

*На правах рукописи*



**ГУЛЯЕВ Герман Юрьевич**

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ  
ЭКОНОМИКЕ РОССИИ**

Специальность 08.00.01 – Экономическая теория

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

**Ярославль - 2014**

Работа выполнена в ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет».

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор  
**Скворцова Валентина Алексеевна**

Официальные оппоненты: **Альпидовская Марина Леонидовна**  
доктор экономических наук, профессор,  
ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при  
Правительстве РФ», профессор кафедры  
«Макроэкономика»

**Мигранян Азгануш Ашотовна**  
доктор экономических наук, профессор,  
ФГБУН «Институт экономики Российской  
Академии наук», ведущий научный сотрудник

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный  
университет»

Защита состоится «10» апреля 2015 года в 11.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.002.06 при ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова» по адресу: 150000, г. Ярославль, ул. Комсомольская, д.3, ауд. №308.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова» (150003, г. Ярославль, Полушкина Роща, д. 1а) и на официальном сайте ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет им П.Г. Демидова» <http://www.rd.uniyar.ac.ru/>

Автореферат разослан « » февраля 2015 года

Ученый секретарь  
диссертационного совета

**Курочкина Ирина Петровна**

## I. Общая характеристика работы

**Актуальность темы исследования.** Конкуренция является неотъемлемым признаком рыночной системы и основной движущей силой ее эффективного развития. Именно конкуренция стимулирует предпринимателя и направляет его экономический интерес (в виде получения экономической прибыли) к сокращению издержек, расширению объемов производства, внедрению инноваций, которые в результате становятся достоянием общества.

В России конкурентная среда формировалась не эволюционным путем, как в большинстве развитых стран, а путем создания институциональных условий для конкурентного поведения экономических субъектов. Новая российская экономика, за время своего развития, сопровождалась кризисами экономической и политической нестабильности, негативно влияя тем самым на условия и формы конкурентных отношений.

Современная экономическая действительность, характеризующаяся трансформацией экономических отношений, глобализацией бизнеса, интеграцией России в мировое пространство, возлагает на развитие конкурентных отношений еще большую ответственность за улучшение экономических, инновационных показателей, качества жизни и благосостояния общества.

Озабоченность современных аналитиков вызвана, прежде всего, тем, что большинство отечественных предприятий с их неконкурентоспособными товарами, не может выдержать конкуренции с импортом. Поэтому особую актуальность приобретает решение вопросов, связанных с выбором путей экономического развития России, основанных на инновациях. Этому может способствовать создание оптимальных мотивационных условий, как для бизнеса, так и для работников, направленных на эффективное развитие конкурентной среды в России.

**Степень научной разработанности проблемы.** В зарубежной экономической литературе вопросам конкуренции посвящен ряд работ и исследований различных экономических школ и направлений.

Первые наиболее целостные теоретические положения, посвященные вопросам конкуренции, были сформулированы в XVIII в. классиками политической экономии (А. Смит, Д. Рикардо, Дж. С. Милль). Они разработали модель совершенной конкуренции и охарактеризовали черты конкурентного рынка. Отклонение от этой модели расценивалось негативно. Неоклассики А. Маршалл, А. Курно утверждали, что монополия, как антипод свободной конкуренции снижает эффективность экономики.

Развитие концепций конкуренции приводит к осознанию того, что конкуренция и монополия настолько переплетены, что вызывает необходимость говорить о монополистической конкуренции – такой рыночной структуре, в которой одновременно сочетаются черты и конкуренции и монополии. Дж. Робинсон и Э. Чемберлин впервые стали исследовать экономику несовершенной конкуренции.

Расширили представления о роли конкуренции в рыночной экономике с точки зрения функционально-поведенческого подхода Й. Шумпетер, Ф. Хайек, Г. Хамел, К. Прахалад, М. Портер, М. Брун и др.

Существенный вклад в современную теорию конкуренции внесли зарубежные исследователи А. Брандбургер, Б. Нейлбафф, Д. Тапскотт, Э. Уильямс, которые пришли к выводу, что в современном мире наиболее эффективной формой конкурентных отношений является «со-конкуренция», основанная на сочетании в себе ранее альтернативных понятий – сотрудничества и конкуренции.

Сознательно уничтоженные основы рыночного хозяйства в экономике СССР и чрезмерная идеологизация отечественной науки не позволили формированию серьезных исследований, посвященных вопросам конкуренции. Отечественные экономисты стали активно исследовать конкуренцию с момента зарождения рыночных отношений в России. Конкурентные отношения рассматриваются во взаимосвязи (или параллельно) с иными фундаментальными экономическими процессами. В этой связи необходимо назвать работы С. Б. Авдашевой, Г. Л. Азоева, М. И. Гельвановского, В. П. Горева, В. А. Гордеева, Ю. Б. Рубина, С. Г. Светунькова, Н. И. Усик, Р. А. Фатхутдинова, А. Е. Шаститко, А. Ю. Юданова.

Несмотря на большой объем научной литературы по рассматриваемой проблеме, недостаточно раскрыты вопросы комплексного подхода к изучению конкуренции, сочетания сотрудничества и конкуренции, требуется уточнение содержания ряда взаимосвязанных с конкуренцией категорий. Кроме того, необходимо решение вопросов, связанных с совершенствованием конкурентной среды в России.

Таким образом, актуальность, недостаточная теоретическая изученность конкуренции, практическая значимость проблемы совершенствования конкурентной среды в России и повышения конкурентоспособности отечественной экономики в свете интеграции России в мировое пространство, определили выбор темы диссертационной работы, ее содержание, постановку целей и задач.

**Цель диссертации** заключается в разработке направлений по совершенствованию конкурентной среды в России и эффективному развитию национальной конкуренции, способствующих экономическому росту страны и благосостоянию общества.

Поставленная цель, в свою очередь, определяет следующие **задачи исследования:**

- обосновать многогранность категории «конкуренция» на основе применения поведенческого, функционального и структурного подходов;
- изучить содержание взаимосвязанных с конкуренцией категорий: конкурентные отношения, конкурентное поведение, конкурентная стратегия, конкурентное преимущество, конкурентоспособность;
- выявить преимущества модели поведения хозяйствующего субъекта, основанной на межфирменном сотрудничестве (сотрудничестве с конкурентами);

- определить факторы, оказавшие существенное влияние на формирование и развитие конкурентной среды в России;
- провести отраслевой анализ конкуренции и выявить особенности проявления конкуренции по видам экономической деятельности в России;
- предложить направления по совершенствованию конкурентной среды в России.

**Объектом исследования** является конкурентная среда российской экономики.

**Предметом исследования** являются социально-экономические и организационные отношения, формирующиеся внутри конкурентной среды и воздействующие на нее извне.

**Область диссертационного исследования.** Диссертационная работа выполнена в рамках Паспорта научной специальности ВАК Минобрнауки РФ 08.00.01 – Экономическая теория: п. 1.2. «Микроэкономическая теория, теория конкуренции и антимонопольного регулирования».

**Теоретическая и методологическая основы исследования.** Теоретической основой диссертационного исследования являются фундаментальные положения экономической теории, работы экономистов ведущих экономических школ и направлений, как зарубежных, так и отечественных, посвященные вопросам конкуренции, ее формам, методам, функциям и роли в рыночной экономике.

В качестве методологической базы диссертационного исследования применена теория научного познания, реализован системный подход как общенаучный метод познания, а также прикладные – анализ и синтез, классификация, систематизация, обобщение, группировка, сравнение, методы экономического анализа, сравнительный анализ, метод экспертных оценок.

**Достоверность и обоснованность полученных научных результатов и проведенных исследований** базируется на использовании в работе теоретического и эмпирического материала, полученного на основе изучения законодательных и нормативных актов, посвященных вопросам конкуренции, ее развитию и антимонопольному регулированию, применении в работе результатов фундаментальных и прикладных исследований зарубежных и отечественных специалистов в области конкуренции и конкурентных отношений, а также информации, собранной в процессе диссертационного исследования. Это обусловило репрезентативность исходных данных, а также надежность используемого инструментария.

**Научная новизна диссертационного исследования** состоит в следующем:

1. **Обоснована необходимость рассмотрения сущности конкуренции с позиции трех подходов: поведенческого, функционального и структурного.** Комплексное изучение конкуренции позволяет показать многогранную сущность данной категории. Исследование конкуренции с точки зрения поведенческого подхода предполагает анализ отношений между субъектами конкуренции, применяемых ими форм и методов конкуренции. Функциональный подход исследования конкуренции позволяет оценить

социально-экономические эффекты конкуренции на конкретном рынке. Исходя из структурного подхода можно выявить степень монополизации конкретного рынка в соответствии с известными рыночными структурами (рынок свободной конкуренции, рынок монополистической конкуренции, олигополия, монополия и др.) В рамках данного пункта новизны давно авторское определение категории «конкуренция» с позиции поведенческого подхода: соперническое взаимодействие субъектов рынка за получение желаемых (необходимых или наилучших) условий для воспроизводственной деятельности хозяйствующего субъекта.

**2. Разработана модель поведения хозяйствующего субъекта в условиях конкуренции,** которая позволила структурировать взаимосвязанные с конкуренцией категории (конкурентное и неконкурентное поведение, конкурентное преимущество, конкурентоспособность) и визуализировать процесс формирования конкурентных преимуществ и конкурентоспособности субъекта (продукта), а также возможность появления на рынке монополиста и банкрота. В модели видно, что конкуренция на рынке побуждает предприятия формировать конкурентные преимущества, выгодно отличающие данное предприятие (продукт) от аналогичных предприятий (продуктов) в отрасли. Весомость конкурентного преимущества может побудить его обладателя стать монополистом на рынке. Конкурентные преимущества служат основой конкурентоспособности предприятия (продукта), т.е. такой способности, которая позволяет удерживать занятые позиции на рынке, и на равных конкурировать с аналогичными предприятиями (продуктами).

**3. Сформулированы возможные эффекты от межфирменного сотрудничества (сотрудничества с конкурентами):** эффекты от использования общих основных средств, от совместной финансовой деятельности, от снижения транзакционных издержек, от расширения рынка сбыта, от сокращения персонала в результате объединения операций, от использования современных технологий, от инвестиционной деятельности. В рамках данного пункта научной новизны обоснована необходимость инициирования межфирменного сотрудничества административными методами (снижение налоговой нагрузки, предоставление грантов за совместную научно-исследовательскую деятельность и др.) в отраслях легкой промышленности и сельском хозяйстве отечественной экономики.

**4. Введено понятие «конкуренция с нулевым эффектом»,** которая представляет собой такую ситуацию на рынке, когда, несмотря на увеличение количества предприятий (потенциальных конкурентов) в отрасли, цена и качество продукта ухудшаются с точки зрения потребительских запросов, или остаются на прежнем уровне. Потребитель не может испытать на себе позитивные эффекты конкуренции, выраженные в сокращении цен и улучшении качественных характеристик товаров и услуг, в виду того, что механизм конкуренции не работает. Конкуренция с нулевым эффектом может быть вызвана недостаточным количеством хозяйствующих субъектов в отрасли, инфраструктурными барьерами для бизнеса (в том числе коррупцией и бюрократией), а также нерациональной либерализацией рынков естественных

монополий. В России конкуренция с нулевым эффектом проявилась на рынке грузовых перевозок железнодорожным транспортом, в банковском секторе, строительстве, здравоохранении.

**5. Предложены направления по совершенствованию конкурентной среды в России с учетом особенностей отечественной экономики, её структуры и системы факторов, повлиявших на формирование и развитие отечественной конкурентной среды.** В соответствии с выявленными факторами и особенностями национальной конкурентной среды предложены пути по ее улучшению. Сформулированные направления позволяют обеспечить экономический рост страны и процветание нации.

**Теоретическая значимость диссертационной работы** заключается в углублении представлений о содержании конкуренции и взаимосвязанных с ней категорий, в обосновании необходимости исследования конкуренции с точки зрения поведенческого, функционального и структурного подходов, расширении категориального аппарата, а именно во введении категории «конкуренция с нулевым эффектом» и обоснования причин ее возникновения.

**Практическая значимость** исследования заключается в том, что отдельные положения диссертации могут быть использованы в качестве учебного и аналитического материала в учебном процессе для дисциплин «Экономическая теория», «Экономика», «Государственное регулирование экономики», «Экономика отрасли». Предложенные пути по совершенствованию конкурентной среды в России и по повышению конкурентоспособности отечественной экономики, могут быть учтены при формировании федеральной программы по развитию конкуренции.

**Апробация результатов исследования.** Основные теоретические положения и ряд принципиальных выводов по рассматриваемым проблемам излагались и получили положительную оценку на международных и всероссийских научно-практических конференциях: IX Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития экономического и управленческого потенциала России в XXI веке» (г. Пенза, 2011); II Всероссийской конференции студентов и молодых ученых «Новой экономике – новые подходы управления» (г. Самара, 2011), X Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития экономического и управленческого потенциала России в XXI веке» (23 апреля г. Пенза, 2012); Всероссийской научно-практической конференции «Экономика и право современной России: проблемы и пути развития» (г. Самара, 2012); Международной научно-практической конференции «Перспективы развития науки» (г. Гданьск, Польша, 2012); XVII Международной научно-практической конференции «Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд» (г. Новосибирск, 2012).

**Структура и объём работы.** Структура диссертации соответствует цели и задачам исследования. Ее основной объем составляет 185 страниц, состоит из введения, двух глав, шести параграфов и заключения, 34 рисунков, 25 таблиц, списка использованной литературы, включающего 208 наименований, 9 приложений.

## II Основные результаты исследования

В соответствии с целью и поставленными задачами в диссертационной работе получены результаты и сделаны выводы, порядок изложения которых определяется логикой проведенного исследования.

**В рамках первого пункта научной новизны автор обосновывает необходимость рассмотрения сущности конкуренции с позиции трех подходов: поведенческого, функционального и структурного.**

Исследование эволюции взглядов экономистов на конкуренцию позволило установить, что ученые по-разному трактуют данную категорию, исходя из поведенческого, функционального и структурного подходов в отдельности. Лишь совокупное изучение названных трех подходов позволяет понять целостную сущность конкуренции.

Исходя из поведенческого подхода, под конкуренцией, прежде всего, понимается процесс, основанный на состязательности, соперничестве хозяйствующих субъектов, что подтверждают ее типичные определения (табл. 1). Делая акцент на поведенческой составляющей конкуренции уместно в качестве синонима употреблять такую категорию как «конкурентные отношения». Данные синонимы имеют тождественные субъекты, объекты и цель.

Таблица 1 – Поведенческий подход при определении конкуренции<sup>1</sup>

| Автор      | Определение   |
|------------|---|
| Г. Азоев   | соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели |
| Д. Борисов | состязание между экономическими субъектами: борьба за рынки сбыта товаров с целью получения более высоких доходов, прибыли, других выгод                  |
| В. Шкардун | соперничество на рынке между производителями товаров и услуг за долю рынка, получение максимальной прибыли или достижение иных конкретных целей           |
| А. Юданов  | борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей на доступных сегментах рынка  |

Как видно из табл. 1, авторы устанавливают различные цели конкуренции: борьба за рынки сбыта, за ограниченный объем платежеспособного спроса,

<sup>1</sup> Составлено автором на основе анализа научной литературы: Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга. 1996. – 208 с.; Борисов Д.Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2013. – 860 с.; Кулешова А. Б. Конкуренция в вопросах и ответах. М.: ТК Велби, Проспект, 2004. – 256 с.; Шкардун В. Д. Методика исследования конкуренции на рынке // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. №4. С. 44-54; Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. – 2- изд. Испр. И доп. – М.: ГНОМ-ПРЕСС, 1998. – 384 с.

получение более высоких доходов и других результатов. Нами установлено, что цели субъектов конкурентных отношений, так или иначе связаны с улучшением существования деятельности фирмы, точнее сказать, с улучшением ее воспроизводственной деятельности. Поэтому конкуренцию исходя из поведенческого подхода следует рассматривать как соперническое взаимодействие субъектов рынка за получение желаемых (необходимых или наилучших) условий для воспроизводственной деятельности.

Предметом исследования конкуренции с точки зрения поведенческого подхода могут быть формы и методы конкурентных отношений, конкурентное поведение, конкурентная стратегия, конкурентное преимущество, конкурентоспособность хозяйствующего субъекта.

При функциональном подходе конкуренция рассматривается как неотъемлемый элемент рыночной системы. Сущность конкуренции проявляется через реализуемые ею функции. Конкуренция идентифицируется как механизм, обеспечивающий разнообразие и эффективное распределение ресурсов, балансирующий цены, стимулирующий инновации (табл. 2). Исходя из функционального подхода, предметом исследования конкуренции являются эффекты, полученные экономикой или конкретным рынком от конкуренции хозяйствующих субъектов (экономический рост страны, «очищение» экономики от неэффективных хозяйствующих субъектов, эффективность производства в отрасли, внедрение и выработка инноваций, сокращение издержек и улучшение качества продукта и др.).

Таблица 2 – Функциональный подход при определении конкуренции<sup>2</sup>

| Автор       | Определение   |
|-------------|---|
| А. Смит     | «невидимая рука» рынка, координирующая деятельность его участников  |
| Й. Шумпетер | динамический процесс, ведущий к открытию нового товара (технологии), через механизм «созидательного разрушения», очищающего экономику от всего старого, ненужного |
| Ф. Хайек    | процесс, посредством которого передаются и получают знания  |
| А. Шаститко | способ адаптации действующих на рынке субъектов к изменяющимся обстоятельствам  |

Экономисты, идентифицируя конкуренцию с позиции структурного подхода, исследуют ее как статичное состояние (модель, тип) рынка,

<sup>2</sup> Составлено автором на основе анализа научной литературы: Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ. В.С. Афанасьева. – М.: Эксмо, 2009. – 960 с.; Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Прогрес. 1982. С. 120.; Хайек Ф. Познание, конкуренция и свобода: пер. с нем. Спб.: Пневма, 1999. – С. 50.; Шаститко А., Голованова С. Последствия слабой конкуренции: количественные оценки и выводы для политики (экспертно-аналитический доклад) // Экономическая политика. 2012. №6. С. 5-53; Завьялов П. С. Конкуренция – неотъемлемое свойство развитого рынка // Маркетинг. 2007. №5. С. 2-14.

характеризующееся взаимодействием продавцов и покупателей, не способных оказать существенного влияния на изменение цены товара (табл. 3).

Таблица 3 – Структурный подход при определении конкуренции<sup>3</sup>

| Автор       | Определение  |
|-------------|--|
| А. Курно    | борьба двух или более фирм, когда каждая предполагает, что объем производства ее конкурентов будет оставаться неизменным |
| Ф. Найт     | взаимодействие множества независимых хозяйственных единиц, действующих в условиях неопределенности                       |
| Л. Качалина | состязательность в условиях отсутствия монополии   |

С позиции структурного подхода, конкуренция (модель совершенной конкуренции) выступает неким критерием для определения степени монополизации рынков.

Таким образом, совокупное изучение сущности конкуренции позволяет показать многогранность данной категории и выполнить комплексный анализ конкуренции на конкретном рынке.

**В рамках второго пункта научной новизны автором разработана модель поведения хозяйствующего субъекта в условиях конкуренции, структурированы взаимосвязанные с конкуренцией категории.**

Конкурентные отношения предполагают различное поведение хозяйствующих субъектов на рынке. Их можно разделить на два вида: конкурентное поведение и неконкурентное поведение.

Если неконкурентное поведение характеризуется стихийными (нецеленаправленными) действиями, либо бездействием хозяйствующего субъекта, то конкурентное поведение основано на активных целенаправленных действиях субъектов конкуренции для достижения соответствующей цели. Совокупность таких действий и мер составляет стратегию конкурентного поведения.

Стратегия конкурентного поведения фирмы направлены на формирование конкурентного преимущества, которое является основой успешного поведения хозяйствующего субъекта на рынке. Для обоснования этого обратимся к, разработанной нами, Модели-алгоритму поведения хозяйствующих субъектов в условиях конкуренции (рис. 1).

<sup>3</sup> Составлено автором на основе анализа научной литературы: Блауг М. Курно, Антуан Огюстен // 100 Великий экономистов до Кейнса — СПб.: Экономикс, 2008. – С. 152-154. Найт Ф. Риск, неопределенность, прибыль./ пер. с англ. – М.: Дело, 2003. – 360 с.; Качалина Л. Н. Конкурентоспособный менеджмент. М.: Эксмо, 2006. – 464 с.

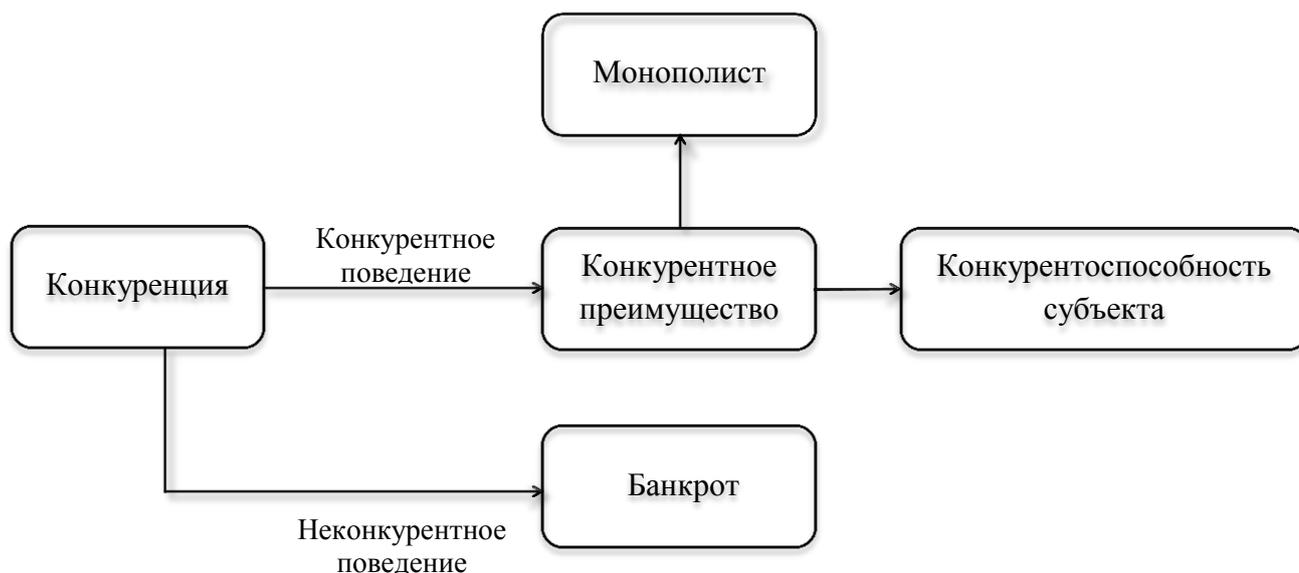


Рисунок 1 – Модель поведения хозяйствующего субъекта в условиях конкуренции<sup>4</sup>

Согласно модели (рис. 1), существующая конкуренция на рынке побуждает хозяйствующих субъектов формировать конкурентные преимущества, выгодно отличающие данное предприятие (или продукт предприятия) от других аналогичных предприятий (продуктов) на рынке. Наличие таких отличительных характеристик, дает возможность предприятию (продукту) наравне с другими аналогичными предприятиями (продуктами) конкурировать на рынке, т.е. быть конкурентоспособным. При этом уникальность, необходимость рынку конкурентного преимущества может побудить его обладателя стать монополистом в отрасли. Хозяйствующий субъект, не адаптирующийся к динамике рынка, в результате станет банкротом.

Совокупность социально-экономических, организационных, правовых отношений по поводу конкуренции составляет основу конкурентной среды.

Таким образом, сущность конкуренции и взаимосвязанных с ней категорий можно представить в виде схемы (рис. 2).

<sup>4</sup> Разработано автором на основе анализа научной литературы, посвященной вопросам конкуренции.



Рисунок 2 – Конкуренция: сущность и структура взаимосвязанных категорий<sup>5</sup>

**В рамках третьего пункта научной новизны сформулированы возможные эффекты от межфирменного сотрудничества (сотрудничества с конкурентами).**

Автор обращает внимание на то, что по мере усложнения потребительских запросов, под воздействием быстрой смены технологий, турбулентности внешней среды фирмы, глобализацией и других факторов фирмы сталкиваются с нехваткой ресурсов для самостоятельного обеспечения своих основных видов деятельности. Ресурсная ограниченность фирм, вынужденных вести борьбу за потребителя, привела к тому, что конкурентное соперничество отчасти сменилось конкурентным сотрудничеством, в рамках которого конкурирующие предприятия, не переставая бороться за клиента,

<sup>5</sup> Разработано автором на основе анализа научной литературы, посвященной вопросам конкуренции.

сотрудничают по различным направлениям (создание новых разработок, сокращение издержек текущей деятельности, обеспечение более широкого охвата рынка, повышение конкурентоспособности и т.д.).

Под влиянием обозначенных факторов, экономисты различных стран начинают исследовать такое состояние конкурентных отношений, которое одновременно совмещает в себе ранее альтернативные понятия – сотрудничество и конкуренция, называя по-разному это явление. Мы обозначим его как «со-конкуренция», понимая при этом межфирменное сотрудничество (сотрудничество с конкурентами).

Межфирменное сотрудничество позволяет общими усилиями ее субъектов отразить отрицательное влияние различных факторов внешней среды, в том числе и конкурентного давления, и получить позитивные эффекты, которые могут отличаться в зависимости от целей хозяйствующего субъекта (рис. 3).



Рисунок 3 – Эффекты от межфирменного сотрудничества<sup>6</sup>

Яркий пример модели «со-конкуренция» может быть представлен на рынке сотовой связи в России: конкурирующие друг с другом компании, начинают сотрудничество по определенным направлениям деятельности.

<sup>6</sup> Разработано автором

Развитие сотовой связи в России, привело к образованию на рынке трех крупнейших операторов (операторы «большой тройки»): «Мобильные ТелеСистемы» (МТС), «ВымпелКом» (Билайн) и «Мегафон», сегодня на них приходится более 80% доли рынка (рис. 4).

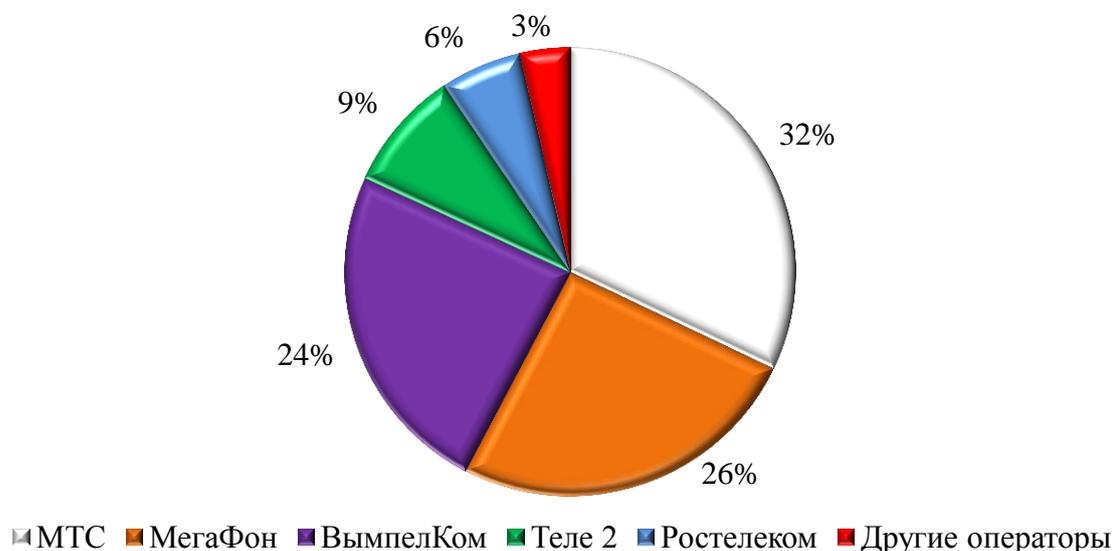


Рисунок 4 – Распределение абонентов между операторами за 2012 г.<sup>7</sup>

Жесткая конкуренция за абонента между крупнейшими операторами сотовой связи в России, сопровождается их сотрудничеством. Так, в конце 2010 г. компании «большой тройки» создали некоммерческую организацию «Консорциум 4G», целью которой является изучение возможностей и условий внедрения сетей 4-го поколения, позволяющих передавать данные со скоростью превышающей 100 Мбит/с подвижным и 1 Гбит/с – стационарным абонентам.

В то же время, сотрудничество по инвестициям в отечественную экономику, созданию инноваций, новых услуг и технологий сопровождается недобросовестным, с точки зрения антимонопольного законодательства, взаимодействием субъектов «большой тройки». ФАС неоднократно присуждала штрафы операторам «большой тройки» за ценовой сговор, внедрение идентичных тарифов и необоснованно высоких цен на роуминг.

Таким образом, важно различать добросовестное сотрудничество между хозяйствующими субъектами, обеспечивающее эффективное развитие экономики и удовлетворение общественных потребностей, и недобросовестное, преследующее ценовой сговор, противоречащий здоровому развитию экономической системы.

Другим примером, эффективного сотрудничества хозяйствующих субъектов, может служить содружество «Магазин моего района», созданное в г. Пенза в 2006 г. с целью отражения конкурентного давления со стороны крупных федеральных торговых сетей, таких как «Перекресток», «Пятёрочка», «Spar», «Магнит».

<sup>7</sup> Составлено автором по данным ACM-Consulting [Электронный ресурс] – Официальный сайт ACM-consulting. URL: [http://www.acm-consulting.com/data-downloads/cat\\_view/12-acam.html](http://www.acm-consulting.com/data-downloads/cat_view/12-acam.html)

В торговый союз «Магазин моего района» было объединено не имущество 12 независимых друг от друга хозяйствующих субъектов, а их знания и опыт работы, полученные в отрасли.

При сохранении индивидуальных названий супермаркетов, к логотипу компаний добавилась эмблема вновь созданного союза. В рамках этого объединения, магазины обрели ряд конкурентных преимуществ:

- снизилась стоимость закупок (при увеличении масштаба оптового заказа);
- сократился бюджет на рекламу;
- внедрены дисконт-карты для покупателей;
- создан цех по производству полуфабрикатов, салатов и других продовольственных товаров с целью продажи в рамках торгового союза и др.

Очевидно, что в одиночку эти компании не добились бы таких результатов. Сегодня магазины торгового союза ведут на равных конкуренцию с федеральными торговыми сетями.

Если сотрудничество с конкурентами приносит позитивные эффекты, как для самих субъектов хозяйствования, так и для общества в целом, данную модель можно инициировать административными методами, посредством стимулирования сотрудничества через снижение налоговой нагрузки, грантов за совместную научно-исследовательскую деятельность и других поощрительных механизмов. Такая модель может быть применена и эффективна в тех отечественных отраслях, где существует массовый наплыв импорта, а именно в легкой промышленности и сельском хозяйстве.

Таким образом, межфирменное сотрудничество позволяет сэкономить ресурсы предприятий (которые в противном случае отвлекаются на конкуренцию) и повысить удовлетворенность потребителя (обособленно работающая компания имеет меньше возможностей для этого, чем сотрудничающие фирмы).

**В рамках четвертого пункта научной новизны впервые введено понятие «конкуренция с нулевым эффектом», которое представляет собой такую ситуацию на рынке, когда, несмотря на увеличение количества предприятий (потенциальных конкурентов) в отрасли, цена и качество продукта ухудшаются с точки зрения потребительских запросов, или остаются на прежнем уровне. Потребитель не может испытать на себе позитивные эффекты конкуренции, выраженные в сокращении цен и улучшении качественных характеристик товаров и услуг, в виду того, что механизм конкуренции не работает.**

Не смотря на увеличение организаций за 2003-2012 гг. в таких секторах экономики, как: производство и распределение электроэнергии (на 151,26%), транспорт и связь (на 104%), строительство (на 48,99%), здравоохранение (на 19,78%), финансовая деятельность (на 13,29%), потребитель не может оценить на себе позитивные эффекты конкуренции, заключающиеся в снижении цены продукта и улучшении его качественных характеристик.

Так, начавшееся в 2003 г. реформирование естественно-монопольных отраслей с целью развития конкуренции и доступа на рынок частных фирм в

сфере грузовых перевозок железнодорожным транспортом и передачи электроэнергии, привело к росту тарифов в обозначенных секторах экономики, при этом качество оказываемых услуг существенно не улучшилось, что свидетельствует о нерациональном реформировании отраслей естественных монополий.

Рост числа занятых организаций в сфере здравоохранения, прежде всего, за счет частных клиник, на 19,78% привел к увеличению стоимости первичного приема врача за 2003-2012 гг. на 265%. В связи с этим, необходимо признать значимость сохранения функции государства в качестве основного «поставщика» медицинских услуг, и нерациональное развитие конкуренции среди частных клиник, основной целью деятельности которых является получение прибыли, а не эффективное лечение пациентов.

При увеличении числа строительных фирм за 2003-2012 гг. на 49%, средняя стоимость 1м<sup>2</sup> жилья за аналогичный период увеличилась на 195%. Стоимость 1м<sup>2</sup> жилья в России является одной из самых дорогих в мире. Цены на недвижимость в России, помимо прочих факторов, связаны с бюрократией и коррупцией, устранить которые может лишь государство

Рост числа коммерческих банков в России существенно не отразился на снижении процентных ставок по кредитам. В России стоимость кредитных ресурсов является одной из самых дорогих в мире. В данном случае устранить конкуренцию с нулевым эффектом может лишь денежно-кредитная политика ЦБ РФ.

Стоит отметить, что рост стоимости тарифов ЖКХ, на грузоперевозки РЖД, высокая стоимость кредитов обуславливает увеличение издержек, без исключения, всех сфер экономической деятельности, что негативно влияет на конкурентоспособность и развитие национальной экономики.

Обозначенные примеры, описывают ситуацию, названную автором, «конкуренция с нулевым эффектом». Причинами такой конкуренции могут быть нерациональная либерализация рынков естественных монополий, бюрократия и коррупция, неэффективная политика государства, недостаточное количество конкурентов в отрасли.

**В рамках пятого пункта научной новизны автором разработаны направления по совершенствованию конкурентной среды в России с учетом особенностей отечественной экономики, её структуры и системы факторов, повлиявших на формирование и развитие отечественной конкурентной среды.**

**Автор выделяет 6 факторов, существенно повлиявших на формирование и развитие конкуренции в России.**

1. **Приватизация** государственной собственности, начавшаяся в 1990-е гг., стала основным условием для формирования конкурентной среды в России. Уже в 1994 г. на долю предприятий с государственной формой собственности приходилось 17% всех юридических лиц, в 2012 г. – 2%. Наибольшая доля количества всех хозяйствующих субъектов в настоящее время соответствует частным предприятиям и составляет 86% (рис. 5).

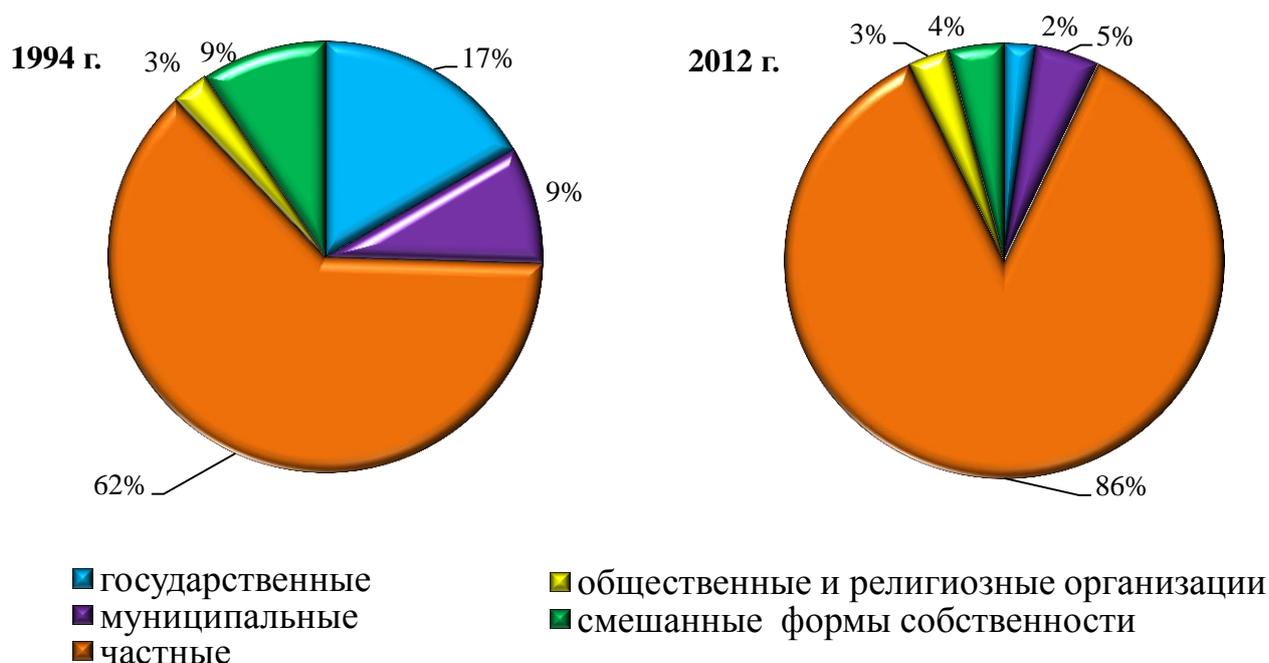


Рисунок 5 – Структура организаций в России по видам собственности за 1994 г., 2012 г.<sup>8</sup>

Наибольшее количество всех организаций в России сосредоточено не в производственной сфере, а в сфере оказания услуг. В торговле зафиксировано наибольшее количество конкурентов (рис. 6)

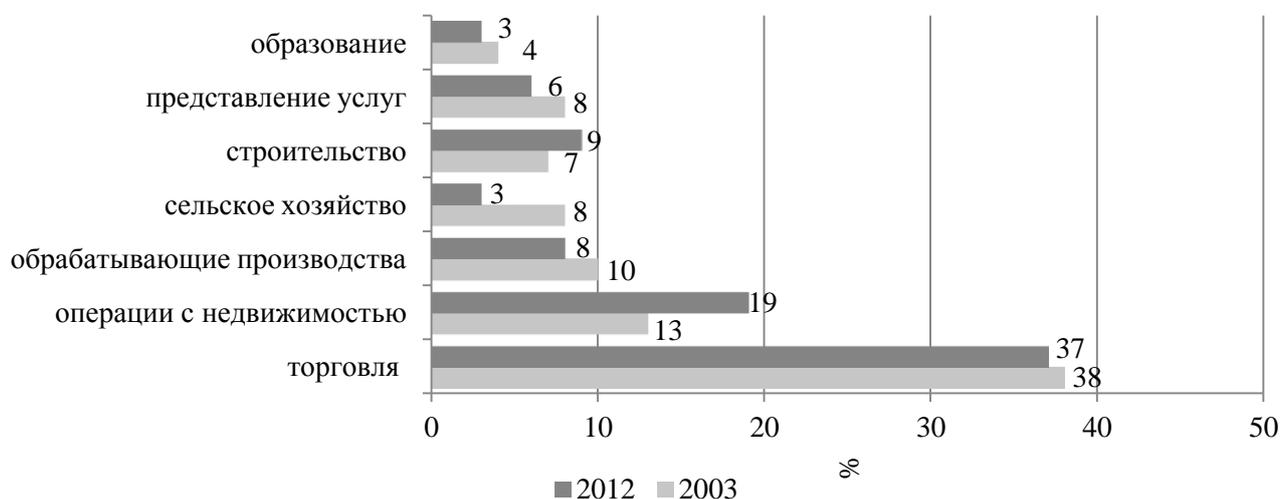


Рисунок 6 – Структура организаций по основным видам деятельности за 2003 г., 2012 г.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики РФ об институциональных преобразованиях в экономике [Электронный ресурс] – URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/)

<sup>9</sup> Составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики РФ об институциональных преобразованиях в экономике [Электронный ресурс] – URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/)

Форма приватизации во многом предопределили современные особенности развития конкуренции в России: высокая концентрация производства, низкая активность малого бизнеса, высокая доля на рынке государственных предприятий и естественных монополий, наличие инфраструктурных барьеров для развития бизнеса (высокие тарифы естественных монополий, процентные ставки по кредитам), бюрократия и коррупция и др.

2. **Высокая доля госкомпаний на рынке:** является следствием унаследованной от СССР структурой экономики, которая в явной форме носила монополизированный характер; ограничивает равный доступ к ресурсам участникам рынка, что противоречит принципам здоровой конкуренции и сдерживает конкурентное развитие отечественной экономики.

В подтверждение этому может служить банковский сектор страны. Крупнейшими отечественными банками являются банки с государственным участием: «Сбербанк», «ВТБ», «Газпромбанк», «Россельхозбанк», «Банк Москвы», «ВТБ-24» (рис. 7).

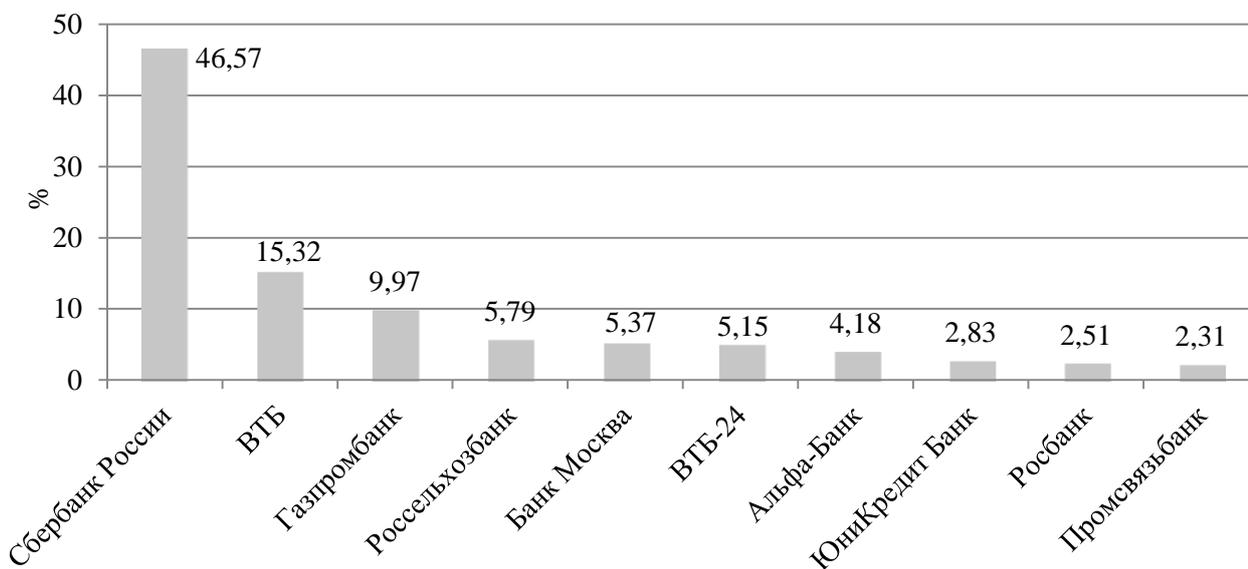


Рисунок 7 – Крупнейшие банки в России (по чистым активам) за 2013 г.<sup>10</sup>

На долю госбанков приходится около 60% рынка корпоративных кредитов, что обуславливает высокую вероятность монопольного завышения цен на кредитные продукты. Средняя процентная ставка по кредитам среди госбанков составляет 18,3%, при ставке рефинансирования в 7,5%. В США и странах ЕС кредиты для бизнеса предоставляются под 1-5%. Очевидно, что с такой высокой стоимостью кредитных ресурсов невозможен качественный рост экономики страны и производство конкурентоспособных продуктов.

Стоит добавить, что среди 10 крупнейших компаний в России, в 8 из них государство выступает мажоритарным акционером: «Газпром», «Роснефть», «РЖД», «Сбербанк», Группа ВТБ, РАО «ЕЭС», «Транснефть», «Татнефть».

<sup>10</sup> Составлено автором на основе данных Центрального банка РФ по итогам 2012 г. [Электронный ресурс] – URL: [http://www.cbr.ru/statistics/?PrId=pdko\\_sub](http://www.cbr.ru/statistics/?PrId=pdko_sub)

3. **Коррупция и бюрократия:** свидетельствуют о неразвитости механизма государственного регулирования и контроля; коррупция способствует неравным условиям для развития бизнеса; бюрократия усложняет процесс быстрого принятия решения; они являются основными составляющими транзакционных издержек в России, что увеличивает стоимость отечественных товаров, тем самым, снижая их конкурентоспособность.

4. **Инфраструктурные барьеры** для эффективного развития бизнеса: составляют 20-50% конечной стоимости товара (высокие тарифы ЖКХ, РЖД по грузоперевозке, проценты по кредитам и др.), что делает их неконкурентоспособными по сравнению с импортными товарами.

5. **Рост импорта:** наплыв импорта, начавшийся в 1990-е гг., не позволил формированию национальных конкурентоспособных производств и поставил в тупик отечественных предпринимателей, снизив их производственную и инновационную инициативность; свидетельствует о том, что внутреннее потребление продукции в России превышает ее собственное производство; характеризует низкую конкурентоспособность отечественных товаров. Так, в легкой промышленности число производства кожи и обуви за 2003-2012 гг. снизилось на 55%, а текстильного и швейного – на 33% (рис. 8).



Рисунок 8 – Динамика количества предприятий текстильной, швейной и кожевенной промышленности за 2003-2012 гг.<sup>11</sup>

Прежде всего, данные изменения связаны с низкой конкурентоспособностью отечественных товаров легкой промышленности, что обуславливает их замещение импортными аналогами и, соответственно, вызывает банкротство отечественных предприятий.

Средняя доля импорта текстиля, текстильных изделий и обуви за 1995-2011 гг. составляет 5% от всей суммы импортируемых товаров, экспорта – менее 1% от всей суммы экспортируемых товаров. За 2011 г. в страну

<sup>11</sup> Составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики РФ об институциональных преобразованиях в экономике [Электронный ресурс] – URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/)

импортировалось рассматриваемой группы товаров на сумму 16632 млн. долл. США, а экспортировалось на сумму – 765 млн. долл. США (рис. 9).

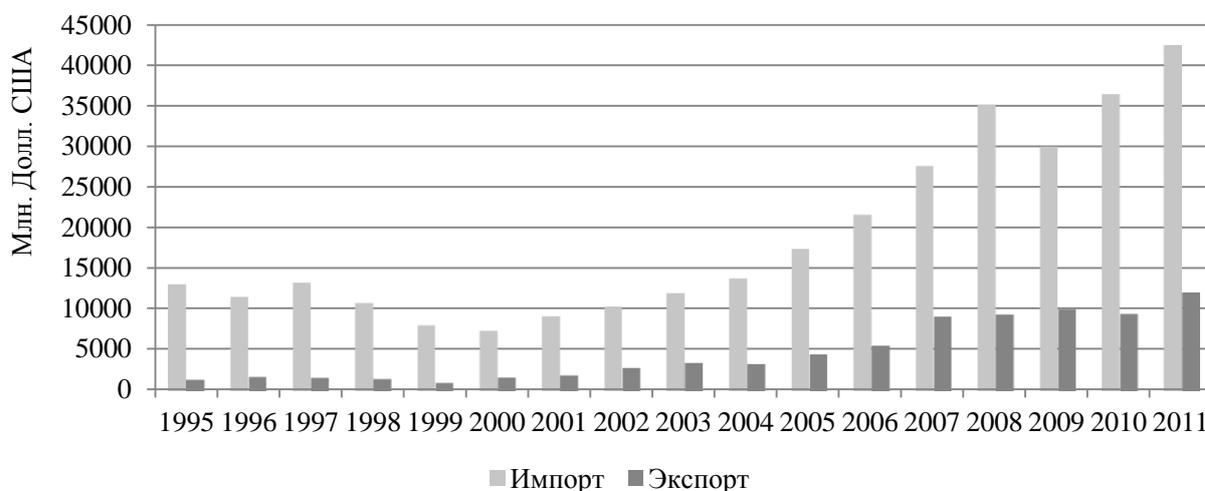


Рисунок 9 – Динамика импорта и экспорта текстиля, текстильных изделий и обуви в России за 1995-2011 гг.<sup>12</sup>

Аналогичная ситуация происходит и в сельском хозяйстве. В результате неконкурентоспособности отечественных предприятий сельского хозяйства по объективным причинам (в России мене выгодно в связи с климатическими условиями производить сельскохозяйственные и продовольственные продукты, чем в других странах) и ряду субъективных причин, число предприятий сельского хозяйства за 2003-2012 гг. сократилось на 47%, соответственно, недостаток сельскохозяйственных и продовольственных товаров компенсируется импортом.

**б. Российская ментальность:** основана на традициях православной церкви и идеях «коллективизма», внедренных в советское время, а не на идее «индивидуализма», лежащей в основе конкуренции, что обусловило слабую адаптацию к изменениям в период реформ и низкую активность предпринимателей. Стоит отметить, что и сами реформы не учитывали особенности российской ментальности.

Названные факторы существенно сдерживают конкурентное развитие российской экономики, негативно влияя, тем самым, на экономический рост страны.

На основе анализа конкурентной среды в России были разработаны рекомендации ее совершенствованию с учетом особенностей отечественной экономики, её структуры и системы факторов, повлиявших на формирование и развитие отечественной конкурентной среды (рис. 10).

<sup>12</sup> Составлено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики РФ об платежном балансе РФ [Электронный ресурс] – URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/trade/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/trade/)



Рисунок 10 – Факторы формирования и развития, особенности и пути совершенствования конкурентной среды в России

Совершенствование конкурентной среды в России должно быть нацелено на создание оптимальных условий для функционирования бизнеса и стимулов для развития конкуренции. Для этого необходимо:

1) стимулировать появление новых хозяйствующих субъектов, предлагающих рынку одновидовую продукцию, за счет:

- упрощения процедуры регистрации;
- снижения проверок контролирующими органами;
- снижения налогового бремени с малого бизнеса;

2) сократить долю государственных компаний на рынке за счет:

- приватизации госбанков;
- акционирования госкорпораций;
- ограничение экспансии естественных монополий и госкорпораций в непрофильные виды деятельности;

3) искоренить коррупцию и бюрократию за счет:

- институциональной трансформации государственного аппарата;
- совершенствования государственного регулирования и контроля;
- эффективного исполнения законодательства;

4) создать эффективную инфраструктуру для бизнеса за счет:

- сдерживания тарифов естественных монополий;
- повышения доступности кредитов;
- упрощения правил административного, налогового контроля и лицензирования предприятий и др.

Для эффективного развития конкуренции, позитивно отражающейся на инновационном росте экономики и благосостоянии граждан, государственная политика должна придерживаться следующих принципов:

– фокусирование не на защите неконкурентоспособных предприятий, а на создании условий для прорыва российской экономики на мировой рынок на основе имеющихся объективных конкурентных преимуществ страны (географическое положение, образованное население, новое предпринимательство и т.д.);

– государству необходимо не за счет собственных сил и собственных средств проводить модернизацию экономики, а необходимо обеспечить мотивацию бизнеса (налоговые, кредитные, таможенные льготы для инновационного бизнеса, прямые субсидии для сельского хозяйства) и работников (создание системы участия работников в собственности и управлении предприятием, работник становится совладельцем капитала, что повышает всевозможные экономические показатели), увеличивая их заинтересованность в модернизации.

## **СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

### **Статьи в журналах и изданиях, рекомендованных ВАК:**

1. Гуляев Г. Ю. Эволюция теории конкуренции / Г. Ю. Гуляев // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. – 2012. – №28. – С. 317-321.
2. Гуляев, Г. Ю. Сущность и закономерности конкурентных отношений / Г. Ю. Гуляев // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2013. – №10. – С. 6-19. URL: <http://www.uecs.ru/logistika/item/2390-2013-10-02-06-16-27>
3. Гуляев, Г. Ю. Проблемы и перспективы антимонопольного регулирования / Г. Ю. Гуляев // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №1-3. – С. 85-90.
4. Гуляев, Г. Ю. Трансформация конкурентных отношений или новая модель конкуренции / Г. Ю. Гуляев // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №12 (ч.2) – С. 532-537.
5. Гуляев, Г. Ю. Конкуренция: сущность и структура взаимосвязанных категорий / Г. Ю. Гуляев // Научное обозрение. – 2014. - №12. – С. 229-236.

### **Публикации в других изданиях**

6. Гуляев, Г. Ю. Конкуренция как задача социально-экономического развития России / Г. Ю. Гуляев // О научных проблемах, которые предстоит решать молодым: сборник материалов II Всероссийской конференции студентов и молодых учёных «Новой экономике – новые подходы управления» – Самара, Изд-во Самарский институт управления. – 2011. – С. 110-116.
7. Гуляев, Г. Ю. Особенности развития конкурентной среды в России / Г. Ю. Гуляев // Проблемы и перспективы развития экономического и управленческого потенциала России в XXI веке: Сборник материалов IX Всероссийской научно-практической конференции. Пенза: ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2011. – С. 21-25.
8. Гуляев, Г. Ю. Проблемы развития конкуренции в России / Г. Ю. Гуляев // Россия XXI века: переход к информационному обществу – противоречия и перспективы: всероссийская научно-практическая конференция – Пенза. – 2011. – С. 65-69.
9. Гуляев, Г. Ю. Формирование и развитие теории конкуренции в истории экономической мысли / Г. Ю. Гуляев // Проблемы и перспективы развития экономического и управленческого потенциала России в XXI веке: Сборник материалов X Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза: ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2012. – С. 65-67.
10. Гуляев, Г. Ю. Регулирующая функция государства в сфере конкурентных отношений / Г. Ю. Гуляев // Экономика и право современной России: проблемы и пути развития: материалы всероссийский науч.-практ.

конф. / под ред. д.э.н. проф. Б.Н. Герасимова. – Самара: НОАНО ВПО СИБиУ, 2012. – С. 22-25.

11. Гуляев, Г.Ю. Задачи государства в формировании конкурентных отношений / Г. Ю. Гуляев // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд: сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции / Под ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: НГТУ. – 2012. – С. 9-14.

12. Гуляев, Г.Ю. Государственная конкурентная политика в России / Г. Ю. Гуляев // Perspektywy rozwoju nauki. Zbior raportow naukowych. (28.11.2012 – 30.11.2012) – Gdansk: Wydawca: «Diamond trading tour». – 2012. – С. 84-89.

13. Гуляев, Г.Ю. Расширение конкуренции в условиях ВТО / Г. Ю. Гуляев // Теоретическая экономика. – 2014. – №6. – С. 60-72.