review*, 1952, vol. 42, no. 5, pp. 804–819.
 160. Penrose E.. Foreign Investment and the Growth of the Firm. *The Economic Journal*, 1956, vol. 66, pp. 220–235.
 161. Penrose E. Limits to the growth and size of the firms. *American Economic Review*, 1955, vol. 45, no. 2, pp. 531–543.

162. Penrose E. T. *The Theory of the Growth of the Firm*. Basil Blackwell, Oxford, 1959.
163. Peric M., Vitezic V. Impact of global economic crisis on firm growth. *Small Business Economics*, 2016, vol. 46, no. 1, pp. 1–12.
164. Petrunia R. Does Gibrat's law hold? Evidence from Canadian retail and manufacturing firms. *Small Business Economics*, 2008, vol. 30, no. 2, pp. 201–214.
165. Pettus M. L. The resource-based view as a developmental growth process: evidence from the deregulated trucking industry. *Academy of Management Journal*, 2001, vol. 44, no. 4, pp. 878–896.
166. Randolph W., Sapienza H., Watson M. Technology-Structure Fit and Performance in Small Businesses: An Examination of the Moderating Effects of Organizational States. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1991, vol. 16, no. 1, pp. 27–41.
167. Rosenbusch N., Brinckmann J., Muller V. Does acquiring venture capital pay off for the funded firms? A meta-analysis on the relationship between venture capital investment and funded firm financial performance. *Journal of Business Venturing*, vol. 28, no. 3, pp. 335–353.
168. Rostamkalaei A., Freel M. The cost of growth: small firms and the pricing of bank loans. *Small Business Economics*, 2016, vol. 46, no. 2, pp. 255–272.
169. Rotger G., Gortz M., Storey D. Assessing the effectiveness of guided preparation for new venture creation and performance: Theory and practice. *Journal of Business Venturing*, 2012, vol. 27, no. 4, pp. 506–521.
170. Sadler-Smith E., Hampson E., Chaston I., Badger B. Managerial Behavior, Entrepreneurial Style and Small Firm Performance. *Journal of Small Business Management*, 2003, vol. 41, no. 1, pp. 47–67.
171. Sapienza H., Grimm C. Founder Characteristics, Start-Up Process, and Strategy/Structure Variables as Predictors of Shortline Railroad Performance. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1997, vol. 22, no. 1, pp. 5–24.
172. Sapienza H., Parhankangas A., Autio E. Knowledge relatedness and post-spin-off growth. *Journal of Business Venturing*, 2004, vol. 19, no. 6, pp. 809–829.
173. Segarra A., Teruel M. High-growth firms and innovation: an empirical analysis for Spanish firms. *Small Business Economics*, 2014, vol. 43, no. 4, pp. 805–821.
174. Shane S. Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, vol. 33, no. 2, pp. 141–149.
175. Shane S. Hybrid organizational arrangements and their implications for firm growth and survival: A study of new franchisors. *Academy of Management Journal*, 1996, vol. 39, no. 1, pp. 216–234.
176. Shepherd D., Wiklund J. Are We Comparing Apples With Apples or Apples With Oranges? Appropriateness of Knowledge Accumulation Across Growth Studies. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 105–123.
177. Shepherd J. Entrepreneurial growth through constellations. *Journal of Business Venturing*, 1991, vol. 6, no. 5, pp. 363–373.
178. Shrader R., Siegel D. Assessing the Relationship between Human Capital and Firm Performance: Evidence from Technology-Based New Ventures. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2007, vol. 31, no. 6, pp. 893–908.
179. Siegel R., Siegel E., MacMillan I. Characteristics Distinguishing High-Growth Ventures. *Journal of Business Venturing*, 1993, vol. 8, pp. 169–180.
180. Sleuwaegen L., Onkelinx J. International commitment, post-entry growth and survival of international new ventures. *Journal of Business Venturing*, 2014, vol. 29, pp. 106–120.
181. Sok P., O'Cass A. The role of intellectual resources, product innovation capability, reputational resources and marketing capability combinations in firm growth. *International Small Business Journal*, 2014, vol. 32, no. 8, pp. 996–1018.
182. Stam E., Wennberg K. The roles of R&D in new firm growth. *Small Business Economics*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 77–89.
183. Steffens P., Davidsson P., Fitzsimmons J. Performance configurations over time: implications for growth and profit oriented strategies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, vol. 33, no. 1, pp. 125–148.
184. Stenholm P., Acs Z., Wuebker R. Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 2013, vol. 28, no. 1, pp. 176–193.
185. Thakur S. Size of Investment, Opportunity Choice and Human Resources In New Venture Growth: Some Typologies. *Journal of Business Venturing*, 1998, vol. 14, no. 3, pp. 283–309.
186. Tomczyk D., Lee J., Winslow E. Entrepreneurs' Personal Values, Compensation, and High Growth Firm Performance. *Journal of Small Business Management*, 2013, vol. 51, no. 1, pp. 66–82.
187. Upton N., Teal E., Felan J. Strategic and Business Planning Practices of Fast Growth Family Firms. *Journal of Small Business Management*, 2001, vol. 39, no. 1, pp. 60–72.
188. Vanacker T., Manigart S., Meuleman M., Sels L. A longitudinal study on the relationship between financial bootstrapping and new venture growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2011, vol. 23, no. 9–10, pp. 681–705.
189. Varum C. A., Rocha V. Employment and SMEs during crises. *Small Business Economics*, 2013, vol. 40, no. 1, pp. 9–25.
190. Wagner J. Firm size, firm growth, and persistence of chance: Testing Gibrat's law with establishment data from Lower Saxony, 1978–1989. *Small Business Economics*, 1992, vol. 4, no. 2, pp. 125–131.
191. Wang C. L., Altinay L. Social embeddedness, entrepreneurial orientation and firm growth in ethnic minority small businesses in the UK. *International Small Business Journal*, 2010, vol. 30, no. 1, pp. 3–23.
192. Wasilczuk J. Advantageous Competence of Owner/Managers to Grow the Firm in Poland: Empirical Evidence. *Journal of Small Business Management*, 2000, vol. 38, no. 2, pp. 88–94.
193. Weinzimmer L. G. Top Management Team Correlates of Organizational Growth in a Small Business Context: A Comparative Study. *Journal of Small Business Management*, 1997, vol. 35, no. 3, pp. 1–9.
194. Welbourne T., Cyr L. The Human Resource Executive Effect in Initial Public Offering Firms. *Academy of Management Journal*, 1999, vol. 42, no. 6, pp. 616–629.
195. Wijewardena H., Cooray S. Determinants of growth in small Japanese manufacturing firms: survey evidence

- from Kobe. *Journal of Small Business Management*, 1995, vol. 33, no. 4, pp. 87–92.
196. Willard G., Krueger D., Feeser H. In Order To Grow, Must The Founder Go: A Comparison Of Performance Between Founder And Non-Founder Managed High-Growth Manufacturing Firms. *Journal of Business Venturing*, 1992, vol. 7, no. 3, pp. 181–194.
 197. Williams L., McGuire S. Economic creativity and innovation implementation: The entrepreneurial drivers of growth? Evidence from 63 countries. *Small Business Economics*, 2010, vol. 34, no. 4, pp. 391–412.
 198. Wing C., Yiu M. Firm Dynamics and Industrialization in the Chinese Economy in Transition: Implications for Small Business Policy. *Journal of Business Venturing*, 1996, vol. 11, no. 6, pp. 489–505.
 199. Wong P., Ho Y., Autio E. Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 2005, vol. 24, no. 3, pp. 335–350.
 200. Wright M., Stigliani I. Entrepreneurship and growth. *International Small Business Journal*, 2013, vol. 31, no. 1, pp. 3–22.
 201. Wu L., Wang C., Chen C., Pan L. Internal Resources, External Network, and Competitiveness during the Growth Stage: A Study of Taiwanese High-Tech Ventures. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 2008, vol. 32, no. 3, pp. 529–549.
 202. Yamakawa Y., Peng M., Deeds D. Rising From the Ashes: Cognitive Determinants of Venture Growth After Entrepreneurial Failure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2015, vol. 39, no. 2, pp. 209–236.
 203. Yusuf A., Saffu K. Planning and Performance of Small and Medium Enterprise Operators in a Country in Transition. *Journal of Small Business Management*, 2005, vol. 43, no. 4, pp. 480–497.
 204. Zahra S., Hayton J. The effect of international venturing on firm performance: The moderating influence of absorptive capacity. *Journal of Business Venturing*, 2008, vol. 23, no. 2, pp. 195–220.

G. Shirokova, St. Petersburg University Graduate School of Management, Far Eastern Federal University School of Economics and Management, Saint Petersburg, Russia, shirokova@gsom.pu.ru

E. Skaletckii, Far Eastern Federal University School of Economics and Management 8 Sukhanova, Vladivostok, Russia, skaletskiy@yandex.ru

The main directions of firm growth research: findings from literature review

Identification of the firms' growth factors is a core task for strategic management. Over the past century, researchers have shown a significant interest in this topic which have been converted in an amount of articles considering the influence of different factors on firm's growth. Nevertheless this topic is so investigated it remains topical actual, because the current models are not accurate in predicting growth. The aim of this article is defining the main directions of firm's growth research on the basis of literature review in order to understand the current stage of theory development and provide perspective avenues for future researches. In order to achieve this aim we have selected articles published during period from 1990 to 2016, devoted to investigating factors influencing firm growth. Based on analysis of 163 articles from top journals in the field of entrepreneurship and management authors distinguished four research directions: influence of the personal characteristics of an entrepreneur on firm growth, influence of different types of resources, influence of internal characteristics and influence of the external environment. Identified features of contemporary stage of development of the research field allow us to identify avenues for future research on firm growth.

Keywords: firm growth, factors of firm growth, strategic management, small and medium sized enterprises, literature review.

About authors:

G. Shirokova, *Professor*

E. Skaletckii, *Postgraduate Student*

For citation:

Shirokova G., Skaletckii E. The main directions of firm growth research: findings from literature review. *Journal of Modern Competition*, 2016, vol. 10, no. 2 (56), pp. 77–106 (in Russian, abstr. in English).

Кукушкина Ю. М., канд. экон. наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва, ykukushkina@hse.ru

Глобальные цепочки создания стоимости и корпоративные интересы транснациональных корпораций¹

В глобальные цепочки создания стоимости вовлечены не столько отдельные экономики, сколько производственные единицы транснациональных корпораций. Как правило, чем больше объемы прямых иностранных инвестиций относительно ВВП страны, тем сильнее эта экономика интегрирована в глобальные цепочки создания стоимости и тем больше удельный вес созданной внутри этой страны добавленной стоимости в ее экспорте. Автор выделяет позитивные и негативные эффекты вовлеченности стран в производственные цепочки, сформированные и контролируемые зарубежными ТНК. Сделан вывод о том, что создание и развитие отечественных ТНК — важный фактор получения максимальных выгод от участия в глобальных цепочках создания стоимости.

Ключевые слова: глобальные цепочки создания стоимости, корпоративные интересы, промежуточные товары, прямые иностранные инвестиции, транснациональные корпорации.

Концепция цепочки добавленной стоимости была предложена в 1960–1970-е годы. В 1977 г. термин «продуктовая цепочка» впервые употребили Т. Хопкинс и И. Валлерстайн в своем труде «Закономерности развития современной мир-системы». В данное понятие авторы вложили следующий смысл: продуктовая цепочка — это связанные процессы, создающие добавленную стоимость продукции на всех стадиях ее производства [Hopkins, Wallerstein, 1997]. Затем исследователи Г. Гереффи, Р. Каплински, П. Гиббон и др. в своих трудах развили тематику именно глобальных цепочек создания стоимости (ГЦСС) [Мешкова, Моисевичев, 2015].

Характерная черта современного этапа развития мирового хозяйства — существование глобальных производственных цепочек, которые представляют собой международную торговлю промежуточными товарами. Для каждой страны важен уровень ее уча-

стия в глобальной цепочке создания стоимости. Этот показатель включает как товары, ввозимые в страну для создания какого-то продукта, так и сырье и компоненты, вывозимые из страны. Поэтому выделяют два типа интеграции страны в глобальные цепочки создания стоимости: 1) участие компонентами — использование импортных промежуточных товаров для производства экспорта (*backward participation*), т. е. в этом случае речь идет о добавленной стоимости, произведенной за рубежом, и 2) участие продукцией — экспорт отечественных промежуточных товаров для последующего использования в производстве в других странах (*forward participation*) [Кадочников, 2015], т. е. имеется в виду добавленная стоимость, созданная внутри страны. Чем выше эти показатели, тем больше страна влияет на мировое производство и экспорт.

Начиная с 1990-х годов главными бенефициарами от глобальных процессов фрагментации производства и торговли промежуточными товарами и услугами стали развивающиеся страны, решившие сделать ставку на встраивание в существующие

¹ Данная работа подготовлена при грантовой поддержке факультета мировой экономики и мировой политики НИУ ВШЭ в 2016 г.

производственные цепочки вместо того, чтобы создавать свое собственное производство и технологии. Так, например, некоторые страны Восточной Европы, КНР, а также страны Юго-Восточной Азии с помощью таких развитых экономик, как Германия, США и Япония, смогли сделать существенный рывок в своем экономическом развитии.

Однако разработанная Джереффи концепция международных продуктовых цепочек демонстрирует, что в трудоемких производствах с низкой заработной платой (например, в обувной промышленности) основная часть прибыли создается не в процессе самого производства, а в процессе координации корпоративной деятельности и контроля над всей продуктовой цепочкой: от разработки дизайна, маркетинга и до розничной продажи, т.е. деятельности, которой обычно руководит материнская компания транснациональной корпорации (ТНК), находящаяся в развитой стране [Ванга, 2015]. В этой сложной цепочке событий и функций развивающиеся страны часто остаются лишь экспортной платформой для простых низкотехнологичных и трудоемких товаров, производимых низкооплачиваемой неквалифицированной рабочей силой. Это усугубляет проблему технологической зависимости развивающихся стран, даже новых индустриальных стран (НИС) Восточной Азии, которые относительно развиты в технологическом аспекте. Именно поэтому индонезийские фабрики, являющиеся субподрядчиками в производстве большого количества спортивной обуви, получают незначительную долю доходов от продажи этой продукции.

Исследование производства iPod компании Apple в Китае показало, что только 4 долл. США из общей стоимости 150 долл. США получают китайские производители, а большая часть прибыли оседает в компаниях США, Японии и Южной Кореи [Linden et al., 2011].

Эти кейсы обнажают неравномерность распределения выгод от ГЦСС, поэтому очень многие исследования посвящены

подсчетам степени участия стран в цепочках и распределения всей добавленной стоимости среди вовлеченных экономик. Очень важно заострять внимание на относительном выигрыше каждой страны, интегрированной в глобальные цепочки создания стоимости, потому что само по себе участие не обязательно приносит выгоды, выраженные в более высокой создаваемой торговлей национальной добавленной стоимости. Кроме того, вовлечение в ГЦСС может приносить не только преимущества, но и риски для некоторых экономик.

Масштабы международной торговли в рамках производственных цепочек транснациональных корпораций

На деятельность транснациональных корпораций на сегодняшний день приходится примерно 30% мировой промышленности, 67% мировой торговли товарами, 95% операций на международном рынке патентов и лицензий [Леденева, Шамрай, 2015]. Это не в последнюю очередь связано с тем, что ТНК вольны в выборе места размещения своих промышленных предприятий, научно-исследовательских центров и управляющих звеньев своей производственной цепи.

ГЦСС обычно находятся под контролем ТНК, поскольку международная торговля промежуточными товарами и готовыми продуктами происходит в основном между их филиалами, подрядчиками и независимыми поставщиками. По данным Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), 80% добавленной стоимости в мире формируется в рамках производственно-торговых цепочек, координируемых транснациональными корпорациями. Также по подсчетам экспертов, 60% — это торговля частями и компонентами, используемыми на разных этапах производства [World Investment Report 2013].

Природные ресурсы могут добываться в одной стране, обрабатываться во второй стране, поступать как промежуточный товар

в третью страну, а продаваться конечный продукт при этом будет в четвертой стране. Стоимость этого сырья определяется лишь один раз в ВВП страны, где оно было добыто, зато несколько раз учитывается в глобальном экспорте. Таким образом, ГЦСС создают существенный элемент повторного счета в торговле. Среднемировой показатель доли добавленной стоимости, произведенной другими странами, в экспорте каждой страны — 28%. То есть около 5 из 19 трлн долл. США (объем мировой торговли в 2010 г.) приходится на двойной учет, когда стоимость одного и того же товара на разных стадиях производства дважды отражена в торговой статистике [World Investment Report 2013]. Таким образом, 14 трлн долл. США — это фактический объем добавленной стоимости в экспорте, что составляет 1/5 мирового ВВП.

Международные производственные сети ТНК, через которые проходит большая часть торговых потоков, ответственны за создание добавленной стоимости. В рамках ГЦСС очень востребована торговля услугами. В то время как доля услуг в совокупном мировом экспорте составляет лишь 20%, почти половина (46%) добавленной стоимости в экспорте создается благодаря сектору услуг [World Investment Report 2013], так как в производстве большинства промышленных товаров задействована сфера услуг.

Модели торговли в ГЦСС определяют, каким именно образом экономический выигрыш от участия будет распределен между вовлеченными экономистами, а выстраиваются они в основном на основе выбора ТНК места приложения своих инвестиций. ТНК, стоящие во главе ГЦСС, за счет своих широких возможностей стараются получить максимальную выгоду, используя эффект экономии от масштаба. В этом местные производители им сильно проигрывают. Однако национальный бизнес все же интегрируется в ГЦСС. Причем это удается сделать не только крупным компаниям — малые и средние предприятия также стремятся за счет участия в ГЦСС получить ряд

экономических выгод: экономический рост и развитие, новые рабочие места, создавая свою добавленную стоимость и используя добавленную стоимость других участников ГЦСС в производстве своего экспорта.

Механизм влияния деятельности ТНК на участие стран в ГЦСС

Через систему ГЦСС проходят финансовые потоки крупнейших транснациональных корпораций. Для обычной национальной компании самостоятельно сформировать ГЦСС — задача практически непосильная, поскольку крайне трудно конкурировать с ТНК. Однако отдельным компаниям все же удается это сделать посредством выхода на мировой рынок с инновационным продуктом, аналогов которого до сих пор не существует.

ТНК координируют ГЦСС, выстраивая взаимодействие поставщиков между собой с помощью разнообразной организационной структуры и схемы управления. Материнская компания, например, может являться прямым собственником своих зарубежных структур либо организовать зарубежное производство, не участвуя в капитале, а на договорной основе. Именно от выбора ТНК схемы управления и организационной структуры зависит распределение положительных экономических эффектов от участия в ГЦСС.

Выбор ТНК места приложения своего капитала зависит от сектора производства, задач и специфики отдельной цепочки создания стоимости. Факторов размещения производств в рамках ГЦСС традиционно меньше количество по сравнению с вертикально интегрированными отраслями. Например, существует больше решающих факторов размещения ПИИ в производстве электроники, чем определяющих размещение производств по сборке электронной техники.

Однако опыт отдельных стран показывает, что возможны варианты. В частности, если страна участвует в ГЦСС, производя только дешевые товары, или удельный вес

импортных компонентов в экспорте слишком большой, то и вклад ГЦСС в добавленную стоимость будет весьма ограниченным. Более того, в основном добавленная стоимость в развивающихся экономиках создается структурами, подчиненными ТНК, а выгоды от этого для принимающей страны могут оказаться незначительными, так как происходит возвращение части доходов от вложенных за рубежом инвестиций в страну, где находится материнская компания. Однако есть примеры и того, когда дочерние структуры ТНК реинвестируют такой объем доходов, который компенсирует или даже превосходит репатриацию этих доходов. В некоторых случаях и вклад национального бизнеса в развитие ГЦСС может быть очень весомым.

Взаимосвязь прямых иностранных инвестиций и участия в ГЦСС

Инвестиции и торговля тесно взаимосвязаны. Уровень прямых иностранных инвестиций — важный фактор углубления и масштабирования участия отдельно взятой экономики в международных цепочках создания стоимости, так как расширение деятельности ТНК через прямые иностранные инвестиции (ПИИ) — главная движущая сила ГЦСС, что демонстрирует взаимозависимость между удельным весом ПИИ в странах и их участием в ГЦСС (рис. 1). Зарубежные филиалы оказывают существенное влияние на удельный вес импортных промежуточных товаров и услуг в экспорте страны, а следовательно, являются важным фактором, определяющим степень вовлеченности экономики в ГЦСС.

На рис. 1 показаны результаты исследования специалистов ЮНКТАД, которые ранжировали 180 стран по группам в зависимости от соотношения объема накопленных ПИИ к ВВП, а затем рассчитали для каждой группы ключевые показатели добавленной стоимости — доля иностранной добавленной стоимости в экспорте и индекс участия в ГЦСС. Проанализировав эти данные, можно сделать вывод, что группа стран

с высокими объемами ПИИ по отношению к размерам ВВП имеет:

- более высокие показатели иностранной добавленной стоимости в своем экспорте (зарубежные дочерние компании ТНК нередко используют компоненты филиалов ТНК, находящихся в других странах);
- более высокий уровень участия в ГЦСС (зарубежные дочерние компании ТНК не только используют иностранные части в производстве конечной продукции, но также поставляют промежуточные товары в другие подразделения ТНК для дальнейшего экспорта);
- более высокий вклад добавленной стоимости в свой ВВП.

Двигатель торговли большой частью минеральных ресурсов — крупные трансграничные инвестиции ТНК в добывающую промышленность. В поисках рынков для инвестирования ТНК создают торговые потоки, нередко сдвигая торговлю между независимыми поставщиками на внутрифирменный уровень. Компании стремятся разместить свои прямые иностранные инвестиции как можно эффективнее, поэтому отдельные стадии производственного процесса размещают там, где это наиболее дешево. Такая фрагментация производства как раз и ассоциируется с ГЦСС, которые увеличивают объемы торговых потоков внутри международных производственных сетей ТНК. Соотношение мировых ПИИ и объемов международной торговли выросло вдвое за последнее десятилетие. ПИИ все больше стимулируют торговлю по всему миру.

Более 60% накопленных ПИИ приходится на сектор услуг, значительная часть которого связана с ГЦСС. На услуги приходится более 35% ПИИ, если мы учитываем ПИИ только в нефинансовом секторе. Подобная ситуация характерна как для развитых, так и для развивающихся стран. В развивающихся странах добавленная стоимость первичного сектора (сырья) в совокупном экспорте всего на 4 процентных пункта выше, чем средний показатель по всем странам.

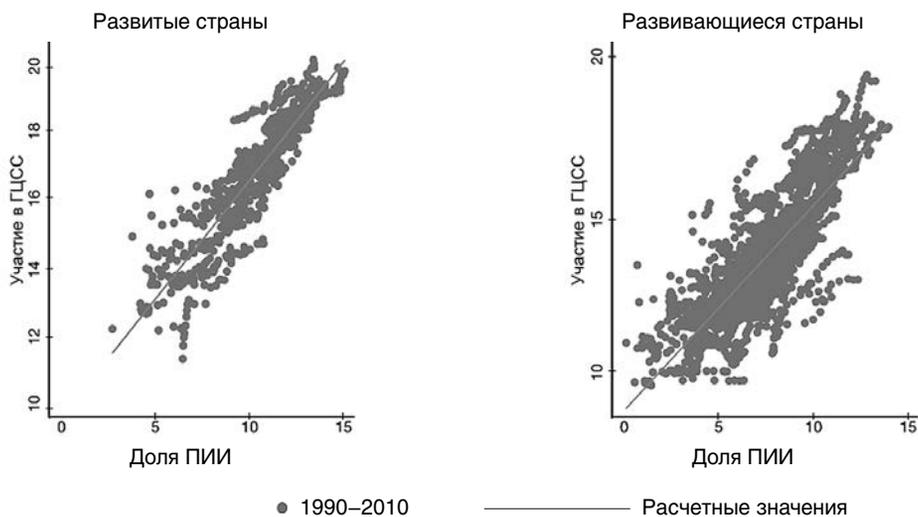


Рис. 1. Участие в ГЦСС относительно внутренней доли ПИИ (развитые и развивающиеся страны), в 1990–2010 гг.

Fig. 1. Correlation between levels of inward FDI stock and GVC participation, developed and developing countries, 1990–2010.

Источник: Последствия глобальных цепочек создания стоимости для торговли, инвестиций, развития и занятости // ОЭСР, ВТО, ЮНКТАД. Составлен для саммита стран G-20 в Санкт-Петербурге (Российская Федерация). 2013. URL: http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/activity/sections/foreigneconomicactivity/economic_organization/russiaj20j8/doc20131205_7

Это происходит за счет немного более высокого удельного веса объемов ПИИ в сырьевой сектор данных стран (8% по сравнению со средним показателем по миру — 7%) [Global Value Chains and Development].

Таким образом, вовлеченность ТНК в процесс создания добавленной стоимости в торговле подтверждается статистикой, которая демонстрирует взаимосвязь между накопленными объемами ПИИ в странах и их участием в ГЦСС. Так, для беднейших стран ПИИ могут быть чуть ли не единственной возможностью получить доступ к ГЦСС и участвовать в них.

Особенности деятельности ТНК в различных группах стран в контексте ГЦСС

Значительная часть внутрифирменной торговли ТНК — это трансграничная торговля товарами и услугами между материнской компанией и филиалами или между дочерними компаниями ТНК, а не межфирмен-

ные торговые потоки между несвязанными между собой компаниями. Средний показатель доли межфирменной международной торговли — 30% экспорта страны, однако показатель каждой страны может сильно отличаться от данной цифры [Global Value Chains and Development]. Что касается торговли услугами, то здесь значение межфирменной торговли в рамках ТНК еще выше.

Если детализировать эти данные, то, по подсчетам ЮНКТАД, в США в 2010 г. на дочерние компании зарубежных ТНК в стране приходилось до 20% экспорта и до 28% импорта товаров, в то время как доля американских² ТНК составляла 45% всего экспорта и 39% всего импорта. Следовательно, около 2/3 экспорта и импорта товаров происходит в рамках торговли между структурами ТНК. В Европе в 2009 г. экспорт французских ТНК составил около 31%

² Страновая принадлежность ТНК определяется по месту базирования ее штаб-квартиры.

всего европейского экспорта и 24% всего европейского импорта товаров, в то время как на долю филиалов зарубежных ТНК во Франции пришлось 34% экспорта и 38% импорта товаров. Таким образом, около 64% совокупного французского экспорта и 62% французского импорта в 2009 г. составила торговля внутри производственных цепочек ТНК. Подобную картину статистика отражает и по другим странам — членам ЕС. На японские ТНК приходится 85% экспорта товаров и услуг Японии, а доля иностранных филиалов составляет 8%, т. е. до 93% японского экспорта товаров и услуг связано с деятельностью ТНК. 50% китайского экспорта и 48% китайского импорта в 2012 г. пришлось на «дочки» иностранных ТНК [Global Value Chains and Development]. Если добавить к этому экспорт китайских ТНК, хотя их доля в национальном экспорте не такая впечатляющая, как у ТНК Франции и США, то доля торговых потоков между структурными единицами ТНК будет выше, чем в США.

В развивающихся странах вклад ТНК во внешнюю торговлю еще больше по двум причинам. Во-первых, торговля сконцентрирована в основном в небольшом числе крупных экспортеров и импортеров с превышающей средние показатели производительностью, т. е. преимущественно в руках ТНК и их дочерних компаний. Во-вторых, доля добывающей промышленности в экспорте этих стран достигает 25%, что существенно выше среднемирового показателя (примерно 17%) [Global Value Chains and Development]. И именно в добычу и торговлю природными ресурсами вовлечены ТНК в данной группе стран.

Полноценно включиться в ГЦСС без органичного участия в транснационализации мирового хозяйства — трудновыполнимая задача. Этот процесс способствует распределению экономических выгод в пользу развитых стран, поэтому эффективному включению развивающихся стран в глобальный процесс создания стоимости могло бы помочь развитие отечественных ТНК. Это ста-

новится все большей необходимостью для развивающихся стран, ведь они рискуют остаться на нижних звеньях ГЦСС из-за высокой конкуренции для местных компаний со стороны ТНК, которые стремятся минимизировать расходы на оплату труда, а жесткие требования к защите интеллектуальной собственности и дорогие маркетинговые стратегии ТНК не дают им возможности занять более высокие позиции в ГЦСС.

Развивающиеся страны в настоящее время осознают острую необходимость в развитии собственных ТНК. Это проявляется в том, что ТНК из этих стран начинают конкурировать с ТНК стран развитых. В частности, в 2006 г. в рейтинге 500 крупнейших компаний мира развивающиеся страны были представлены всего 43 компаниями. В 2015 г. в рейтинг Financial Times Global 500 входят 76 таких компаний, многие из которых — из стран БРИКС. Число ТНК из некоторых развивающихся стран растет быстрыми темпами (табл. 1).

Так, из табл. 1 видно, что, например, за 2006–2015 гг. Индия увеличила число своих компаний в списке с 8 до 14. В 2006 г. Китай не был представлен ни одной компанией, а в 2015 г. сразу 37 китайских корпораций вошли в этот рейтинг. В то же время за указанный период значительно сократилось число ТНК из развитых стран. Так, за этот же период почти в 2 раза сократилось количество компаний из Японии — с 60 до 35. Менее резким, но также значительным было сокращение числа компаний Великобритании и Франции: с 39 до 32 и с 30 до 24 соответственно.

В высшей степени важную роль играет не только развитие отечественных ТНК, но и их выход на зарубежные рынки, гармонизация тарифных и нетарифных торговых мер, отмена или хотя бы ограничение требований к локализации производства и т. п. Именно ТНК, стимулирующие развитие ГЦСС, лоббируют существенное снижение уровня протекционизма и упрощение таможенных процедур.

Таблица 1. Страновая принадлежность крупнейших компаний мира

Table 1. Country of origin of the world's biggest companies

Страна	Число компаний	
	2006 г.	2015 г.
США	197	209
Китай	0	37
Великобритания	39	32
Япония	60	35
Франция	30	24
Германия	19	18
Гонконг	7	18
Швейцария	11	11
Канада	22	19
Австралия	9	10
Индия	8	14
Испания	8	7
Швеция	8	10
Южная Корея	9	4
Бразилия	6	6
Нидерланды	12	6
Италия	12	6
Бельгия	8	7
Россия	6	5
Дания	3	3
Тайвань	4	2
Саудовская Аравия	9	4
Сингапур	1	4
ЮАР	5	3

Источник: составлено автором по Financial Times Global 500 за 2006 и 2015 гг. [Financial Times Global].

Наиболее привлекательны для иностранных ТНК быстро развивающиеся экономики из-за довольно высоких темпов экономического роста. Такая тенденция обусловлена повышением значимости обрабатывающей промышленности, сектора услуг, возросшими инвестициями в НИОКР, внутренним спросом и доходами потребителей. Этому способствует и успешное использование данными странами благ глобализации посредством интеграции в существующие и создания собственных ГЦСС, опираясь на международный опыт ТНК.

ГЦСС возникли, по сути, как региональные цепочки создания стоимости в Восточной Азии в результате активной деятельности японских инвесторов. Доля внутрирегиональной торговли в Восточной Азии увеличилась приблизительно с 34% в 1980 г. до 51% в 2013 г. Произошло это в основном за счет торговли промежуточными товарами. Такие структурные изменения места и роли восточноазиатских стран с различным уровнем экономического развития в международной торговле получили название модели «стаи летящих гусей». Японские ТНК открыли производственные филиалы во многих странах региона, включив затем и Юго-Восточную Азию, с целью использовать местные преимущества и создать экспортную платформу для промежуточных товаров. В дальнейшем филиалы ТНК из других развитых стран распространились по всему региону.

Китай как некогда источник дешевой рабочей силы с растущей стоимостью производства становится все менее привлекательным для ТНК, уступая свои позиции таким странам, как Бангладеш, Вьетнам и Камбоджа. По прогнозам специалистов, есть высокая вероятность того, что в среднесрочной перспективе ТНК перенесут свои производства из этих стран, а также Китая в страны Латинской Америки и Африки южнее Сахары [Леденева, Шамрай, 2015].

Для российского бизнеса интеграция в ГЦСС — сложная задача в связи с тем, что немногие выдерживают конкуренцию со стороны иностранных ТНК и так и остаются национальными компаниями, не сумевшими выйти на глобальный уровень, потому что Россия участвует в ГЦСС лишь за счет экспорта сырья. Вообще для стран-нефтеэкспортеров, включая Россию, характерна передача больших объемов добавленной стоимости другим странам, которые ее потом реэкспортируют. В целом Россия и Саудовская Аравия не слишком зависят от импорта оборудования, необходимого для производства и экспорта нефти и нефтепродуктов. Таким образом, стоимость иностранного оборудо-

вания составляет невысокую долю в экспортной цене. То же относится и к странам, в экспорте которых преобладают услуги, например Индия. В этом случае также нет большой необходимости в иностранных компонентах.

Удельный вес добавленной стоимости в страновом экспорте говорит о том, насколько промышленный сектор страны и ее экспорт зависят от импорта, а также указывает на специализацию страны в производстве определенных товаров и ее место в ГЦСС. Крупнейшие страны-экспортеры в мире сильно отличаются по показателям произведенной внутри и за пределами страны добавленной стоимости. По данным ЮНКТАД, доля зарубежной добавленной стоимости составляет в развитых странах 31%, что выше показателя в среднем по миру и в развивающихся странах. Лидер по доле добавленной стоимости в экспорте — страны ЕС, где этот показатель достигает 39%. На внутрирегиональную торговлю приходится 70% всей торговли ЕС. В США удельный вес добавленной за границей стоимости в экспорте составляет лишь 11%, а в Японии — 18%, т. е. они полагаются в основном на развитые промышленные цепочки внутри страны. Доля зарубежной добавленной стоимости в экспортных товарах развивающихся стран — примерно 25%. Наибольшая зависимость от импортных комплектующих и компонентов характерна для стран Восточной и Юго-Восточной Азии и латиноамериканских государств [World Investment Report 2013].

Кроме того, удельный вес зарубежной добавленной стоимости различается по секторам. Чаще всего процессам фрагментации и переносу производства за рубеж подвергаются автомобильная и электротехническая промышленность. Причем развитые страны производят в основном детали, а развивающиеся страны занимаются их сборкой. Обратная ситуация в производстве текстиля. Сначала в развивающихся странах производят полуфабрикаты, которые затем в странах развитых превращают в готовую продукцию. Относительно высо-

кая доля добавленной стоимости, созданной за рубежом, наблюдается в перерабатывающих отраслях. Добыча природных ресурсов практически не требует ввоза промежуточных товаров из-за рубежа, поэтому здесь можно отметить низкую долю иностранной добавленной стоимости в экспорте.

Корпоративные стратегии ТНК и интересы развивающихся стран

Для того чтобы получать выгоды от участия в ГЦСС, как ТНК, так и принимающие их филиалы страны должны грамотно подойти к вопросу разработки стратегии участия в производственных цепочках.

Сформированная благодаря ГЦСС добавленная стоимость может достигать довольно больших размеров относительно ВВП и давать заметные положительные экономические эффекты. В частности, существует положительная взаимосвязь между участием в ГЦСС и уровнем роста ВВП на душу населения: экономики с быстрой интенсификацией участия в ГЦСС имеют уровень роста ВВП на душу населения примерно на 2 процентных пункта выше среднего. Более того, результатом участия в ГЦСС становится снижение уровня безработицы, даже если участие в ГЦСС зависит от доли импорта в экспорте [Последствия глобальных цепочек создания...].

Однако что касается роста занятости как результата участия в ГЦСС, то он может отличаться нестабильностью и плохими условиями труда, например несоблюдением безопасности труда. В то же время ГЦСС могут стать источником для получения международного опыта в социальной и экологической сферах.

Для развивающихся стран ГЦСС могут быть важным средством создания производственной мощности, в том числе через распространение технологий и формирование навыков, открывая возможности для модернизации промышленности. Но стоит заметить, что погоня за потенциальными долго-

срочными выгодами от участия в ГЦСС может иметь побочный эффект в виде высокой степени зависимости от ограниченной технологической базы и от доступа к цепочкам создания стоимости, управляемым ТНК.

Переход на более высокий уровень в ГЦСС с целью получения большей выгоды от участия необходимо осуществлять как на уровне бизнеса, так и на уровне правительств государств. Национальным компаниям, деятельность которых не носит глобальный характер, важно учитывать специфику управления и взаимодействия с другими участниками ГЦСС, включая ТНК. Правительства же должны заботиться о создании более высокой внутренней добавленной стоимости страны для совершенствования своих позиций в ГЦСС.

Кроме того, успешные пути модернизации ГЦСС зависят не только от факторов участия в торговле с добавленной стоимостью и формирования внутренней добавленной стоимости. Они также зависят и от постепенного расширения участия в ГЦСС, двигаясь от экспорта, основанного на ресурсах, к экспорту с постепенно растущим технологическим уровнем.

Для встраивания в зарубежную экономику ТНК должны разрабатывать корпоративную стратегию развития и взаимодействия с национальными производителями на этом рынке. Существует множество способов сопряжения корпоративных интересов ТНК, принимающего государства и отечественного бизнеса. Выбор стратегии зависит от развития сектора экономики, конкурентоспособности национального бизнеса и его инновационной составляющей, государственной политики по привлечению ПИИ и целей ТНК.

Так, одним из вариантов стратегии развития ТНК на местном рынке может быть вытеснение с этого рынка национальных хозяйств. Однако в современных условиях ТНК не обязательно выбирать именно стратегию прямого конкурирования. Инновации могут существенно повлиять на поведение агентов на рынке. В интересах принимающего

государства создать благоприятную институциональную среду для поощрения инновационного развития. Конкуренция в отрасли, на которую нацелены ТНК, способствует развитию всех типов инноваций. Кроме того, нередко ключевым фактором в развитии инноваций в некоторых секторах является государственная политика, а не высокая конкуренция или присутствие ТНК. Ноу-хау могут заменить труд в качестве ресурса для создания добавленной стоимости. В цене товаров и услуг развитых стран интеллектуальная рента может достигать 50% и выше.

Для развития бизнеса в принимающей стране дочерним компаниям ТНК необходимо постепенно устанавливать связи с местным бизнесом, благодаря чему рост хорошо налаженного экспорта, вероятнее всего, будет устойчивым и выгодным для принимающей страны. Таким образом, страна обеспечивает себе большую добавленную стоимость, созданную на ее территории, что, следовательно, положительным образом скажется на конкурентоспособности местных компаний. Таким наглядным примером являются Китай и Индия, стремящиеся максимально использовать деятельность на своей территории экспорториентированных ТНК для развития своего внутреннего потенциала.

Однако существуют и противоположные примеры, когда активизация деятельности ТНК в принимающей стране не ведет к росту экспорта и улучшению экономических показателей этой страны, поскольку ТНК и национальный бизнес преследуют каждый свои интересы, которые могут вступить в противоречия.

По словам Р. Болдуина, профессора мировой экономики Женевского института международных исследований, в ближайшем будущем не международные организации будут регулировать МЭО — эта функция перейдет в ведение производственных цепочек от изобретения до поставки товара [ВТО никому не нужна, 2013]. Это подтверждает идею, что развивающимся странам лучше интенсифицировать свое участие

в существующих ГЦСС, чем пытаться с нуля создать собственные производства.

Страны и ТНК, объединяясь в производственные цепочки, получают доступ к новым технологиями и формируют новую систему МЭО, где любые торговые барьеры губительны для всех участников. Протекционизм противоречит интересам как национальных экономик, так и ТНК, поскольку первым невыгодно торговать с партнерами по ГЦСС, а вторым — между своими структурными подразделениями в условиях высокого уровня таможенно-тарифной защиты и наличия нетарифных торговых барьеров. Осознавая это, все участники ГЦСС стремятся к снижению таможенных тарифов, упрощению процедур торговли и развитию инвестиционного сотрудничества посредством двусторонних или региональных торговых и инвестиционных соглашений. В этой связи в условиях, когда в координации производственных цепочек ТНК играют ключевую роль, работа по развитию ГЦСС за счет выработки новых гармонизированных правил и норм в торговле в ближайшие годы будет вестись в основном уже не в рамках многосторонних переговоров Всемирной торговой организации, а в первую очередь на переговорах по региональным торговым соглашениям, которые нередко лоббируют именно ТНК.

Заключение

ГЦСС включают в себя организационные, производственные и логистические процессы: от идеи создания до переработки. В основном эти цепочки контролируются ТНК. Они могут начинаться в развивающихся странах, где осуществляются начальные стадии производства, и заканчиваться в развитых и развивающихся странах, где конечный продукт продается под определенным брендом. Процесс такой фрагментации производства серьезно интенсифицирует международную торговлю.

Практика показывает, что некоторые страны сумели успешно встроиться в ГЦСС, по-

лучив от этого экономические выгоды за счет создания мощной национальной промышленности и последующего подъема на более качественный уровень участия в производственных цепочках. Один из факторов и условий подъема страны по лестнице развития глобальных цепочек создания стоимости — наличие собственных ТНК, которые будут управлять ГЦСС, а также сети поставщиков как внутри страны, так и за ее пределами.

Таким образом, странам необходимо использовать интеграцию в ГЦСС как механизм экономического роста, борьбы с безработицей, увеличения доходов на душу населения и модернизации производства. Однако при этом нужно помнить, что на пути встраивания в ГЦСС существуют препятствия и риски, которые создаются для национальных компаний в первую очередь зарубежные ТНК, с которыми предстоит конкурировать за наиболее прибыльные звенья производственной цепочки.

Список литературы

1. *Banga R.* Measuring value in global value chains // *Transnational Corporations*. 2015. Vol. 21. No. 3. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diaeia2014d1_en.pdf
2. *Financial Times Global 500* // 2006. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/1/19e214d6-f7c7-11da-9481-0000779e2340.html#axzz46Yj665yW>
3. *Financial Times Global 500* // 2015. URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/a352a706-16a0-11e5-b07f-00144feabdc0.html#axzz46Yj665yW>
4. *Global Value Chains and Development* // UNCTAD. 2013.
5. *Hopkins T., Wallerstein I.* Patterns of Development of the Modern World-System // *Review*. 1977. Vol. 1. № 2. P. 128.
6. *Linden G., Dedrick J. and Kraemer K. L.* Innovation and Job Creation in a Global Economy: The Case of Apple's iPod // *Journal of International Commerce and Economics*. 2011. № 3 (1). P. 223–239.
7. *World Investment Report 2013: Global Value Chains* // UNCTAD. 2013. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013_en.pdf
8. *ВТО никому не нужна, а от России не ждут реформ* // *Финмаркет*. 2013. URL: <http://www.finmarket.ru/main/article/3191291>
9. *Кадочников П. А.* Перспективные вопросы расширения участия России в глобальных цепочках добавленной стоимости // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2015. № 2. URL: http://www.iep.ru/files/text/hauchnie_jurnali/kadochnikov_RVV_02-2015.pdf
10. *Леденева М. В., Шамрай Л. В.* Глобальные цепочки добавленной стоимости в мировом воспроизводственном процессе // *Бизнес. Образование. Право*.

- Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. № 3. URL: <http://vestnik.volbi.ru/upload/numbers/332/article-332-1426.pdf>
11. Мешкова Т. А., Моисеичев Е. Я. Мировые тенденции развития глобальных цепочек создания добавленной стоимости и участие в них России // Вестник Финансового Университета. 2015. № 1. URL: http://www.fa.ru/dep/vestnik/Documents/VFU_01-2015.pdf
 12. Последствия глобальных цепочек создания стоимости для торговли, инвестиций, развития и занятости // ОЭСР, ВТО, ЮНКТАД. Составлен для саммита стран G-20 в Санкт-Петербурге (Российская Федерация). 2013. URL: http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/activity/sections/foreigneconomicactivity/economic_organization/russiaj20j8/doc20131205_7
 6. Kadochnikov P. A. Perspektivnye voprosy rasshireniya uchastiya Rossii v global'nykh tsepochkakh dobavlennoi stoimosti. *Rossiiskii vnesheekonomicheskii vestnik*, 2015, no. 2. Available at: http://www.iep.ru/files/text/nauchnie_jurnali/kadochnikov_RVV_02-2015.pdf
 7. Ledeneva M. V., Shamrai L. V. Global'nye tsepochki dobavlennoi stoimosti v mirovom vosproizvodstvennom protsesse, *Biznes. Obrazovanie. Pravo. Vestnik Volgogradskogo Instituta Biznes*, 2015, no. 3. Available at: <http://vestnik.volbi.ru/upload/numbers/332/article-332-1426.pdf>
 8. Meshkova T. A., Moiseichev E. Ya. Mirovye tendentsii razvitiya global'nykh tsepochek sozdaniya dobavlennoi stoimosti i uchastie v nikh Rossii, *Vestnik Finansovogo Universiteta*, 2015, no. 1. Available at: http://www.fa.ru/dep/vestnik/Documents/VFU_01-2015.pdf
 9. Linden G., Dedrick J. and Kraemer K. L. Innovation and Job Creation in a Global Economy: The Case of Apple's iPod. *Journal of International Commerce and Economics*, 2011, no. 3 (1), pp. 223–239.
 10. Posledstviya global'nykh tsepochek sozdaniya stoimosti dlya torgovli, investitsii, razvitiya i zanyatosti, OECD, WTO, UNCTAD, 2013. Available at: http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/activity/sections/foreigneconomicactivity/economic_organization/russiaj20j8/doc20131205_7
 11. VTO nikomu ne nuzhna, a ot Rossii ne zhdut reform. *Finmarket*, 2013. Available at: <http://www.finmarket.ru/main/article/3191291>
 12. World Investment Report 2013: Global Value Chains, UNCTAD, 2013. Available at: http://unctad.org/en/Publication-Library/wir2013_en.pdf

References

1. Banga R. Measuring value in global value chains. *Transnational Corporations*, 2015, vol. 21, no. 3. Available at: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diaeia2014d1_en.pdf
2. Financial Times Global 500, 2006. Available at: <http://www.ft.com/intl/cms/s/1/19e214d6-f7c7-11da-9481-0000779e2340.html#axzz46Yj665yW>
3. Financial Times Global 500, 2015. Available at: <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/a352a706-16a0-11e5-b07f-00144feabdc0.html#axzz46Yj665yW>
4. Global Value Chains and Development, UNCTAD, 2013.
5. Hopkins T., Wallerstein I. Patterns of Development of the Modern World-System. *Review*, 1977, vol. 1, no. 2, p. 128.

Y. Kukushkina, National Research University Higher School of Economics (HSE),
Moscow, Russia, ykukushkina@hse.ru

Global value chains and corporate interests of multinational corporations¹

Modern stage of development of the world trade is characterized by phenomenon of Global value chains (GVC), which means a situation when the final good at each stage of production is produced in different regions of the World. This trend mainly can be attributed to separate production units within Multinational Corporations (MNCs) rather than to different countries. Generally, there is a positive correlation between the share of inward foreign direct investments (FDI) in GDP of a specific country and the level of its participation in GVCs and its internal value added in the export: the higher the former, the bigger is latter. So it is becoming more and more important for individual economies to integrate into existing GVCs. The author outlines positive and negative effects of countries' participation in GVCs, which are created and controlled by foreign MNCs. Additionally, the article explains the mechanism of MNCs' impact on GVC development. Today we can see that a new trend of the international trade is the growing role of MNCs from emerging countries like China and India. So the main conclusion is that in order to benefit from participation in GVC countries need to stimulate the creation and growth of their own multinationals.

Keywords: corporate interests, FDI, global value chains, intermediate goods, multinationals.

About author: Y. Kukushkina, *PhD in Economics*

For citations: Kukushkina Y. Global value chains and corporate interests of multinational corporations. *Journal of Modern Competition*, 2016, vol. 10, no. 2 (56), pp. 77–117 (in Russian, abstr. in English).

¹ This article is an output of a research project implemented as part of the Individual Research Program of the School of World economy and International Affairs at National Research University — Higher School of Economics.

Воронов Д. С., канд. экон. наук, заведующий кафедрой экономики и управления инвестиционно-строительной деятельностью НЧОУ ВО Технический университет УГМК, г. Верхняя Пышма, vds1234@yandex.ru

Оценка конкурентоспособности крупнейших российских компаний по итогам 2015 года

В настоящем исследовании проводится оценка конкурентного статуса крупнейших компаний Российской Федерации по итогам 2015 г. с целью выявления наиболее конкурентоспособных предприятий в условиях макроэкономической нестабильности. Авторами показано, что недостаточная актуальность, а также несовершенство применяемой методики ранжирования не позволяют использовать существующие рейтинги для оценки текущей конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Проанализированы основные методы оценки конкурентоспособности предприятий. Изложены основные принципы динамического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий, приведен математический аппарат и алгоритм анализа, раскрываются теоретические и методологические принципы, лежащие в основе динамического подхода. Сформулированы методологические и методические преимущества динамического подхода по сравнению с традиционными методами оценки конкурентоспособности предприятий. Рассматриваются практические аспекты оценки и анализа конкурентоспособности предприятий на основе динамического метода. Проведены расчеты по оценке конкурентоспособности крупнейших компаний Российской Федерации по итогам 2015 г. Проведен анализ конкурентоспособности по отраслям. Показано, что в отличие от традиционных рейтингов, которые, как правило, основываются только на одном показателе (чаще всего — выручке или капитализации хозяйствующего субъекта, взятой за один отчетный период), ранжирование компаний с использованием динамического подхода — более точный инструмент оценки их конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, оценка конкурентоспособности предприятий, динамический метод оценки конкурентоспособности предприятий.

Введение

В условиях глобальной макроэкономической и геополитической нестабильности крайне актуальна оценка конкурентоспособности крупнейших российских компаний, что отмечается ведущими специалистами в области стратегического менеджмента (см., в частности, [Рубин, 2010; Коваленко, 2013; Гельвановский, 2012]). Если в отношении отдельных предприятий информация для мониторинга их финансового состояния имеется в достаточном объеме (текущие отчеты о результатах финансово-хозяйственной деятельности, оценки аналитиков инвестиционных домов и рейтинговых

агентств), то исследований, посвященных сравнительной (а не обособленной) оценке динамики основных финансовых показателей хозяйствующих субъектов, на наш взгляд, — недостаточно. Точнее говоря, имеющиеся исследования в указанной сфере несколько «отстают от времени», оперируют неактуальными данными.

Речь в первую очередь идет о рейтингах крупнейших российских компаний, публикуемых ведущими отечественными экономическими изданиями: Forbes-200¹, Эксперт-600²,

¹ <http://www.forbes.ru/ratings>

² <http://raexpert.ru/ratings/expert400/>

РБК-500³. Безусловно признавая тот колоссальный объем работ по сбору информации, который выполняют авторы указанных рейтингов, тем не менее отметим, что все эти работы публикуются с некоторым запозданием. Так, рейтинги Forbes-200 и РБК-500 по отчетности за 2014 г. были опубликованы в сентябре 2015 г., а Эксперт-600 — лишь в октябре 2015 г. При этом очевидно, что для обеспечения актуальности оценки конкурентоспособности необходимо принимать во внимание данные не относительно «благополучного» 2014 г., а свежие показатели «турбулентного» 2015 г. Но уважаемые рейтинги учтут их в своих расчетах не ранее сентября 2016 г.

Кроме того, в основу упомянутых рейтингов положено ранжирование компаний по объемам выручки. Ни операционная эффективность (рентабельность), ни динамика иных ключевых показателей финансово-хозяйственной деятельности при этом не учитывается. В силу этого позиции компаний в таких рейтингах и их действительная конкурентоспособность могут существенно отличаться. Так, в числе лучших компаний Российской Федерации по итогам 2014 г. в указанных рейтингах фигурируют Мечел, СУ-155, Трансаэро. Резонансные банкротства указанных хозяйствующих субъектов в 2015 г. красноречиво свидетельствуют о том, что абсолютная величина выручки далеко не всегда отражает конкурентный статус компании.

Таким образом, цель настоящего исследования — выявление наиболее конкурентоспособных отечественных компаний в текущих экономических условиях. При этом недостаточная актуальность данных, а также несовершенство применяемой методики ранжирования не позволяют использовать существующие рейтинги в целях оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Следовательно, оценка влияния макроэкономической волатильности на по-

казатели крупнейших отечественных компаний может быть осуществлена только посредством применения специальных методов оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

Выбор метода исследования

Анализ экономической литературы позволяет выделить следующие основные подходы к оценке конкурентоспособности предприятий.

Продуктовые методы. В рамках рассматриваемого подхода конкуренция компаний рассматривается как конкуренция их продукции. Продуктовые методы [Фатхутдинов, 2008] базируются на суждении о том, что оценка конкурентоспособности хозяйствующего субъекта может быть произведена через оценку конкурентоспособности его продукции: чем выше конкурентоспособность товара — тем выше конкурентоспособность предприятия. При этом для определения конкурентоспособности продукции используются различные маркетинговые и качественные методы, в основе большинства которых лежит нахождение соотношения *цена-качество* продукции.

Заметим, что конкурентная сила продуктов не тождественна устойчивому конкурентному преимуществу предприятия, поскольку любые ценовые или качественные преимущества продукции относительно быстро копируются конкурентами, и экономические выгоды от них исчезают. Кроме того, применение рассматриваемой группы методов предполагает сопоставление схожей продукции. В силу этого оценку конкурентоспособности хозяйствующего субъекта сугубо через оценку конкурентоспособности его продукции считаем принципиально неверной (комплексное рассмотрение вопроса о соотношении конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции см. [Воронов, 2015a]).

Матричные методы. В рамках становления и развития стратегического менедж-

³ <http://www.rbc.ru/rbc500>

жмента была определена задача преодолеть ограниченность продуктовых методов и перейти к оценке конкурентоспособности компании с учетом полного спектра ее функций и долгосрочных целей.

Таким инструментом оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов можно признать «матричные» методы, разработанные в 1960-х годах американскими консалтинговыми компаниями. Своё название эти модели получили в силу использования матричной формы отображения результатов оценки и анализа. Другая характерная черта данной группы методов — ярко выраженный акцент на маркетинговой оценке деятельности предприятия, в результате чего компания рассматривается как совокупность различных бизнес-единиц (продуктовый портфель).

К сожалению, матричные методы неприменимы и для решения нашей задачи: позволяя с некоторой погрешностью оценить конкурентоспособность отдельно взятой компании, матричные методы не позволяют оценить конкурентоспособность одновременно нескольких предприятий, что как раз и требуется в нашей ситуации.

Операционные методы. Выделение операционных методов как самостоятельного инструмента оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов происходило как развитие инструментария матричных моделей стратегического планирования [Andrews, 1971; Ansoff, 1965]. В соответствии с операционным подходом [Фасхиев, 2003] наиболее конкурентоспособны те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб (в литературе эта группа методов известна также под названием «методы, основанные на теории эффективной конкуренции»).

Для оценки конкурентоспособности исследуемого предприятия операционным методом в первую очередь необходимо определить перечень операций и показателей, являющихся значимыми для обеспечения конкурентоспособности. Состав и структура оцениваемых показателей

и операций существенно варьируются в зависимости от исследуемой отрасли и автора методики.

В целях оценки конкурентоспособности исследуемого предприятия каждый из показателей сопоставляется с аналогичным показателем конкурирующего хозяйствующего субъекта (либо эталонным значением), в результате чего определяются частные коэффициенты эффективности по каждой операции. В дальнейшем в зависимости от метода в целях оценки конкурентоспособности компании полученные частные коэффициенты эффективности подвергаются математической обработке. Чаще всего показатель конкурентоспособности предприятия находят путем вычисления средневзвешенного значения из частных коэффициентов эффективности.

Позволить себе исследование конкурентоспособности предприятия при помощи операционных методов могут исключительно специализированные организации. К ним относятся в первую очередь рейтинговые агентства, устанавливающие инвестиционные рейтинги хозяйствующих субъектов. Рейтинговые модели специализированных агентств — это не что иное, как взвешенная оценка кредитоспособности компаний, основанная на учете количественных показателей финансово-хозяйственной деятельности, качественных управленческих данных, показателей поддержки группы или государства, параметрах кредитной истории и предупреждающих сигналах. Схожие рейтинговые модели используются кредитными организациями, применяющими внутренние рейтинги заемщиков согласно базельским соглашениям об оценке банковских рисков. В терминологии настоящего исследования рейтинговые модели суть операционные методы [Воронов, 2013].

По этим причинам в практике микроэкономического анализа конкурентоспособности компаний операционные методы не нашли широкого применения. В силу этого для решения поставленной перед авторами за-

дачи применение операционных методов нецелесообразно.

Методы оценки стоимости бизнеса. В отдельную группу выделим методы оценки конкурентоспособности предприятий, основанные на оценке стоимости бизнеса [Криворотов и др., 2013].

Абсолютно соглашаясь с теоретическим посылом, лежащим в основе метода оценки стоимости бизнеса, авторы считают его самым достоверным методом оценки конкурентоспособности предприятия. И в то же время для его применения требуется либо оценка стоимости компании по состоянию на несколько отчетных дат (чтобы можно было сопоставить динамику), либо чтобы ценные бумаги анализируемого предприятия имели обращение на фондовом рынке. С учетом того, что далеко не все компании являются публичными и имеют биржевые котировки, а процедура оценки стоимости крайне дорогостояща, применение метода оценки стоимости бизнеса в отношении нескольких предприятий имеет существенные ограничения в аспекте стоимости исследования.

Динамические методы [Воронов, 2001; Криворотов, 2007; Воронов, 2014]. Название данной группы методов обусловлено тем, что они основываются на оценке ключевых экономических показателей компании в динамике (в отличие от большинства методов, оценивающих показатели «в статике»). Динамический подход базируется на двух принципах: определение ключевых индикаторов деятельности хозяйствующего субъекта и применение в их отношении динамического анализа.

После оценки конкурентоспособности компании за отчетный период необходимо аналогичным образом произвести расчеты за несколько прошедших периодов. Полученный динамический ряд показателей конкурентоспособности обеспечивает репрезентативность массива данных и дает возможность оперативно осуществлять достоверную оценку конкурентного статуса предприятия. За счет этого динамический метод позволяет

нивелировать методологические недостатки, характерные для прочих подходов к оценке конкурентоспособности и оптимален по соотношению затрат (труда, денежных средств и времени) на проведение исследования и достоверности получаемых результатов.

Анализ практических аспектов применения методов оценки конкурентоспособности предприятий, описанных выше, позволяет сделать вывод, что их недостатки обуславливают низкие возможности практического применения большинства из них.

Исключение составляет динамический подход, позволяющий весьма эффективно оценивать конкурентоспособность как в статике, так и в динамике. Применение указанного подхода делает возможным анализ динамических рядов общих и частных показателей конкурентоспособности хозяйствующих субъектов как отдельных компаний, так и целых групп предприятий. При этом методологическая основа оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта настолько проста, что обеспечивает возможность проведения расчетов не только текущего (анализируемого) периода, но и в ретроспективе, что, в свою очередь, позволяет на основе полученных динамических рядов осуществлять глубокий факторный анализ изменений конкурентоспособности предприятия и прогнозировать ее на перспективу.

Таким образом, в целях оперативной оценки влияния макроэкономической нестабильности на состояние крупнейших отечественных компаний наиболее целесообразно использование динамического метода оценки конкурентоспособности предприятий.

Динамический метод оценки конкурентоспособности предприятий

В рамках динамического подхода конкурентоспособность предприятия в условиях рыночной экономики позиционируется как обобщающая характеристика деятельности

хозяйствующего субъекта, отражающая уровень эффективности использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов относительно эффективности использования экономических ресурсов конкурентами. При оценке конкурентоспособности руководствуются двумя принципами: определение ключевых индикаторов деятельности хозяйствующего субъекта и применение в отношении них динамического анализа.

В первую очередь изложим логику выбора ключевых индикаторов и форму их математической связи. М. Портер [Porter, 1998] выделил два источника конкурентоспособности предприятия: операционную эффективность и стратегическое позиционирование.

Выделяя показатели, являющиеся ключевыми индикаторами финансово-хозяйственной деятельности предприятия, экономисты сходятся в том, что таковыми являются прибыль и выручка предприятия [Катькало, 2008]. Указанные показатели — индикаторы достижения двух типов целей компании: а) достижения внутренних целей менеджмента и максимизации прибыли в краткосрочном периоде; б) удовлетворения внешних потребителей и долгосрочный рост выручки [Тамбовцев, 2008; Hamel, Prahalad, 1996].

Соглашаясь с таким подходом и не пытаясь ответить на вопрос, какая из целей приоритетна, а какой из показателей — превалирующий, считаем правильным учет каждого из них при оценке конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Так, Н. К. Моисеева [Моисеева, 1998] предлагает оценивать конкурентоспособность компании именно по двум критериям: эффективность производства и степень удовлетворения потребителя. Указанный подход в максимальной степени соответствует концепции М. Портера об источниках конкурентоспособности компании.

При этом автор полагает, что в качестве одного из ключевых показателей необходимо также рассматривать и финансовую устойчивость компании. К подобному выводу позволяет прийти анализ результатов хо-

зяйственной деятельности российских компаний в период макроэкономической нестабильности (который имеет место в Российской Федерации в 2015–2016 гг.).

В качестве индикатора финансовой устойчивости компании в краткосрочном периоде можно рассматривать обеспеченность запасов источниками формирования [Шеремет, 2009]. Следовательно, краткосрочная финансовая устойчивость предприятия может быть оценена по обеспеченности собственными оборотными средствами, и ее можно охарактеризовать через уровень ликвидности компании.

Итак, эффективность использования экономических ресурсов предприятием может быть охарактеризована и в конечном счете сведена к оценке его операционной эффективности, стратегического позиционирования и финансового состояния. В рамках динамического подхода указанные ключевые показатели определены как коэффициенты операционной эффективности, стратегического позиционирования и финансового состояния соответственно. Далее путем сведения указанных коэффициентов в единый показатель производится оценка уровня конкурентоспособности исследуемого предприятия:

$$K = K_R \cdot K_I \cdot K_L, \quad (1)$$

где K — уровень конкурентоспособности анализируемого предприятия;
 K_R — коэффициент операционной эффективности;
 K_I — коэффициент стратегического позиционирования;
 K_L — коэффициент финансового состояния.

Коэффициент операционной эффективности определяется следующим образом:

$$K_R = \frac{R_A}{R_S}, \quad (2)$$

где R_A — операционная эффективность анализируемого предприятия;

R_s — операционная эффективность по выборке.

Поясним, что под выборкой понимается совокупность конкурентов, являющаяся необходимой и достаточной для сопоставления с рассматриваемым хозяйствующим субъектом. Выборка может состоять из одного предприятия-конкурента — в этом случае определяется индивидуальный показатель конкурентоспособности рассматриваемого предприятия в сравнении с выбранным конкурентом; из нескольких предприятий-конкурентов — рассматривается конкурентоспособность предприятия в сравнении с группой выбранных конкурентов; из всех конкурирующих предприятий отрасли — здесь уже «устанавливается» отраслевой показатель конкурентоспособности предприятия в сравнении со всеми действующими предприятиями отрасли. Необходимо отметить, что в зависимости от целей исследования возможно формирование выборки не только из отраслевых конкурентов, но и любых других хозяйствующих субъектов, конкурирующих с исследуемым предприятием. В целях микроэкономического анализа очевидным ограничением по составу выборки является вид производимой и реализуемой продукции. Кроме того, в ряде случаев может возникнуть необходимость ограничения выборки по территориальному признаку и масштабам деятельности сопоставляемых предприятий.

$$R_A = \frac{S_A}{E_A}, \quad (3)$$

где S_A — выручка (*sales*) анализируемого предприятия за отчетный период;
 E_A — издержки (*expenses*) анализируемого предприятия за отчетный период.

$$R_s = \frac{S_s}{E_s}, \quad (4)$$

где S_s — выручка по выборке за отчетный период;
 E_s — издержки по выборке за отчетный период.

Под издержками понимаются все операционные затраты предприятия (включающие в себя как непосредственно себестоимость, так и коммерческие, управленческие и прочие расходы предприятия), а также всю совокупность обязательных платежей в бюджеты всех уровней, не входящую в указанные категории затрат. В общем случае состав издержек должен удовлетворять следующему условию: чистая прибыль предприятия есть выручка, уменьшенная на издержки. Отметим, что в зависимости от целей исследования и наличия исходных данных состав издержек может варьироваться. В частности, в случае анализа конкурентоспособности только по операционной деятельности допустимо в качестве издержек принимать только операционные затраты.

Коэффициент стратегического позиционирования

$$K_I = \frac{I_A}{I_S}, \quad (5)$$

где I_A — индекс изменения выручки анализируемого предприятия за отчетный период;

I_S — индекс изменения выручки по выборке за отчетный период.

$$I_A = \frac{S_A}{S_{0A}}, \quad (6)$$

где S_A — выручка анализируемого предприятия за отчетный период;

S_{0A} — выручка анализируемого предприятия в предшествующем периоде.

$$I_S = \frac{S_s}{S_{0s}}, \quad (7)$$

где S_s — выручка по выборке за отчетный период;

S_{0s} — выручка по выборке в предшествующем периоде.

Коэффициент финансового состояния

$$K_L = \frac{L_A}{L_S}, \quad (8)$$

где L_A — ликвидность анализируемого предприятия на конец отчетного периода;
 L_S — ликвидность по выборке на конец отчетного периода.

$$L_A = \frac{CA_A}{CL_A}, \quad (9)$$

где CA_A — оборотные активы (*current assets*) анализируемого предприятия;
 CL_A — краткосрочные обязательства (*current liabilities*) анализируемого предприятия.

$$L_S = \frac{CA_S}{CL_S}, \quad (10)$$

где CA_S — оборотные активы по выборке;
 CL_S — краткосрочные обязательства по выборке.

Тогда с учетом выражений (2), (5) и (8) получаем

$$K = \frac{R_A}{R_S} \cdot \frac{I_A}{I_S} \cdot \frac{L_A}{L_S}. \quad (11)$$

Критериальные значения коэффициента конкурентоспособности можно определить следующим образом: чем выше K , тем более конкурентоспособным по отношению к выборке является анализируемое предприятие. Если $0 < K < 1$, конкурентоспособность предприятия по отношению к выборке является низкой (чем ближе к нулю, тем ниже конкурентоспособность). При $K = 1$ конкурентоспособность предприятия идентична конкурентоспособности выборки. При $K > 1$ конкурентоспособность предприятия выше, чем по выборке.

Как и ранее, ключевой аспект динамического подхода — осуществление расчетов не только за отчетный период, но и за 3–4 прошедших периода. Полученные динамические ряды обеспечивают репрезентативность массива данных и существенно повышают достоверность оценки конкурентоспособности предприятий.

Рассматривая выражение (11), заметим, что в числителе указанного соотношения находятся показатели, отражающие эффек-

тивность хозяйственной деятельности анализируемого предприятия, а в знаменателе — эффективность хозяйственной деятельности по выборке. Следовательно, числитель и знаменатель выражения (11) можно рассматривать как интегральные величины, отражающие эффективность использования экономических ресурсов исследуемым хозяйствующим субъектом и по выборке соответственно. Это позволяет нам представить общий показатель конкурентоспособности предприятия в разрезе объектов сопоставления.

Пусть

$$K_A = R_A \cdot I_A \cdot L_A, \quad (12)$$

где K_A — коэффициент эффективности использования ресурсов анализируемого предприятия;

$$K_S = R_S \cdot I_S \cdot L_S, \quad (13)$$

где K_S — коэффициент эффективности использования ресурсов по выборке.

Тогда показатель конкурентоспособности предприятия может быть представлен следующим образом:

$$K = \frac{K_A}{K_S}. \quad (14)$$

Значения коэффициента эффективности использования ресурсов не поддаются строгому нормированию, однако, учитывая то, что величина каждого из сомножителей, участвующих в расчете указанного коэффициента, в аспекте обеспечения эффективности имеет необходимое значение более единицы, можно утверждать, что рекомендуемое значение коэффициента эффективности использования ресурсов также более единицы.

Разложение показателя конкурентоспособности предприятия по объектам сопоставления в сочетании с анализом динамики этих показателей позволяет делать выводы о том, что является основной причиной сложившегося уровня конкурентоспособности: высокая эффективность деятельности рас-

смастриваемого хозяйствующего субъекта, низкая эффективность выборки и т. д.

Тогда анализ конкурентоспособности предприятия по источникам конкурентоспособности (выражение (1)) и объектам сопоставления (выражение (14)) дает возможность выявить основные факторы, обуславливающие сложившийся уровень конкурентоспособности. Это, в свою очередь, позволяет осуществлять всесторонний анализ уровня конкурентоспособности компании, а также устанавливать основные резервы повышения конкурентоспособности исследуемого хозяйствующего субъекта.

Очевидно, что без учета динамики величина даже самого важного индикатора не позволяет сформировать исчерпывающее представление об анализируемом процессе. И наоборот, любая информация о динамике экономического показателя делает картину процесса во много раз полнее. В методологическом отношении ключевой аспект динамического подхода — осуществление расчетов не только за отчетный период, но и за 3–4 прошедших периода. Полученные динамические ряды обеспечивают репрезентативность массива данных и существенно повышают достоверность оценки конкурентоспособности предприятий.

Главным преимуществом динамического метода считаем то, что оценка осуществляется по конечным критериям конкурентоспособности — прибыльности и доле предприятия на рынке. Указанное обстоятельство обуславливает возможность широкой математической обработки показателей конкурентоспособности предприятия, что, в свою очередь, обуславливает возможность всемерного анализа исследуемой категории (в частности, см. [Воронов, 2015b]).

Особо отметим, что динамический метод позволяет производить оценку и анализ конкурентоспособности множества предприятий в рамках одного исследования (в отличие от других методов, в большинстве своем предполагающих попарные сравнения конкурентов). Это существенно сокращает

трудоемкость расчетов, особенно если речь идет о десятках хозяйствующих субъектов (именно такой объем выборки предполагает цель нашего исследования). Указанные факторы обуславливают выбор динамического метода в целях оценки конкурентоспособности крупнейших российских компаний по итогам 2015 г.

Оценка конкурентоспособности ведущих российских компаний

В первую очередь прокомментируем методику сбора исходной информации. В силу того, что финансовая отчетность по стандартам РСБУ не предусматривает консолидацию показателей группы аффилированных хозяйствующих субъектов, а большинство крупных компаний организационно и технологически представляет собой группы связанных юридических лиц, то оценка конкурентоспособности осуществлялась исходя из консолидированных показателей отчетности, составляемой по стандартам МСФО.

В состав ведущих компаний российской экономики, отобранных в качестве объектов исследования и сопоставления (далее — также «выборка») включены 60 крупнейших предприятий Российской Федерации по величине консолидированной выручки. При этом выручка определялась по отчетности МСФО, опубликованной по итогам 2015 г. Если опубликованная отчетность представлена в валюте, отличной от российских рублей, осуществлялась ее конверсия в рублевые показатели по среднему номинальному курсу за соответствующий период (публикуются ЦБ РФ⁴).

Банковские и страховые организации в состав выборки включены не были в силу специфики составляемой отчетности и ее несопоставимости с предприятиями реального сектора экономики. По очевидным причинам не включены в состав выборки компа-

⁴ http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/ex_rate_ind_15.htm&pid=svs&sid=analit

нии, не опубликовавшие к 15.05.2016 г. свою отчетность по стандартам МСФО по итогам 2015 г. Поскольку цель исследования — оценка и анализ конкурентоспособности ведущих отечественных предприятий, в состав выборки не включены филиалы иностранных компаний. Также не включены в выборку инвестиционные фонды, разнонаправленные холдинги, не являющиеся вертикально интегрированными структурами, а также компании, деятельность которых состоит в управлении активами (например, «Базовый элемент», «Ренова», АФК «Система», ГК «Ростех»). При этом в состав выборки включены предприятия, которыми они управляют.

Источником информации явилась финансовая отчетность, в соответствии с действующим законодательством официально опубликованная компаниями на своих сайтах, а также сервера раскрытия информации. Исходная информация для расчета показателей конкурентоспособности представлена в табл. 1 и 2.

Далее с помощью выражений (1)–(14) был произведен расчет показателей конкурентоспособности по всем предприятиям выборки (с разбивкой по отчетным периодам). Заметим, что показатели издержек, используемые в указанных формулах, рассчитываются из исходных данных путем нахождения превышения выручки над величиной чистой прибыли. Результаты расчетов представлены в табл. 3, где компании ранжированы в порядке убывания значения коэффициента конкурентоспособности по итогам 2015 г.

Не пытаясь осуществлять прямое сопоставление компаний разных отраслей экономики, тем не менее кратко сформулируем основные выводы, которые можно сделать, анализируя общие данные.

Наименее конкурентоспособные из крупнейших компаний России по результатам 2015 г. — РЖД, СУЭК, Уралвагонзавод, Ростелеком, АвтоВАЗ и Мечел.

При этом низкие показатели конкурентоспособности характерны для этих компаний на протяжении всего расчетного периода

(начиная с 2012 г.). Поскольку низкая конкурентоспособность на протяжении длительного временного периода с высокой вероятностью влечет несостоятельность хозяйствующего субъекта, процедуры банкротства, осуществляемые в настоящее время в отношении Мечела, вполне закономерны. Полагаем, что если бы не поддержка государства и собственников, подобная участь постигла бы и остальные перечисленные компании.

К числу ведущих компаний Российской Федерации, имеющих лучшие показатели конкурентоспособности по итогам 2015 г., относятся Полюс Золото, Сургутнефтегаз, Нижнекамскнефтехим, НЛМК, РосАгро.

Следует заметить, что среди наиболее конкурентоспособных компаний отмечены представители различных отраслей экономики, а не только ТЭК, как традиционно принято считать. Объединяет указанные предприятия то, что у большинства из них по итогам 2014 г. отмечался средний либо низкий уровень конкурентоспособности. Это обусловлено тем, что у многих российских компаний существуют обязательства, выраженные в валюте, что повлекло ухудшение финансовых результатов вследствие возникновения соответствующих отрицательных курсовых разниц. Макроэкономическая причина этого — существенное ослабление российской национальной валюты, произошедшее в декабре 2014 г.

Примечательно, что именно девальвация стала основной причиной стремительного роста рублевой выручки экспортоориентированных российских компаний, что и вывело их в лидеры конкурентоспособности по итогам 2015 г. Что касается компаний Полюс Золото и Сургутнефтегаз, которые с большим отрывом опережают все отечественные компании, то причины лидерства заключаются в следующем. Для ОАО Полюс Золото фактор девальвации был усилен стабильностью мировых валютных цен на драгоценные металлы (в отличие от большинства других биржевых товаров, которые в 2015 г. показали отрицательную динамику валютных цен).

Таблица 1. Выручка и чистая прибыль крупнейших российских компаний (по отчетности МСФО), млн руб.
 Table 1. Revenue and net profit of largest Russian companies (IFRS), million russian roubles

№ п/п	Компания	Выручка					Прибыль				
		2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	
1	Газпром	4637 090	4 766 495	5 249 965	5 589 811	6 073 317	1 252 415	1 165 705	157 192	805 199	
2	ЛУКОЙЛ	3 922 628	4 324 043	4 501 003	5 504 856	5 749 050	339 440	242 691	394 076	292 745	
3	Роснефть	2 718 000	3 089 000	4 694 000	5 503 000	5 150 000	365 000	551 000	350 000	356 000	
4	РЖД	1 480 879	1 540 323	1 762 838	1 796 160	1 990 959	93 685	-198 239	-99 320	8 182	
5	Сургутнефтегаз	795 196	849 575	837 734	1 736 514*	1 585 611*	184 330	279 081	884 833	761 573	
6	Магнит	335 700	448 661	579 695	763 527	950 613	25 117	35 620	47 686	59 061	
7	Транснефть	670 270	732 375	749 617	774 380	815 652	184 390	158 017	59 500	143 427	
8	X5 Retail Group	453 607	490 757	534 560	633 873	808 818	-3 930	10 984	12 691	14 174	
9	Интер РАО	536 244	556 189	662 321	741 101	805 344	-22 276	-24 030	9 774	22 715	
10	Россети	634 608	652 183	759 779	759 608	766 812	43 855	-159 389	-20 980	8 182	
11	Атомэнергпром	389 375	396 352	436 135	507 051	657 099	26 525	31 277	58 103	143 804	
12	Башнефть	486 328	532 502	563 296	637 271	611 274	56 790	46 399	43 021	58 175	
13	Татнефть	417 586	444 099	454 983	476 360	552 712	78 448	78 344	97 677	98 930	
14	ЕВРАЗ	481 340	457 537	458 558	495 926	531 806	-13 049	-17 533	-48 526	-43 615	
15	РУСАЛ	360 741	338 383	310 563	355 285	526 529	-16 405	-105 706	-3 455	33 848	
16	Норильский никель	414 481	384 212	366 176	456 013	506 140	66 583	23 546	93 400	105 139	
17	НЛМК	344 233	377 705	347 138	394 726	485 765	18 966	6 605	32 122	58 658	
18	НОВАТЭК	238 221*	210 973	298 158	355 673	475 325	69 441	109 945	36 915	74 396	
19	МТС	348 571	378 240	398 443	410 758	431 232	30 612	80 788	52 393	49 489	
20	Аэрофлот	158 043	253 039	290 956	319 771	415 173	5 170	7 335	-17 146	-5 829	
21	Северсталь	464 094	438 202	300 175	315 015	387 981	25 471	2 838	-60 852	36 699	
22	СИБУР	248 660	271 330	269 814	361 000	379 852	60 085	45 458	25 071	6 505	
23	ВымпелКом	313 106	340 154	350 156	355 050	375 238	72 580	50 350	37 258	21 439	
24	ММК	273 310	289 885	260 485	302 767	354 194	-2 945	-79 366	3 392	25 477	
25	ОАК	161 653	171 019	220 065	294 538	351 842	-5 650	-12 410	-13 654	-108 767	
26	РусГидро	362 599	298 805	313 632	329 560	347 512	-25 324	20 993	24 131	31 539	
27	МегаФон	242 394	272 336	297 229	314 795	313 383	44 447	51 770	37 000	39 216	
28	Ростелеком	301 494	332 435	325 704	310 917	297 355	33 202	24 131	37 807	13 944	
29	Еврохим	131 312	166 411	173 069	193 191	275 396	32 561	11 996	-21 947	45 859	
30	Дикси	102 317	147 023	180 504	228 985	272 345	1 052	3 056	4 491	589	
31	Металлоинвест	291 123	254 588	233 050	241 755	266 479	53 565	34 366	2 506	13 224	

Окончание табл. 1

№ п/п	Компания	Выручка				Прибыль				
		2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
32	Мечел	360 633	330 303	272 902	243 992	253 141	-51 728	-93 009	-133 967	-114 628
33	Лента	89 766	109 910	144 266	193 988	252 763	5 136	7 104	9 075	10 288
34	СУЭК	166 796	175 079	171 223	191 862	250 647	25 540	4 232	-30 642	12 132
35	ТМК	198 469	207 942	204 843	230 373	250 283	8 612	6 814	-12 373	-22 020
36	АЛРОСА	137 732	150 880	168 505	207 159	224 524	33 634	31 837	-16 832	30 674
37	Катрен	92 130	118 905	143 031	171 173	213 810	2 175	1 750	2 863	2 863
38	ПРОТЕК	107 053	125 502	139 311	156 948	195 309	2 810	1 933	4 793	10 970
39	ФосАгро	100 518	105 303	104 566	123 124	189 732	24 510	8 576	-13 395	36 436
40	Уралкалий	102 741	122 811	105 819	136 529	189 189	49 644	21 221	-33 277	10 150
41	ТНС энерго	н/д***	77 617	102 538	150 209	179 480	4 830	3 971	4 512	1 962
42	АвтоВАЗ	175 073	190 061	177 049	190 734	176 482	29 180	-7 897	-25 050	-73 940
43	О'Кей	93 134	117 333	139 460	151 983	162 510	4 679	4 976	5 226	1 918
44	М. Видео	111 973	133 593	148 042	172 187	161 691	4 141	5 729	7 989	4 547
45	Нижнекамскнефтехим	126 021	130 487	126 043	137 007	155 768	15 426	6 268	9 434	27 547
46	ЧТПЗ	113 971	116 882	112 428	128 123	148 367	1 133	-1 868	-1 216	-6 041
47	Мостотрест	98 296	123 705	116 714	150 531	143 155	4 324	2 259	6 072	4 232
48	Славнефть	102 906	123 797	121 255	125 543	142 810	12 865	10 554	1 373	12 457
49	Полюс Золото	68 297	83 327	74 126	86 342	133 866	27 733	-807	-22 027	60 194
50	ГАЗ	132 445	126 952	143 359	119 994	121 203	8 751	4 001	-2 099	-1 922
51	Уралвагонзавод	80 734	127 453	74 632	127 516	106 574	7 029	-7 036	-5 293	-16 441
52	Акрон	65 431	71 112	67 904	74 631	106 055	14 861	13 019	6 904	16 706
53	Трансмашхолдинг	106 262	129 893	154 289	139 643	98 453	12 472	15 038	10 185	327
54	КАМАЗ	106 830	118 510	114 317	110 599	97 455	5 817	4 356	211	2 383
55	Полиметалл	38 931	57 606	54 304	64 184	87 417	12 464	-6 302	-7 968	13 406
56	Группа ЛСР	51 910	61 122	65 316	92 347	86 830	4 914	5 234	9 202	10 646
57	ВСМПО-АВИСМА	34 755	43 994	51 347	61 909	78 894	6 241	8 908	5 839	16 607
58	Группа «Черкизово»	47 421	48 790	52 660	68 668	77 033	7 176	2 045	13 456	6 007
59	РосАгро	39 715	34 064	36 490	59 112	72 439	4 305	3 202	20 177	23 690
60	Группа Компаний ПИК	45 991	66 129	62 543	61 260	51 132	3 127	7 448	3 792	11 449

* В состав выручки в целях корректного расчета операционной эффективности включены внеоперационные доходы предприятия.

** Здесь и далее в полях «Прибыль» указывается величина чистой прибыли за отчетный период.

*** Нет данных.

Таблица 2. Балансовые показатели крупнейших российских компаний (по отчетности МСФО), млн руб.
 Table 2. Balance sheet indicators of the largest Russian companies (IFRS), million russian roubles

№ п/п	Компания	Оборотные активы						Краткосрочные обязательства					
		31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015				
1	Газпром	2420 803	2862 670	3461 155	3993 722	1492 066	1391 465	1855 947	2124 701				
2	ЛУКОЙЛ	737 171	765 718	1236 227	1213 647	378 198	428 665	779 446	695 168				
3	Роснефть	949 000	1 455 000	2 131 000	2 404 000	453 000	1 387 000	2 031 000	1 817 000				
4	РЖД	421 118	389 425	487 650	456 779	601 794	567 444	753 707	733 423				
5	Сургутнефтегаз	548 982	666 139	957 500	821 273	98 114	120 769	177 853	221 120				
6	Магнит	57 827	67 260	105 749	131 816	76 887	96 115	146 082	166 643				
7	Транснефть	461 669	532 017	697 494	640 914	147 943	227 921	383 719	240 451				
8	X5 Retail Group	74 891	76 490	110 509	108 705	148 349	138 898	141 273	190 880				
9	Интер РАО	170 614	169 731	220 362	222 683	105 974	115 811	146 582	136 311				
10	Россети	260 300	288 655	287 526	334 613	276 058	309 946	382 114	399 720				
11	Атомэнергопром	418 631	441 600	580 524	765 173	219 561	294 087	278 326	371 051				
12	Башнефть	121 612	102 413	135 375	100 605	86 825	85 894	111 217	94 671				
13	Татнефть	140 332	151 998	180 602	179 229	76 550	83 173	68 464	68 911				
14	ЕВРАЗ	194 277	178 739	196 685	217 765	132 778	147 252	151 564	151 955				
15	РУСАЛ	142 040	124 047	184 870	240 067	82 363	111 118	126 022	204 939				
16	Норильский никель	206 941	212 483	319 838	482 871	121 693	88 567	122 759	246 127				
17	НЛМК	166 105	166 984	220 112	271 186	100 284	75 821	91 146	95 764				
18	НОВАТЭК	58 243	82 426	126 591	128 472	55 130	59 873	81 208	169 675				
19	МТС	92 354	108 743	141 053	159 017	113 395	101 499	139 380	157 910				
20	Аэрофлот	70 845	81 465	92 213	133 306	68 217	67 971	135 136	178 081				
21	Северсталь	172 986	160 588	203 205	214 049	102 337	83 434	97 577	94 525				
22	СИБУР	83 145	68 544	105 667	262 912	95 641	81 480	159 205	98 114				
23	ВымпелКом	75 287	181 916	147 696	140 477	132 024	126 565	188 945	168 922				
24	ММК	75 196	101 430	127 148	150 424	88 043	67 587	90 466	103 562				
25	ОАК	285 004	348 508	507 615	614 107	232 188	238 030	377 070	409 834				
26	РусГидро	162 696	157 129	148 376	145 640	178 965	80 419	121 850	137 454				
27	Мегафон	54 684	77 080	102 728	83 552	87 516	116 228	116 080	116 568				
28	Ростелеком	66 268	62 702	76 354	66 445	137 142	116 263	123 244	130 689				
29	Еврохим	63 084	62 721	87 996	124 843	25 807	28 767	84 000	116 754				
30	Дикси	19 826	22 837	28 773	36 275	25 906	23 028	30 447	41 543				
31	Металлоинвест	70 470	85 200	149 885	141 460	30 661	27 165	60 824	78 127				

Окончание табл. 2

№ п/п	Компания	Оборотные активы				Краткосрочные обязательства			
		31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015
32	Мечел	176 390	88 802	69 781	63 120	122 703	348 224	483 472	580 536
33	Лента	20 339	30 972	50 339	63 352	30 126	41 461	62 181	60 858
34	СУЭК	51 963	42 582	72 463	74 702	39 845	57 539	86 247	156 036
35	ТМК	81 078	83 825	120 495	124 989	69 099	51 404	92 458	96 420
36	АЛРОСА	73 691	129 669	104 093	136 689	57 230	93 707	53 276	55 750
37	Катрен	42 918	55 252	76 394	80 703	42 556	55 010	73 835	78 094
38	Протек	48 027	51 516	60 390	91 782	38 943	43 804	49 721	72 366
39	ФосАгро	35 855	35 027	66 838	78 027	35 070	23 101	48 101	46 638
40	Уралкалий	89 637	55 968	181 015	147 659	45 251	70 933	50 478	205 466
41	ТНС Энерго	16 673	19 302	32 931	33 894	25 929	26 529	43 398	40 094
42	АвтоВАЗ	49 420	42 967	55 029	47 529	39 750	48 924	91 823	115 309
43	О'Кей	16 523	17 589	26 154	30 850	23 736	26 502	41 813	41 104
44	М. Видео	43 344	48 383	73 553	69 548	47 045	50 603	77 731	73 540
45	Нижнекамскнефтехим	26 428	27 173	31 497	42 801	12 437	18 446	16 833	14 500
46	ЧТПЗ	51 745	48 856	59 080	58 411	111 113	52 803	48 792	47 558
47	Мостотрест	71 434	82 358	106 333	109 804	74 335	90 343	125 340	130 882
48	Славнефть	53 488	43 614	67 667	67 328	26 387	31 266	38 675	36 630
49	Полюс Золото	72 707	65 282	123 869	177 711	24 463	17 544	46 690	15 846
50	ГАЗ	30 834	37 807	44 312	34 704	26 467	81 983	91 022	45 676
51	Уралвагонзавод	70 839	75 716	121 073	128 079	61 912	80 944	110 331	146 027
52	Акрон	74 020	41 285	60 780	72 812	32 922	37 505	64 082	32 807
53	Трансмашхолдинг	58 055	59 683	64 377	66 712	40 645	37 041	41 075	51 575
54	КАМАЗ	39 638	43 805	56 723	66 534	24 329	28 360	41 340	41 763
55	Полиметалл	34 464	31 060	43 167	39 158	21 050	9 609	58 094	30 684
56	Группа ЛСР	89 605	104 008	164 553	168 366	45 479	69 051	95 855	98 940
57	ВСМПО-АВИСМА	44 763	55 896	72 921	88 350	21 855	16 248	35 037	43 636
58	Группа «Черкизово»	17 157	18 617	23 599	40 058	17 152	17 461	21 896	37 875
59	РосАгро	47 303	38 146	43 910	67 063	28 364	22 171	17 454	32 340
60	Группа Компаний ПИК	87 239	106 811	86 482	97 259	76 293	91 578	73 974	58 998

Таблица 3. Ранжирование крупнейших российских компаний по уровню конкурентоспособности (рассчитано автором)
 Table 3. Ranking of the largest Russian companies by level of competitiveness (calculated by author)

№ п/п	Компания	Отрасль	Уровень конкурентоспособности (к)				
			2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	
1	Полюс Золото	Драгоценные металлы и камни	3,086	1,958	1,504	19,555	
2	Сургутнефтегаз	ТЭК	4,507	5,101	15,233	4,162	
3	Нижнекамскнефтехим	Химическая промышленность	1,411	0,892	1,331	2,499	
4	НЛМК	Черная металлургия	1,083	1,233	1,832	2,450	
5	РосАгро	Производство продовольствия	0,926	1,205	3,777	2,315	
6	Акрон	Минеральные удобрения	1,751	0,775	0,698	2,296	
7	Татнефть	ТЭК	1,343	1,353	2,130	2,266	
8	Атомэнергопром	Электроэнергетика	1,185	1,064	1,692	2,136	
9	Транснефть	Прочее	2,651	1,842	1,251	2,126	
10	ВСМПО-АВИСМА	Цветная металлургия	1,710	2,906	1,690	2,004	
11	ФосАгро	Минеральные удобрения	0,788	0,978	0,898	1,958	
12	Северсталь	Черная металлургия	0,957	0,791	1,117	1,896	
13	АЛРОСА	Драгоценные металлы и камни	1,026	1,137	1,355	1,890	
14	СИБУР	Химическая промышленность	0,686	0,597	0,578	1,766	
15	Норильский никель	Цветная металлургия	1,079	1,465	2,518	1,699	
16	Газпром	ТЭК	1,352	1,975	1,314	1,571	
17	Славнефть	ТЭК	1,541	0,892	1,116	1,403	
18	Металлоинвест	Черная металлургия	1,441	2,014	1,578	1,287	
19	Полиметалл	Драгоценные металлы и камни	1,749	1,629	0,475	1,257	
20	ЛУКОЙЛ	ТЭК	1,338	1,170	1,306	1,180	
21	РУСАЛ	Цветная металлургия	0,870	0,451	1,012	1,136	
22	ММК	Черная металлургия	0,503	0,613	1,006	1,121	
23	Еврохим	Минеральные удобрения	2,185	1,455	0,638	1,119	
24	Интер РАО	Электроэнергетика	0,905	1,004	1,038	1,119	
25	Группа ЛСР	Строительство	1,429	1,044	1,647	1,117	
26	Группа Компаний ПИК	Строительство	0,974	0,745	0,743	1,086	
27	Протек	Фармацевтика	0,835	0,788	0,859	1,023	
28	КАМАЗ	Машиностроение	1,074	0,923	0,809	0,880	
29	Евраз	Черная металлургия	0,761	0,695	0,776	0,867	
30	Лента	Розничная торговля	0,489	0,614	0,695	0,865	
31	ОАК	Машиностроение	0,706	1,065	1,049	0,836	

Окончание табл. 3

№ п/п	Компания	Отрасль	Уровень конкурентоспособности (к)			
			2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
32	ЧТПЗ	Черная металлургия	0,270	0,520	0,832	0,836
33	Катрен	Фармацевтика	0,748	0,728	0,766	0,799
34	ТМК	Черная металлургия	0,723	0,991	0,846	0,791
35	Группа «Черкизово»	Производство продовольствия	0,681	0,713	1,065	0,787
36	Роснефть	ТЭК	1,583	1,086	0,768	0,786
37	РусГидро	Электроэнергетика	0,384	1,315	0,839	0,750
38	НОВАТЭК	ТЭК	0,787	1,847	1,266	0,732
39	МТС	Телекоммуникации	0,539	0,843	0,726	0,728
40	Башнефть	ТЭК	0,970	0,818	0,898	0,687
41	Магнит	Розничная торговля	0,600	0,572	0,618	0,641
42	Уралкалий	Минеральные удобрения	2,256	0,505	2,280	0,639
43	Дикси	Розничная торговля	0,625	0,738	0,744	0,636
44	ТНС Энерго	Электроэнергетика	н/д***	0,596	0,697	0,624
45	Аэрофлот	Транспорт	0,959	0,842	0,430	0,583
46	ВымпелКом	Телекоммуникации	0,441	1,031	0,535	0,567
47	Трансмашхолдинг	Машиностроение	1,092	1,266	0,931	0,559
48	М. Видео	Торговля электроникой	0,640	0,656	0,702	0,558
49	Россети	Электроэнергетика	0,578	0,525	0,437	0,514
50	Мостотрест	Строительство	0,706	0,521	0,692	0,501
51	Мегафон	Телекоммуникации	0,471	0,519	0,645	0,497
52	О'Кей	Розничная торговля	0,515	0,487	0,429	0,496
53	ГАЗ	Машиностроение	0,677	0,317	0,242	0,461
54	X5 Retail Group	Розничная торговля	0,301	0,361	0,573	0,449
55	РЖД	Транспорт	0,416	0,402	0,362	0,409
56	СУЭК	ТЭК	0,905	0,441	0,492	0,399
57	Уралвагонзавод	Машиностроение	1,080	0,297	1,095	0,386
58	Ростелеком	Телекоммуникации	0,330	0,337	0,407	0,310
59	АвтоВАЗ	Машиностроение	0,901	0,465	0,346	0,163
60	Мечел	Черная металлургия	0,640	0,090	0,049	0,045

*** Расчет показателя невозможен в связи с отсутствием данных о выручке за 2011 г.

Для Сургутнефтегаза (как и в 2014 г.) решающую роль сыграли значительные валютные депозиты компании, размещенные в кредитных организациях, процентный доход по которым в условиях девальвации существенно увеличил общую величину доходов компании.

При этом, несмотря на девальвацию, не удалось продемонстрировать должную конкурентоспособность компаниям ТЭК: более чем двукратное падение мировых цен на энергоносители привело к тому, что в 2015 г. лидирующие предприятия этой отрасли не относятся к числу лидеров российского корпоративного сектора. Так, Газпром находится лишь на 16-м месте, ЛУКОЙЛ — на 20-м, а Роснефть — на 36-м (из 60).

В методологическом отношении считаем необходимым отметить, что в упомянутых ранее традиционных рейтингах тройка перечисленных крупнейших нефтегазодобывающих компаний России как была в числе лидеров по итогам 2014 г., так и останется таковой по результатам 2015 г. независимо от динамики своих ключевых финансовых показателей. Это еще раз показывает, что ранжирование компаний только на основании величины выручки далеко не всегда отражает их конкурентный статус.

На следующем этапе нами произведен анализ конкурентоспособности предприятий по отраслевому признаку. Компании были сгруппированы по отраслевой принадлежности, после чего была оценена конкурентоспособность сформированных отраслевых групп (табл. 4).

Согласно представленным показателям наибольшая конкурентоспособность по итогам 2015 г. у предприятий по добыче драгоценных металлов и камней. Как уже отмечалось, основной причиной этого явилась стабильность мировых валютных цен на их продукцию.

В лидерах конкурентоспособности — также предприятия цветной металлургии и химической промышленности. При этом в 2012–2013 гг. указанные отрасли были аутсайдерами российского рынка. Причи-

на роста их конкурентоспособности — девальвация рубля и, как следствие, рублевый рост выручки экспортоориентированных компаний этих отраслей.

Высокой конкурентоспособностью обладают также ТЭК и производство продовольствия. К сожалению, перечень отраслей российской экономики, имеющих высокую конкурентоспособность, в условиях текущей валютной волатильности исчерпывается лишь указанными отраслями. При этом большинство конкурентоспособных отраслей относится к сырьевому сектору экономики.

Конкурентоспособность отраслевых групп «минеральные удобрения» и «электроэнергетика» может быть охарактеризована как средняя (значение коэффициента конкурентоспособности близко к единице).

Все высокотехнологичные отрасли российской экономики имеют низкий уровень конкурентоспособности: коэффициент конкурентоспособности фармацевтики, строительства, машиностроения, телекоммуникаций, транспорта ниже единицы. Причина этого — импортозависимость перечисленных отраслей, обусловившая существенный рост рублевой себестоимости иностранных комплектующих при одновременном снижении спроса (как потребительского, так и инвестиционного) на продукцию высокотехнологичных отраслей.

Также низкой конкурентоспособностью характеризуются черная металлургия и розничная торговля. Причина низкой конкурентоспособности для черной металлургии — существенное снижение мировых цен на сталь. Низкие показатели розничной торговли отражают снижение покупательной способности населения в условиях экономической рецессии.

Согласно результатам отраслевого анализа эффект импортозамещения в 2015 г. проявился лишь в производстве продовольствия. Для высокотехнологичных отраслей задача повышения конкурентоспособности по-прежнему актуальна.

Далее осуществлен анализ конкурентоспособности компаний в рамках сформированных отраслевых групп. При этом сопоставление осуществлялось не внутри выборки из 60 компаний, а с соответствующей отраслевой группой, что обеспечивает наибольшую точность полученных результатов. Также отметим, что в целях осуществления факторного анализа конкурентоспособности по результатам 2015 г. далее в таблицах за указанный период приводятся как итоговые коэффициенты конкурентоспособности (K), рассчитанные согласно выражению (1), так и «составляющие» их коэффициенты операционной эффективности (K_R , выражение (2)), стратегического позиционирования (K_P , выражение (5)) и финансового состояния (K_L , выражение (8)).

К сожалению, ограниченность объема настоящей публикации не позволяет подробно рассмотреть результаты анализа по всем отраслям. Поэтому приведем информацию по наиболее значимым из них

(в порядке убывания конкурентоспособности сформированных отраслевых групп).

Добыча драгоценных металлов и камней

Представленные данные (табл. 5) позволяют выделить явного лидера отрасли — Полюс Золото. При этом декомпозиция коэффициента конкурентоспособности по источникам свидетельствует о том, что основная причина высокой конкурентоспособности указанной компании — высокая финансовая устойчивость. Отметим, что финансовая устойчивость указанного предприятия резко выросла именно в 2015 г., когда существенно сократились краткосрочные обязательства компании при одновременном увеличении краткосрочных активов (см. табл. 2).

Помимо финансовой устойчивости, Полюс Золото демонстрирует сильные показатели операционной эффективности, а также стратегического позиционирования, что и обуславливает лидерство указанной компании не только в отраслевой, но и в общероссий-

Таблица 4. Уровень конкурентоспособности отраслевых групп

Table 4. Indicators of competitiveness of the industry groups

№ п/п	Отраслевая группа	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1	Драгоценные металлы и камни	1,596	1,243	1,115	3,496
2	Химическая промышленность	0,754	0,644	0,638	1,924
3	Цветная металлургия	1,008	0,934	1,695	1,506
4	ТЭК	1,756	1,896	1,668	1,377
5	Производство продовольствия	0,883	0,976	2,038	1,364
6	Минеральные удобрения	1,699	0,797	1,026	1,084
7	Электроэнергетика	0,733	0,831	0,889	1,017
8	Фармацевтика	0,788	0,752	0,801	0,904
9	Строительство	0,960	0,719	0,976	0,809
10	Черная металлургия	0,710	0,502	0,590	0,655
11	Розничная торговля	0,429	0,483	0,597	0,575
12	Машиностроение	0,853	0,706	0,727	0,567
13	Телекоммуникации	0,425	0,668	0,565	0,523
14	Транспорт	0,456	0,441	0,367	0,432
15	Прочее	2,127	1,604	1,165	1,714

Таблица 5. Показатели конкурентоспособности предприятий по добыче драгоценных металлов и камней

Table 5. Indicators of competitiveness of the enterprises for the extraction of precious metals and stones

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.			
		K	K	K	K_R	K_I	K_L	K
1	Полюс Золото	2,596	1,744	1,669	1,560	1,349	5,512	11,600
2	АЛРОСА	0,419	0,622	1,426	0,773	0,737	0,526	0,300
3	Полиметалл	1,120	1,312	0,321	0,882	1,115	0,291	0,286

Таблица 6. Показатели конкурентоспособности предприятий химической промышленности

Table 6. Indicators of competitiveness of the enterprises of chemical industry

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.			
		K	K	K	K_R	K_I	K_L	K
1	Нижнекамскнефтехим	2,048	1,488	2,289	1,194	1,081	1,102	1,421
2	СИБУР	0,488	0,672	0,437	0,837	0,925	0,908	0,704

Таблица 7. Показатели конкурентоспособности предприятий цветной металлургии

Table 7. Indicators of competitiveness of the enterprises nonferrous metallurgy

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.			
		K	K	K	K_R	K_I	K_L	K
1	ВСМПО-АВИСМА	1,764	3,452	1,013	1,096	1,001	1,263	1,386
2	Норильский никель	1,130	2,316	2,199	1,157	0,765	1,485	1,314
3	РУСАЛ	0,766	0,282	0,435	0,846	1,312	0,594	0,660

ской выборке. Рассматривая динамику показателей конкурентоспособности предприятий по добыче драгоценных металлов и камней (рис. 1), заметим, что лидерство компании Полюс Золото наблюдается на протяжении всего анализируемого периода.

Химическая промышленность

К предприятиям химической промышленности в составе сформированной нами выборки крупнейших отечественных компаний относятся Нижнекамскнефтехим и СИБУР (табл. 6). По результатам 2015 г. более конкурентоспособным из них является Нижнекамскнефтехим. Основной источник конкурентоспособности указанной компании — высокая операционная эффективность.

Поскольку в данной отраслевой группе лишь две компании, колебания уровня их конкурентоспособности относительно друг друга (рис. 2) имеют «зеркальный» ха-

рактер. При этом на протяжении всего анализируемого периода лидером отрасли является Нижнекамскнефтехим. Отметим, что в составе общероссийской выборки компаний СИБУР имеет достаточно высокий уровень конкурентоспособности ($K = 1,766$). Полученные результаты объясняются очень высокой конкурентоспособностью Нижнекамскнефтехима.

Цветная металлургия

Анализируя конкурентоспособность предприятий цветной металлургии, необходимо заметить, что предприятия, отнесенные к данной отраслевой группе (табл. 7), можно сопоставлять как конкурентов лишь с некоторой долей условности, так как продукция этих компаний неоднородна, технологии производства различны, а указанные хозяйствующие субъекты действуют на различных рынках.

Среди указанных предприятий наибольшая конкурентоспособность в 2015 г. у ВСМПО-АВИСМА и Норильского никеля. Причина конкурентоспособности ВСМПО-АВИСМА — финансовая устойчивость указанной компании. Для Норильского никеля характерна также высокая операционная эффективность.

При этом степень падения мировых цен на никель самая большая по сравнению с титаном и алюминием, в силу чего в 2015 г. конкурентоспособность Норильского никеля снизилась, а лидером конкурентоспособности среди предприятий цветной металлургии стала компания ВСМПО-АВИСМА (рис. 3). Отметим также «хронически» низкую конкурентоспособность РУСАЛа, обусловленную низкой рентабельностью и высокой долговой нагрузкой компании.

Топливо-энергетический комплекс

Рассматривая показатели конкурентоспособности основных компаний ТЭК (табл. 8), заметим, что Сургутнефтегаз лидирует на протяжении всего анализируемого периода.

Причина весьма высокой конкурентоспособности Сургутнефтегаза — его высокая финансовая устойчивость, а также операционная эффективность (за счет упоминавшихся валютных депозитов компании). Низкая конкурентоспособность Башнефти и СУЭК обусловлена их высокой долговой нагрузкой.

Отдельно прокомментируем динамику показателей конкурентоспособности нефтегазовых «гигантов» российской экономики (рис. 4). Конкурентоспособность Газпрома может быть охарактеризована как достаточная, при этом конкурентное преимущество компании — высокая финансовая устойчивость. Конкурентоспособность ЛУКОЙЛа «средняя», что обусловлено его низкой операционной эффективностью. Конкурентоспособность Роснефти — низкая с тенденцией к дальнейшему снижению, что обусловлено слабыми показателями по всем источникам.

Минеральные удобрения

Среди предприятий по производству минеральных удобрений лидером по итогам 2015 г. является Акрон. Также высокий уровень конкурентоспособности у ФосАгро. Уралкалий, уступая по всем источникам, имеет низкую конкурентоспособность.

Анализ динамики показателей конкурентоспособности предприятий по производству минеральных удобрений (рис. 5) свидетельствует о том, что конкурентный статус каждой из них за анализируемый период демонстрирует существенные колебания. То есть степень конкуренции в анализируемой отрасли крайне высока, а конкурентные преимущества компаний неустойчивы, быстро приобретаются и утрачиваются.

Таблица 8. Показатели конкурентоспособности предприятий топливно-энергетического комплекса
Table 8. Indicators of competitiveness of the enterprises of fuel and energy complex

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.			
		K	K	K	K_R	K_I	K_L	K
1	Сургутнефтегаз	3,422	3,833	12,772	1,751	0,883	2,349	3,634
2	Татнефть	0,978	0,978	1,661	1,074	1,137	1,570	1,918
3	Газпром	0,828	1,473	0,988	1,021	1,088	1,228	1,363
4	Славнефть	1,126	0,645	0,868	0,964	1,112	1,102	1,182
5	ЛУКОЙЛ	0,937	0,788	0,989	0,899	1,028	1,054	0,974
6	НОВАТЭК	0,571	1,340	0,984	1,044	1,313	0,446	0,611
7	Роснефть	1,142	0,681	0,501	0,927	0,886	0,717	0,589
8	Башнефть	0,702	0,587	0,695	0,972	0,935	0,633	0,575
9	СУЭК	0,659	0,317	0,381	0,924	1,280	0,281	0,332

Таблица 9. Показатели конкурентоспособности предприятий по производству минеральных удобрений**Table 9.** Indicators of competitiveness of the enterprises producing mineral fertilizers

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.			
		K	K	K	K_R	K_I	K_L	K
1	Акрон	1,076	0,952	0,609	1,019	0,983	2,335	2,341
2	ФосАгро	0,389	1,267	0,853	1,080	1,092	1,720	2,028
3	Еврохим	1,379	2,204	0,516	1,043	0,983	1,021	1,046
4	Уралкалий	1,477	0,490	3,209	0,874	0,948	0,511	0,424

Таблица 10. Показатели конкурентоспособности предприятий электроэнергетики**Table 10.** Indicators of competitiveness of the enterprises of electricity industry

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.			
		K	K	K	K_R	K_I	K_L	K
1	Атомэнергопром	1,934	1,399	2,537	1,241	1,223	1,997	3,030
2	Интер РАО	1,230	1,242	1,191	0,931	0,973	1,211	1,097
3	РусГидро	0,449	1,647	0,929	1,019	0,945	0,740	0,712
4	ТНС Энерго	н/д***	0,704	0,775	0,930	1,084	0,601	0,606
5	Россети	0,703	0,505	0,364	0,909	0,877	0,491	0,392

*** Расчет показателя невозможен в связи с отсутствием данных о выручке за 2011 г.

Таблица 11. Показатели конкурентоспособности предприятий черной металлургии**Table 11.** Indicators of competitiveness of the enterprises of the steel industry

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.			
		K	K	K	K_R	K_I	K_L	K
1	НЛМК	1,576	2,638	3,512	1,195	1,099	3,364	4,418
2	Северсталь	1,370	1,576	1,977	1,147	1,096	2,543	3,198
3	Металлоинвест	2,043	4,147	2,802	1,081	0,965	1,926	2,009
4	ММК	0,665	1,167	1,734	1,114	1,032	1,524	1,752
5	Евраз	1,051	1,404	1,322	0,928	0,928	1,535	1,321
6	ЧТПЗ	0,335	0,980	1,376	0,978	1,018	1,247	1,242
7	ТМК	0,986	1,968	1,425	0,931	0,950	1,338	1,182
8	Мечел	0,861	0,110	0,046	0,671	0,902	0,062	0,037

Электроэнергетика

В числе предприятий электроэнергетики (табл. 10) явный лидер Атомэнергопром, для которого характерно лидерство по всем источникам конкурентоспособности. У Россети, напротив, крайне низкая конкурентоспособность (по всем источникам). Также низкая конкурентоспособность у РусГидро и ТНС Энерго. Конкурентоспособность Интер РАО удовлетворительная.

Анализ динамики показателей конкурентоспособности предприятий электроэнергетики (рис. 6) позволяет отметить, что рост

уровня конкурентоспособности Атомэнергопрома и снижение конкурентоспособности РусГидро начинаются с 2013 г.

Черная металлургия

Далее проведем внутриотраслевой анализ предприятий черной металлургии (табл. 11). Лидеры отрасли по итогам 2015 г. — НЛМК и Северсталь. Декомпозиция коэффициента конкурентоспособности по источникам свидетельствует о том, что основное конкурентное

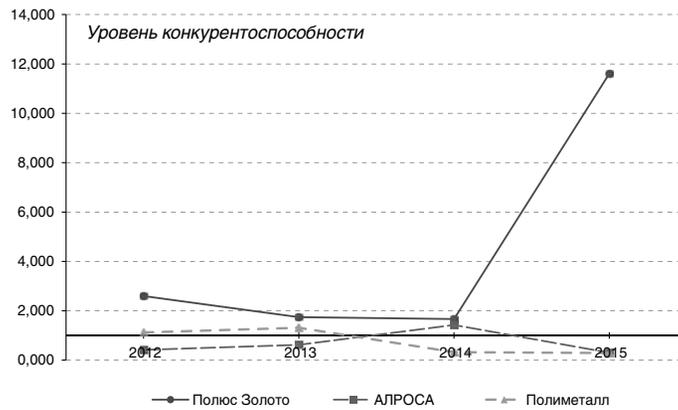


Рис. 1. Динамика конкурентоспособности предприятий по добыче драгоценных металлов и камней
 Fig. 1. Dynamics of the competitiveness of enterprises for the extraction of precious metals and stones

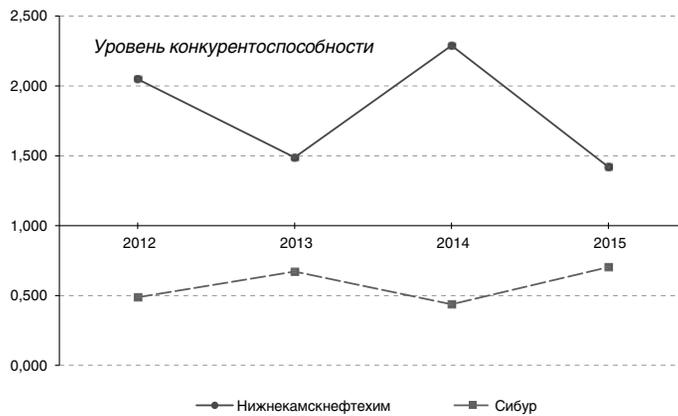


Рис. 2. Динамика конкурентоспособности предприятий химической промышленности
 Fig. 2. Dynamics of the competitiveness of enterprises of chemical industry

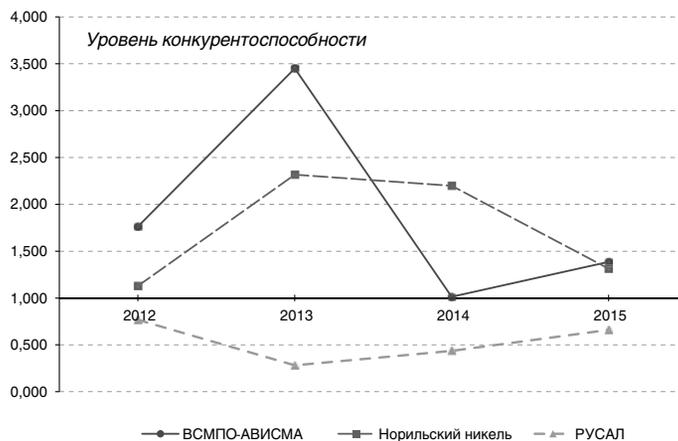


Рис. 3. Динамика конкурентоспособности предприятий цветной металлургии
 Fig. 3. Dynamics of the competitiveness of enterprises nonferrous metallurgy

Таблица 12. Показатели конкурентоспособности предприятий машиностроения
Table 12. Indicators of competitiveness of the enterprises of engineering

№ п/п	Компания	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.			
		K	K	K	K_R	K_I	K_L	K
1	ОАК	0,770	1,960	1,884	0,878	1,370	1,746	2,101
2	КАМАЗ	1,263	1,308	1,096	1,266	0,900	1,374	1,564
3	Трансмашхолдинг	1,311	1,908	1,265	1,237	0,697	1,101	0,949
4	ГАЗ	0,760	0,409	0,293	1,217	1,049	0,629	0,804
5	Уралвагонзавод	1,295	0,370	1,555	1,053	0,846	0,702	0,625
6	АвтоВАЗ	1,061	0,612	0,429	0,818	0,945	0,315	0,243

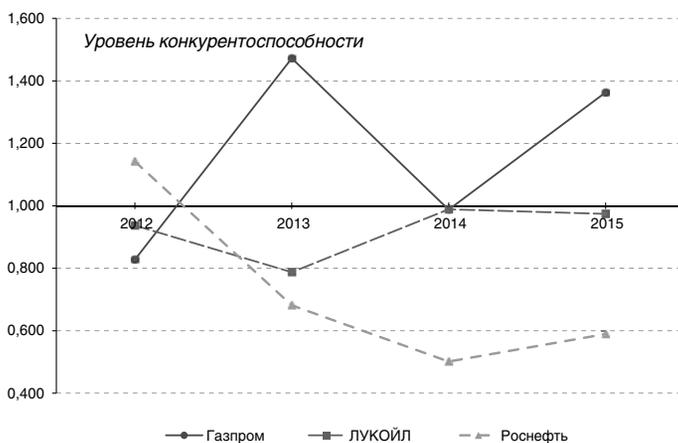


Рис. 4. Динамика конкурентоспособности предприятий топливно-энергетического комплекса
Fig. 4. Dynamics of the competitiveness of enterprises of fuel and energy complex

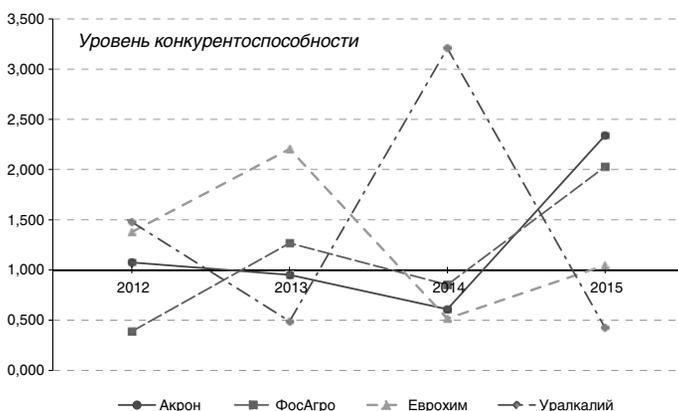


Рис. 5. Динамика конкурентоспособности предприятий по производству минеральных удобрений
Fig. 5. Dynamics of the competitiveness of enterprises producing mineral fertilizers



Рис. 6. Динамика конкурентоспособности предприятий по производству минеральных удобрений
 Fig. 6. Dynamics of the competitiveness of enterprises of electricity industry

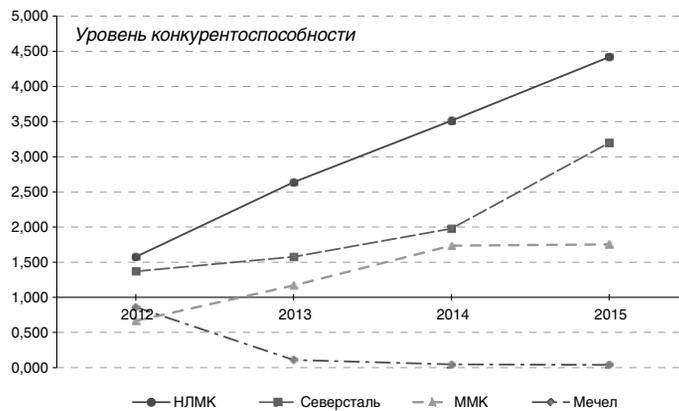


Рис. 7. Динамика конкурентоспособности предприятий черной металлургии
 Fig. 7. Dynamics of the competitiveness of enterprises of the steel industry

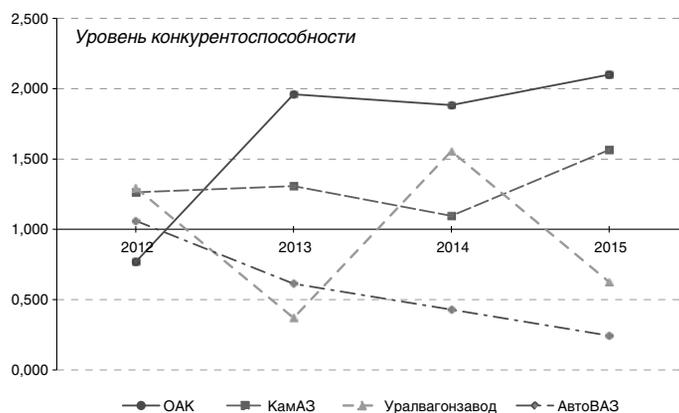


Рис. 8. Динамика конкурентоспособности предприятий машиностроения
 Fig. 8. Dynamics of the competitiveness of enterprises of the engineering

преимущество лидеров отрасли — их высокая финансовая устойчивость. Отметим высокую операционную эффективность ММК, весьма сбалансированной по всем источникам конкурентоспособности. О крайне низкой конкурентоспособности Мечела упоминалось ранее.

Анализируя динамику показателей конкурентоспособности основных компаний черной металлургии (рис. 7), заметим, что конкурентоспособность текущих лидеров отрасли выросла в 2014–2015 гг.

Машиностроение

Среди предприятий машиностроения лидеры отрасли по итогам 2015 г. — ОАК (Объединенная авиастроительная корпорация) и КАМАЗ (табл. 12, рис. 8).

Декомпозиция коэффициента конкурентоспособности по источникам свидетельствует о том, что конкурентным преимуществом ОАК является растущая динамика продаж, КАМАЗ — высокая операционная эффективность. АвтоВАЗ отстает по всем источникам.

Анализируя динамику показателей конкурентоспособности основных компаний машиностроения, заметим, что конкурентоспособность Уралвагонзавода имеет крайне нестабильный характер, что обусловлено существенными колебаниями объемов выручки указанной компании.

Таким образом, применение динамического подхода позволяет проводить детальный анализ конкурентоспособности отраслевых групп в разрезе отдельных хозяйствующих субъектов, осуществлять количественную оценку их конкурентного статуса, выделять факторы и источники конкурентоспособности, а также рассматривать динамику конкурентоспособности исследуемых компаний.

Заключение

В результате проведенного анализа нами установлено, что наибольшей конкурентоспособностью среди крупнейших российских компаний по итогам 2015 г. обладают предприятия по добыче драгоценных метал-

лов и камней. К числу конкурентоспособных компаний также относятся предприятия цветной металлургии и химической промышленности. Причина их высокой конкурентоспособности — девальвация рубля и, как следствие, рублевый рост выручки экспортоориентированных компаний этих отраслей при неизменных рублевых издержках.

Высокой конкурентоспособностью обладают также ТЭК и производство продовольствия. Перечень отраслей российской экономики, обладающих высокой конкурентоспособностью, в условиях текущей валютной волатильности исчерпывается лишь указанными отраслями.

Все высокотехнологичные отрасли российской экономики (фармацевтика, строительство, машиностроение, телекоммуникации, транспорт) по результатам 2015 г. имеют низкий уровень конкурентоспособности. Причина этого — импортозависимость перечисленных отраслей, что обуславливает существенный рост рублевой себестоимости иностранных комплектующих при одновременном снижении спроса (вследствие рецессионных процессов в экономике) на продукцию высокотехнологичных отраслей.

Таким образом, большинство конкурентоспособных отраслей российской экономики относится к сырьевому сектору, конкурентное преимущество которого базируется на девальвации национальной валюты. На основании анализа динамики показателей конкурентоспособности можно сделать вывод, что в 2015 г. эффект импортозамещения положительно повлиял лишь на деятельность предприятий продовольственного сектора. Положительного эффекта для высокотехнологичных отраслей девальвация не дала, вследствие чего задача по импортозамещению и повышению их конкурентоспособности по-прежнему актуальна.

К числу ведущих компаний Российской Федерации, имеющих лучшие показатели конкурентоспособности по итогам 2015 г., относятся Полюс Золото, Сургутнефтегаз, Нижнекамскнефтехим, НЛМК и РосАгро.

В методологическом аспекте проведенное исследование подтвердило универсальность динамического метода оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Указанный метод позволяет оперативно оценивать конкурентоспособность предприятий и отраслей, что особенно актуально, если количество исследуемых компаний достаточно велико (несколько десятков или даже сотен). Динамический подход дает количественную оценку конкурентоспособности, а также позволяет выделять факторы и источники конкурентоспособности предприятий.

Результаты настоящего исследования могут быть использованы в целях разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности компаний и отраслей, государственного регулирования экономики, инвестиционного анализа и др. В числе направлений дальнейших исследований отметим актуальность оценки конкурентоспособности российских компаний в сопоставлении с ведущими мировыми компаниями. Кроме того, динамический подход может применяться для прогнозирования конкурентоспособности исследуемых хозяйствующих субъектов.

Список литературы

1. Воронов Д. С. Динамический подход к оценке конкурентоспособности предприятий // Проблемы обеспечения безопасного развития современного общества: сборник трудов. В 2 ч. Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2014. Часть II. С. 199–206.
2. Воронов Д. С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, анализ, пути повышения. Екатеринбург: Изд-во УГТУ-УПИ, 2001. — 96 с.
3. Воронов Д. С. Соотношение конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции // Современная конкуренция. 2015. № 1. С. 39–53.
4. Воронов Д. С. Эконометрический анализ существующих методов оценки конкурентоспособности предприятий // Конкурентоспособность предприятия: оценка, анализ, пути повышения. URL: <http://vds1234.ru/?53.html> (дата обращения: 15.12.2013).
5. Воронов Д. С., Криворотов В. В. Оценка конкурентоспособности крупнейших российских компаний // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2015. № 5. С. 717–740.
6. Гельвановский М. И. Методологические подходы к обеспечению конкурентоспособности международных интеграционных группировок в условиях глобализации // Евразийская экономическая интеграция. 2012. № 1. С. 44–58.
7. Катькало В. С. Эволюция теории стратегического управления. СПб.: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2008. — 548 с.
8. Коваленко А. И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях // Современная конкуренция. 2013. № 6. С. 65–79.
9. Криворотов В. В. Методология формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия. Екатеринбург: Изд-во УГТУ-УПИ, 2007. — 238 с.
10. Криворотов В. В., Калина А. В., Матвеева Т. В., Байраншин А. Ю. Повышение конкурентоспособности современных российских территориально-производственных комплексов. Екатеринбург: УрФУ, 2013. — 262 с.
11. Моисеева Н. К. Международный маркетинг: учебное пособие. М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. — 320 с.
12. Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 3. С. 38–67.
13. Тамбовцев В. Л. Стейкхолдерская теория фирмы в свете концепции режимов собственности // Российский журнал менеджмента. Т. 6. № 3. 2008. С. 3–26.
14. Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? // Маркетинг в России и за рубежом. 2003. № 4. С. 53–68.
15. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Маркет ДС, 2008. — 432 с.
16. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие. М.: ИД РИОР, 2009. — 255 с.
17. Hamel G., Prahalad C. K. *Competing for the Future*. HBS Press, 1996.
18. Porter M. E. *On Competition*. Boston: Harvard Business School, 1998.

References

1. Faskhiev Kh. A. *Kak izmerit' konkurentosposobnost' predpriyatiya?* [How to measure the competitiveness of the enterprise?]. *Marketing v Rossii i za Rubezhom* — Marketing in Russia and abroad, 2003, no. 4, pp. 53–68.
2. Fatkhutdinov R. A. *Upravlenie konkurentosposobnostyu organizatsii* [Management of competitiveness of the organization]. Moscow, Market DS Publ., 2008. 432 p.
3. Gelvanovskiy M. I. *Metodologicheskie podkhody k obespecheniyu konkurentosposobnosti mezhdunarodnykh integratsionnykh gruppировок v usloviyakh globalizatsii* [Methodological approaches to the competitiveness of international integration in the context of globalization]. *Evraziyskaya Ekonomicheskaya Integratsiya* — Eurasian economic integration, 2012, no. 1, pp. 44–58.
4. Hamel G., Prahalad C. K. *Competing for the Future*. HBS Press, 1996.
5. Kat'kalo V. *Evolutsiya teorii strategicheskogo upravleniya: monogarfya* [Evolution of the strategic management theory]. Saint Petersburg, SPbSU Publishing house, 2006. 548 p.
6. Kovalenko A. I. *Teoreticheskie i metodologicheskie aspekty ispol'zovaniya kontseptsii «konkurentosposobnosti» v nauchnykh issledovaniyakh* [Theoretical and methodological aspects of application of the concept of «competitive ability» in scientific researches]. *Journal of Modern competition*, 2013, no. 6, pp. 65–79.
7. Krivorotov V. V. *Metodologiya formirovaniya mekhanizma upravleniya konkurentosposobnost'yu predpriyatiya* [The methodology of the formation mechanism of competitiveness management of the enterprise]. Ekaterinburg, Publishing house of the USTU-UPI, 2007. 238 p.

8. Krivorotov V. V., Kalina A. V., Matveeva T. V., Bairan-shin A. Y. *Povyshenie konkurentosposobnosti sovremennykh rossiiskikh territorial'no-proizvodstvennykh kompleksov* [Improving the competitiveness of the modern Russian territorial-production complexes]. Ekaterinburg, UrFU Publ., 2013. 262 p.
9. Moiseeva N. K. *Mezhdunarodnyi marketing* [International marketing]. Moscow, Center of Economics and marketing, 1998. 320 p.
10. Porter M. E. *On Competition*. Boston: Harvard Business School, 1998.
11. Rubin Y. B. *Diskussionnye voprosy sovremennoy teorii konkurentsii // Sovremennaya konkurentsia* [Discussion questions of the modern theory of competition]. *Journal of Modern competition*, 2010, no. 3, pp. 38–67.
12. Sheremet A. D. *Kompleksnyi analiz khozyaistvennoi deyatel'nosti* [Complex analysis of economic activities]. Moscow, Publishing house RIOR, 2009. 255 p.
13. Tambovtsev V. L. *Steykholderskaya teoriya firmy v svete kontseptsii rezhimov sobstvennosti* [Stakeholder theory of the firm in the light of the concept of property regimes]. *Rossiyskiy Zhurnal Menedzhmenta* — Russian Management Journal, 2008, vol. 6, no. 3, pp. 3–26.
14. Voronov D. S. *Dinamicheskii podkhod k otsenke konkurentosposobnosti predpriyatii* [Dynamic approach to the assessment of the competitiveness of enterprises]. *Problemy obespecheniya bezopasnogo razvitiya sovremennogo obshchestva: sbornik trudov* [Proc. Problems of maintenance of safe development of modern society]. Ekaterinburg, Publishing house of the UMC UPI, 2014, part II, pp. 199–206.
15. Voronov D. S. *Ekonomicheskii analiz sushchestvuyushchikh metodov otsenki konkurentosposobnosti predpriyatii* [Econometric analysis of existing methods of an estimation of competitiveness of enterprises]. Available at: <http://vds1234.ru/?31.html> (accessed 20.05.2015).
16. Voronov D. S. *Konkurentosposobnost predpriyatya: otsenka, analiz, puti povysheniya* [Competitiveness of enterprises: assessment, analysis, ways to improve]. Ekaterinburg, Publishing house of the USTU-UPI, 2001. 96 p.
17. Voronov D. S. *Sootnoshenie konkurentosposobnosti predpriyatya i konkurentosposobnosti ego produktsii* [The interrelation of the competitiveness of enterprises and the competitiveness of its products]. *Journal of Modern competition*, 2015, no. 1, pp. 39–53.
18. Voronov D. S., Krivorotov V. V. *Otsenka konkurentosposobnosti krupneishikh rossiiskikh kompanii* [Evaluation of the competitiveness of the largest Russian companies]. *Vestnik UrFU* — Bulletin of the UrFU, 2015, no. 5, pp. 717–740.

D. Voronov, UMMC Technical University, Verkhnyaya Pyshma, Sverdlovsk region, Russia, vds1234@yandex.ru

Evaluation of the competitiveness of the largest Russian companies by the end of 2015

The article assesses the competitive status of the leading Russian companies in the first half of 2015 with the aim of identifying the most competitive companies in the context of macroeconomic instability. The authors have shown that a lack of relevance and the imperfection of applied methods of ranking enables you to use existing ratings to assess the current competitiveness of economic entities. Due to conclude that assessment of the impact of recessionary phenomena in the economy on the performance of the largest domestic companies may be made only by applying specific estimation methods of competitiveness of enterprises. Analyzed the main methods for assessing the competitiveness of enterprises, identified their strengths and weaknesses. The authors proved that for rapid assessment of the competitive status of many business entities is the most appropriate application of the dynamic evaluation method of enterprise competitiveness. Set out the main provisions of the dynamic approach to the assessment of the competitive-ness of enterprises, the mathematical apparatus and algorithm analysis, describes the theoretical and methodological principles underlying the dynamic approach. The methodological and methodical advantages of the dynamic approach compared to traditional methods of assessing the competitive-ness of enterprises. Discusses practical aspects of assessment and analysis of competitiveness of enterprises based on a dynamic method. The calculations of the competitiveness of the largest companies in Russia by the end of 2015. Revealed company with the highest and lowest level of competitiveness. The analysis of competitiveness by industry. Identified leading companies in each industry group. It is shown that unlike traditional ratings, which, as a rule, are based on only one indicator (usually revenue or capitalization of the entity taken as one accounting period), the ranking of companies with the use of the dynamic approach is a more accurate tool for assessing their competitiveness. In conclusion, the authors determined the directions of further research on the subject.

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness of enterprises, evaluation of the competitiveness of enterprises, dynamic approach for evaluating the competitiveness of enterprises

About author: D. Voronov, *PhD in Economics*

For citation: Voronov D. Evaluation of the competitiveness of the largest Russian companies by the end of 2015. *Journal of Modern Competition*, 2016, vol. 10, no. 2 (56), pp. 118–143 (in Russian, abstr. in English).

- 2016

Журнал «Современная конкуренция» выходит 6 раз в год:

Январь Март Май Июль Сентябрь Ноябрь

1 номер 1190 руб. 3 номера (полугодие) 3570 руб. 6 номеров (годовая) 7140 руб.

Вы можете выбрать любой удобный для вас вид подписки.

Подписка через редакцию

Отправьте заявку на edit@s-university.ru
или позвоните по тел. +7(495)987-43-74 (доб. 3304).

Доставка включена в стоимость подписки

Подписка по почте

По каталогу агентства «Роспечать» подписной индекс **36207**;
по объединенному каталогу «Пресса России» подписной индекс **88060**;
по каталогу российской прессы «Почта России» подписной индекс **14246**;

Руководитель службы маркетинга А. А. Розанцев
тел. (495) 987-43-74 (доб. 3304), e-mail: arozantsev@synergy.ru, yorlov@mfp.ru

Доставка осуществляется заказной бандеролью с уведомлением.

**Электронный выпуск, а также отдельные статьи журнала можно приобрести на сайтах
www.moderncompetition.ru, www.elibrary.ru и www.litres.ru.**

К оплате принимаются все виды электронных платежей, банковские карты.
Возможна также оплата с помощью SMS.

Учредитель и издатель

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования

«Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-57863 от 25.04.2014 г.

Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Редакция:

Заместитель главного редактора *А. И. Коваленко*

Литературный редактор *О. А. Михайлова*

Дизайн макета и верстка: *Б. В. Зипунов*

Адрес редакции:

125190, Россия, Москва, Ленинградский просп.,
д. 80, корп. Г, офис 612

Тел.: (495) 663-93-88 (доб. 1839); (905) 510-00-58

e-mail: edit@s-university.ru; Alkovalenko@mfp.ru;

www.moderncompetition.ru

Наши реквизиты:

Университет «Синергия»

ИНН 7729152149

КПП 770201001

ОГРН 1037700232558

Р/с 40703810338180120073

БИК 044525225

К/с 3010181040000000225

Сбербанк России (ПАО) Вернадское ОСБ

При перепечатке и цитировании материалов ссылка на журнал «Современная конкуренция» обязательна.
Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.

© Университет «Синергия»

Подписано в печать 29.04.2016

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в ООО «САМ ПОЛИГРАФИСТ»
129090, г. Москва, Протополовский пер., д. 6