

© 2009 г.

Ю. Меркулова

кандидат экономических наук

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО ОТРАСЛЕВОГО МОНОПОЛИЗМА

Особенности зарождения и отличия отечественных отраслевых монополий. Хозяйствующие субъекты в любой стране в силу экономических интересов и психологических стереотипов своей деятельности стремятся к установлению монополии. И рыночная экономика по своей экономической природе такова, что в ней всегда будут присутствовать монополии в разных формах проявления. Вполне органично вписываются в рыночную экономику и отраслевые монополии. Однако большое значение имеют формы, методы, стили деятельности монополий и их влияние на экономику страны, масштабы этого явления в экономике страны в целом, а также степень отраслевой монополизации.

Для ограничения монопольных амбиций хозяйствующих субъектов и стимулирования к разнообразию форм их деятельности, во всех развитых зарубежных странах существует антимонопольное законодательство. Но, несмотря на всю важность эффективности антимонопольного законодательства, не только и не столько от совершенства законодательства зависит отраслевая организация хозяйствующих субъектов. Большую роль играют следующие основные факторы: 1) исторические; 2) политические; 3) социальные; 4) экономические.

Особенности экономического развития любой страны, систем её организации и управления на макроуровне, истоки и особенности становления и развития рыночной экономики определяют тенденции структурной трансформации её экономики. Нельзя недооценивать влияние и политических ориентиров и установок на экономику страны в целом и на структурные особенности её отраслей в частности.

Совершенно очевидно, что отраслевая структура экономики милитаризованного государства, озабоченного проблемами наращивания обороноспособности, или, тем более, ведущего, пусть даже и локальные, войны, в корне отличается от экономики, ориентированной на решение социальных проблем. Это пример резкой контрастности. Но экономика и её структура меняются и под влиянием простого политического лоббирования интересов крупных монополий. Но в особенно большой мере уровень монополизации экономики зависит от степени социальной ори-

ентированности государственной политики. Разумеется, не только от этого, но в первую очередь от этого зависит влияние общественного спроса. Так же, как и развитое гражданское общество, способное (в том числе с помощью профсоюзного движения) отстаивать свои экономические интересы, так и общественный спрос оказывает огромное влияние на изменение соотношения спроса и предложения, а это существенно влияет и на отраслевую структуру экономики, и на уровень ее монополизации.

История развития экономик развитых зарубежных стран – это история развития и совершенствования механизмов рыночной экономики, которые трансформировались под влиянием формирования гражданского общества и структуризации политических систем общества. За длительные годы эволюционного, поступательного развития в этих странах сложилось сильное гражданское общество, не учитывать интересы которого и требования общественного спроса не может ни одна политическая партия, имеющая реальный политический вес. А потому со сменой политической власти в этих странах не происходит каких-либо кардинальных изменений в экономике страны. В большей или в меньшей степени она остаётся социально ориентированной. Этим задачам отвечает и складывающаяся отраслевая структуризация хозяйства, которая характеризуется своей разнообразностью организационных форм и монопольных структур.

Какова же история возникновения и трансформации отраслевой структуры экономики в России?

Следует отметить прежде всего в корне различные исторические основы возникновения отраслевых монополий за рубежом и в нашей стране. **Если в США, в развитых европейских странах, история концентрации производства, по сути, являлась историей концентрации капитала, то в нашей стране преобладала директивно-административная сущность процессов концентрации производства.** Крупнейшие предприятия такими создавались изначально, а не возникали в результате накопления капитала либо слияния нескольких компаний. Изначально нерыночная природа такого создания крупных промышленных предприятий проявлялась в их негибкости, в абсолютной непригодности к рыночным методам ведения хозяйства. Их организационная и управленческая структуры, их производственные и сбытовые связи, их ресурсная обеспеченность были нерациональными, не отвечающими требованиям рыночного механизма хозяйствования. К тому же адаптировать к рыночным условиям хозяйствования крупные предприятия гораздо сложнее, чем мелкие и средние. Административная природа возникновения отраслевых монополий обусловила и их видовую ограниченность. Несмотря на то, что отрасль часто была представлена чуть ли не единственным крупным производителем или очень ограниченным их числом – не более 2-3

предприятий, в условиях государственной собственности и административной экономики, монопольные амбиции таких структурных монополий проявлялись иначе, чем самостоятельных субъектов рынка.

Помимо процессов концентрации производства, любая организационная структура характеризуется ещё процессами кооперации – развития хозяйственных связей. И здесь отечественная экономика имеет тоже очень большие особенности. Видовой ограниченностью характеризовались не только те отрасли промышленности, которые выпускали готовую продукцию, но и обслуживающие их отрасли, выпускающие полуфабрикаты, комплектующие изделия. Если в развитых зарубежных странах крупная монополия почти всегда имеет «окружение» в виде значительного числа средних и мелких предприятий – ее поставщиков, и потому имеет большой выбор поставщиков, то для отечественной экономики долгие годы была характерна узость кооперативных связей. Поэтому отраслевая структура отечественного хозяйства характеризуется не только узковидовой отраслевой монополией, но и, как нигде в мире, наличием и монополии (один поставщик – один потребитель).

Наложила свой отпечаток на экономику страны и совершенно особая система сбыта готовой продукции, сложившаяся при административной системе хозяйствования и существовавшая долгие годы. В ней не было места рекламе и не было даже рынка промышленных товаров как такового. Уравниловка в закупочных ценах, всеобъемлющий охват госзаказом выпускаемой продукции, централизованная система Госснаба – всё это способствовало структурному формированию не только производственных, но и сбытовых монополий, причём в очень специфических формах. Дело в том, что сложившиеся таким образом в условиях **административной системы хозяйствования, отраслевые монополии не могли в полной мере реализовать себя в условиях абсолютного господства государственной собственности. Но с началом разгосударствления экономики и приватизации крупных предприятий, которые становились самостоятельными субъектами рыночных отношений, стал в полной мере проявляться структурно заложенный в них монополизм.** Этот монополизм выразился в резком росте цен, сокращении объемов производства. Отраслевые монополии в России до сих пор нельзя считать полноценными рыночными институтами. Это своеобразные гибриды, имеющие административную природу возникновения и историю развития, не отличающиеся гибкостью и не имеющие ресурсной и организационно-управленческой обеспеченности, не адаптированные к функционированию в рыночных условиях хозяйствования. Такие отечественные отраслевые монополии и стереотипы их поведения несравнимы с зару-

бежными отраслевыми монополиями прежде всего по мотивам и методам деятельности.

В зарубежных странах с развитой рыночной экономикой существование отраслевой чистой монополии или олигополии зависит от существования барьеров для вступления в отрасль. Эти барьеры могут быть экономическими, техническими, юридическими, другими. Их цель – создать препятствия, чтобы удерживать новых конкурентов от вступления в отрасль. В случае чистой монополии барьеры для вступления в отрасль достаточно высоки, чтобы блокировать всю потенциальную конкуренцию. При олигополии они меньше, и ещё меньше барьеры при монополистической конкуренции. В развитых рыночных экономиках чистые монополии встречаются всё реже, а наиболее распространены смешанные формы монополий или «частичные монополии». Однако и для поддержания их, там также необходимы барьеры. Эти барьеры могут быть как легальные – в основном для поддержания естественных монополий в виде патентов и лицензий, когда государство само заинтересовано в сохранении монополии ряда отраслей, так и нелегальные – более скрытые формы барьеров. Например, контроль отрасли производителя над ресурсными отраслями. Являясь институциональным инвестором, располагающим контрольным пакетом акций предприятий ресурсной отрасли, предприятия отрасли – потребителя фактически блокируют потенциальным конкурентам доступ к сырью, не позволяя, тем самым, им организовать аналогичное производство. Практикуются и другие формы нелегальной блокировки и вытеснения конкурентов. Среди них: антиреклама потенциальных конкурентов; переманивание кадров; лоббирование своих интересов путём использования связей в политических, финансовых кругах и создания препятствий для регистрации фирм-конкурентов, в предоставлении им кредитов; игры на резкое понижение цен, чтобы довести до банкротства уже существующих конкурентов или создать неприемлемые условия хозяйствования для вновь создаваемых предприятий. В экономически развитых зарубежных странах существуют как ценовые, так и неценовые формы конкуренции, и отраслевые монополии имеют локальный характер проявления. Преобладает монополистическая конкуренция, когда барьеры вступления в отрасль хотя и создаются конкурирующими фирмами, но они не являются столь непреодолимыми, если только само государство не заинтересовано сделать их таковыми.

Совсем иные сущностные корни отраслевых монополий в нашей стране. Возникающие с началом приватизации отечественные отраслевые монополии были отчасти структурным отголоском административной системы хозяйствования, а отчасти порождением новых монопольных кланов собственников. Они существовали и функционировали без каких-либо

усилий со стороны самих отраслей поддерживать свой монополизм. Если препоны со стороны государства тогда и существовали, то они больше были связаны с проявлениями бюрократизма, а не с осознанно занятой позицией. Кроме того, монополизм отраслей в тот период времени в огромной степени поддерживался и объективной кризисной ситуацией в экономике, инвестиционным кризисом, ограничивающим возможности для развития частного инвестиционного ресурса, открытия новых производств. Поэтому характер и мотивы их деятельности в корне отличались от зарубежных отраслевых монополий. Такие методы, как антиреклама, игра на понижение цен, отечественными отраслевыми монополиями вообще не применялись. Лоббизм отечественных отраслевых монополий больше проявлялся в поддержании монопольно высоких цен, а не в создании каких-либо барьеров для вхождения в отрасль новых производств.

Кроме того, отраслевые монополии характеризовались видовой однотипностью и не локальным, как за рубежом, а сплошным характером проявления. Наиболее распространёнными формами отраслевых монополий были в нашей стране либо чистая монополия – отрасль представлена единственным производителем товара, не имеющего близких заменителей, либо олигополия – отрасль представлена немногочисленным числом производителей товара. Отечественная промышленность, как никакая другая, характеризовалась и наличием монополии. Положение дел, когда у продукции отрасли только один покупатель было весьма распространённым явлением. Тем самым степень монополизации отечественной отраслевой структуры была неизмеримо больше. К тому же ни законодательных, ни экономических рычагов управления ею фактически не существовало. Всё это имело самые негативные последствия. Отраслевые монополии плохо поддавались реформированию. Они были негибкими образованиями, для них была характерна инерционность, стационарность и низкая эффективность деятельности. Будучи нерыночного происхождения, но вынужденные работать в условиях рынка, они становились **гибридными монстрами, не заинтересованными в планировании своего долгосрочного экономического развития, в интенсификации своей деятельности, во внедрении достижений НТП, а стремящиеся к извлечению моментальных больших прибылей.**

Совершенно очевидно, что любые структурные реформы требуют гораздо большего времени и проходят медленнее институциональных реформ, которые, к тому же, в нашей стране проводились почти директивно-административными методами и часто обосновывались не столько экономической, сколько политической необходимостью. Но произошли ли какие-либо кардинальные изменения за десятилетие проводимых реформ? Насколько изменилась структура отраслей, мотивация их деятельности?

Влияние реформ на формы, мотивы поведения отраслевых структур и дальнейшие пути их конкурентного развития. Исследуя влияние реформ на экономику промышленности, прежде всего следует отметить, что темпы и характер их проведения по отраслям промышленности были различными. Причём следует подчеркнуть, что на изменение отраслевой структуры в целом, и структуры отдельно взятой отрасли в частности, непосредственно влияли не только сами структурные реформы (процессы разукрупнения, растипизации, специализации, концентрации, конверсии, расширения, дифференциации), но и связанные и проходящие параллельно с ними институциональные реформы (процессы приватизации, концентрации промышленного и финансового капитала), инвестиционная, а также налоговая и фискальная политика.

Какие же общие макроэкономические тенденции в результате этого наметились?

Во-первых, долгое время существовавшая на макроуровне диспропорция в пользу отраслей группы «А» стала несколько сглаживаться за счёт усиления, расширения и дифференциации отраслей группы «Б», т.е. отраслей, выпускающих товары народного потребления. В ходе конверсии на базе оборонных заводов и, как правило, в результате использования импортных материалов и технологий образовалось много новых производств, выпускающих товары для потребительских нужд.

Во-вторых, в отраслях группы «Б», производящих товары народного потребления, в большинстве своём наметился переход от олигополии к монополистической конкуренции, т.е. отрасль стала насчитывать не 2-5, а большее количество предприятий. Но среди отраслей группы «Б» достигалось это различными методами. Соответственно, от того, какие предприятия стали входить в ту или иную отрасль, от того, охватывали ли они полный цикл изготовления продукции или нет, и от того являлись ли они представителями отечественных марок продукции или нет, зависит влияние структурного изменения той или иной отрасли на экономику страны и на развитие конкурентной среды.

Остановимся на особенностях структурного изменения отраслей, производящих товары народного потребления более подробно.

В первую очередь заслуживает внимания реформирование аграрно-промышленного комплекса (АПК). В отраслевую структуру АПК входит три сферы. В первую сферу входят отрасли промышленности, обеспечивающие АПК средствами производства: тракторное и сельскохозяйственное машиностроение, машиностроение для пищевой и легкой промышленности, производство минеральных удобрений и химических средств защиты растений, ремонт оборудования и техники. Вторая сфера – непосредственно сельское хозяйство (колхозы, совхозы, фермерские хозяйст-

ва, индивидуальные подсобные хозяйства), лесное хозяйство. Это центральное звено АПК. На его долю приходится 70% валового продукта, производимого всеми отраслями АПК. Третья сфера – отрасли, обеспечивающие заготовку и переработку сельскохозяйственного сырья, а также реализацию конечного продукта. Сюда относятся: пищевая (пищевкусовая, молочная, мясная, рыбная), мукомольно-крупяная, комбикормовая промышленность, а также лёгкая промышленность (текстильная, кожевенно-меховая, обувная), заготовительные и торговые организации.

Анализируя отрасли сельскохозяйственного машиностроения и тракторного машиностроения на предмет их монополизма, следует учитывать не только то, сколько предприятий входит в отрасль (так как в эти отрасли входят предприятия разного профиля, выпускающие технику разного производственного назначения), но и то, сколько предприятий отрасли конкурируют друг с другом на рынке конкретной продукции. Так как та же отрасль тракторного машиностроения выпускает, например, тракторы промышленного назначения, лесопромышленного и сельскохозяйственного назначения. Совершенно очевидно, что тракторы разного назначения друг другу не конкуренты. Ещё разнообразнее производство у заводов, входящих в отрасль сельскохозяйственного машиностроения. Это в равной степени относится и ко всем остальным отраслям промышленности. Взять хотя бы отрасли автомобильной промышленности или тяжёлого машиностроения. Поэтому, **чтобы оценить степень реальной конкуренции, следует в каждой отрасли выделять рынки конкретных однотипных видов продукции одного назначения и оценивать, сколько предприятий отрасли работают на рынках этой продукции. По этому показателю и следует судить о форме монополистической конкуренции в отрасли при производстве данного товара.**

Новой формой отраслевой монополизации стало создание холдингов. Особенно явно это прослеживается на примере отраслей тракторного и сельскохозяйственного машиностроения, когда предприятия, производящие технику однотипного профиля, объединяются в холдинги. Такие холдинги сами не занимаются производственной деятельностью, а только осуществляют, с помощью системы участия, контроль над деятельностью предприятий, контрольными пакетами акций которых они владеют. Решение основных вопросов, основное финансирование лежит на холдинге. Холдинг определяет в современных условиях и сбытовую политику входящих в него предприятий, и цены на выпускаемую ими продукцию. При таких условиях какой-либо реальной конкуренции на этих рынках возникнуть не может. Но основная доля технического оснащения сельского хозяйства осуществляется в настоящее время посредством лизинговых операций, осуществляемых РОСАГРОЛИЗИНГОМ. РОСАГРОЛИЗИНГ является госу-

дарственной корпорацией (99,9% акций её принадлежит государству). Он развернул свою деятельность в рамках осуществления национального проекта развития сельского хозяйства. Безусловно, чтобы сделать прорыв в техническом перевооружении и модернизации технически отсталого сельского хозяйства, активная роль государства, его финансовая поддержка были необходимы. Но сохранять в долгосрочной перспективе только государственную схему финансового лизинга для технического перевооружения сельского хозяйства было бы не дальновидно как в плане повышения эффективности отраслей тракторного, сельскохозяйственного машиностроения, повышения конкурентоспособности выпускаемой ими продукции, так и в плане повышения конкуренции в сфере непосредственно самого сельского хозяйства.

Мало что изменилось на рынках продукции машиностроения для пищевой и лёгкой промышленности. Число таких предприятий в отрасли практически не изменилось. Основных производителей, таких, как завод МОЛМАШ, можно перечислить по пальцам. Здесь продолжает сохраняться олигополия, а по ряду видов машин и оборудования для пищевой и лёгкой промышленности – даже чистая монополия. Часто заводы, изготавливающие данную технику, даже не входят в отрасль машиностроения для пищевой или лёгкой промышленности, а относятся к предприятиям других отраслей. До сих пор сохраняется ситуация, когда эта техника производится отраслями оборонного комплекса, для которых выпуск подобной продукции далеко не основной, а побочный вид деятельности. А следовательно, в их задачи не входит вкладывать финансовые средства в её постоянное усовершенствование, в повышение конкурентоспособности, проводить постоянные маркетинговые исследования на предмет её прогрессивности, экономичности. Поэтому приоритетными направлениями технического перевооружения предприятий пищевой, текстильной, обувной промышленности на настоящий момент остаётся внедрение импортных техники и технологий. В отраслях лёгкой промышленности образуется и много новых совместных предприятий, образованных на базе использования импортных технологических процессов производства, машин и оборудования. В краткосрочной перспективе использование импортных технологий явилось выходом из трудного положения и привело к положительным результатам в этих отраслях промышленности. Но нельзя не понимать, что без структурных реформ отраслей машиностроения для пищевой, текстильной, обувной промышленности невозможно будет создать отечественный рынок конкурентоспособной техники, которая и должна являться базой развития этих отраслей.

Масштабы реформ в сфере непосредственно самого сельского хозяйства, на мой взгляд, пока недостаточны. Но нельзя не признать, что

структурным реформам здесь очень способствовали институциональные реформы. Акционирование колхозов и совхозов, развитие фермерских хозяйств, частного сектора мелких подсобных домохозяйств, безусловно, положительно повлияли на развитие конкуренции.

Структурные реформы произошли и в отраслях переработки сельскохозяйственного сырья, в первую очередь, в отраслях пищевой промышленности. То движение в сторону развития предпринимательства, которое начиналось в этих отраслях с потребительских кооперативов, дало импульсы процессам дифференциации предложения продуктов питания различными производителями, процессам разукрупнения и растипизации деятельности крупных комбинатов. В результате на смену олигополии в отраслях пищевой промышленности (мясной, молочной, мукомольно-крупяной, рыбной и других) пришла монополистическая конкуренция, представленная достаточно широким числом предприятий отрасли, построенных по рыночному принципу, нацеленных на удовлетворение потребительского спроса.

Почему же на рынке продуктов питания в настоящее время существует такая проблема, как монопольное ценообразование?

Представляется, что главная причина не в монопольных амбициях производителей, а в монополизме каналов товародвижения продуктов питания на рынок, в сбытовой сети. В связи с этим следует проанализировать, какие новые монополистические структуры возникают в системе АПК.

Во-первых, наблюдаются горизонтальные слияния предприятий одной отрасли, специализирующихся на выпуске однотипных товаров и конкурирующих на одном и том же рынке. Распространённой формой таких горизонтальных отраслевых слияний является трест. Объединяясь в трест, предприятия сливаются в единый производственный комплекс, теряя свою юридическую и хозяйственную самостоятельность. Все предприятия, входящие в такой трест, подчиняются одной головной компании, осуществляющей единое оперативное руководство как всем производственным комплексом, так и связанными с ним обслуживающими и торговыми фирмами. Только в одних случаях наблюдается непосредственное слияние активов отдельных компаний с активами головной компании, а в других – преобладает схема приобретения головной компанией треста долей акционерного капитала предприятий и управление ими при помощи системы участия через свои дочерние предприятия. Самостоятельность таких предприятий лишь формальная, в действительности они управляются из одного центра. Специфика такой монопольной структуры заключается не только и не столько в едином управлении всем производственным комплексом и связанным с ним его снабжении, сколько в

централизованном сбыте продукции входящих в такой трест предприятий. Но и это ещё не всё. Часто такие комплексы – тресты при сбыте продукции входят в структуру ещё более высокого уровня организации. Комбинаты, которые должны конкурировать друг с другом, сбывают свою продукцию через один канал товародвижения. Примером может служить МОССЕЛЬПРОМ. Получается своего рода трест в тресте. При такой монопольной системе сбыта сельскохозяйственной продукции ни о какой реальной конкуренции между производителями не может быть и речи.

Во-вторых, получают распространение картельные соглашения, когда предприятия отрасли вступают между собой в соглашение, главным образом, по поводу совместной коммерческой деятельности – регулирования сбыта. В первую очередь они договариваются о единых монопольно высоких ценах на однотипную продукцию отрасли. Подобного рода соглашения и представляют собой картели. Но на российских особенностях картелей и родственных им образований – синдикатов я остановлюсь ниже.

Но, если в пищевой промышленности основная проблема для развития конкуренции – это каналы сбыта, то в других отраслях лёгкой промышленности свои особенности. Если на рынке продуктов питания наблюдается в последнее время тенденция к снижению доли импортных товаров, а отечественные продукты питания имеют высокий уровень конкурентоспособности, то совершенно иная тенденция возникла на рынках товаров текстильной, кожевенно-обувной промышленности, а также в косметологии.

Расширение и дифференциация рынка этих товаров достигается не столько за счёт увеличения числа их отечественных производителей, сколько за счёт импортных товаров. Реформирование этих отраслей происходило за счёт разукрупнения крупных комбинатов, растипизации их деятельности, создания новых российско-иностранных совместных предприятий при участии иностранного капитала и на базе использования сплошь иностранных технологий и оборудования. Но, судя по складывающимся тенденциям на рынках, темпы и масштабы проведения реформ в этих отраслях были явно недостаточными.

Не только ведущие дома мод и мировые лидеры косметологии и парфюмерии господствуют на отечественных рынках, но и импортные товары массового спроса. В результате на рынке этих товаров основная конкуренция возникает не среди отечественных производителей и даже не между отечественными и импортными товарами, а в гораздо большей степени среди импортных товаров, представленных в большом ассортименте. С одной стороны, высокий конкурентный статус импортных товаров подстёгивает отечественных производителей этих товаров к самосовершенствованию, к повышению конкурентной привлекательности своих

товаров, а с другой стороны, в настоящее время эту конкурентную борьбу выигрывает не отечественный производитель, что, безусловно, отрицательно сказывается на уровне прибыльности, рентабельности отечественных предприятий.

Нет никаких сомнений в том, что ведущие дома моды одежды, обуви, мировые лидеры косметологии должны быть представлены на российских рынках. Но пора уже и отечественным домам моды создавать свои бутики не только для избранных, но и для широкого круга покупателей, создавая модели повседневного спроса. Кроме модных бутиков, остаётся огромное поле «ширпотреба», где, на мой взгляд, должны преобладать не импортные, как сейчас, а отечественные товары. Необходимы товары, которые по качественным характеристикам будут не хуже импортных, но привлекательнее для покупателей по цене. По тому, что в настоящее время этого не произошло, можно судить о том, что структурные реформы в этих отраслях были явно недостаточными. Представляется, что формирование отечественных рынков одежды и обуви должно происходить путём создания фирм и фирменных марок узкой специализации и небольших по размерам и направлениям деятельности. Должно происходить завоевание рынка своей особой фирменной маркой и знаком качества. Для этого должно быть создано много мелких, но высокотехнологичных производств, конкурирующих между собой. Для этих отраслей промышленности было бы полезно наличие не только монополистической, но и чистой конкуренции, до которой ещё очень далеко. Только при наличии множества гибких, узкоспециализирующихся и конкурирующих друг с другом предприятий сможет происходить тот естественный отбор, в результате которого на рынке утвердятся лишь некоторые, поглотив других, которые проигрывают в условиях жёсткой конкуренции. Выиграв в конкурентной борьбе за рынок, эти фирмы получают право расширяться и дифференцировать свою деятельность, так как их марка уже будет пользоваться спросом потребителей. Таким образом, процессы укрупнения и дифференциации деятельности предприятий этих отраслей должны происходить «снизу», через систему жёсткой конкуренции. Иначе в нашей стране никогда не возникнет действительно конкурентная текстильная и обувная промышленность, создающая товары, фирменные марки которых смогут конкурировать не только на отечественных, но и на мировых рынках.

В последние годы в связи с возникновением массового спроса на новую продукцию бытового назначения (пластиковые окна, металлоизделия и пр.) произошло расширение сферы отраслей группы «Б». Возникло много новых производств, предлагающих товары для обустройства быта. Здесь конкуренция на отечественных рынках довольно высокая. Несмот-

ря на то, что все отечественные предприятия подобного рода создаются на базе использования импортных технологий и материалов, всё же это в большинстве своём российские предприятия, осваивающие всю технологическую цепочку изготовления данной продукции.

Несколько иная ситуация сложилась на рынках легковых автомобилей и бытовой техники. Число предприятий, входящих в данные отрасли, увеличивалось не в результате роста числа их отечественных производителей, а за счёт открытия заводов по сборке импортной бытовой техники и зарубежных моделей легковых автомобилей. В качестве примера остановлюсь более подробно на трансформациях автомобильной отрасли. Так, на настоящий момент только 60% легковых автомобилей, которые собираются в России, это – автомобили российских марок. Ведущим заводом по сборке российских марок автомобилей остаётся АвтоВАЗ. Но и его акционерный капитал уже на 25% принадлежит иностранной компании Renault. Автомобильный завод ГАЗ, хотя и продолжает выпускать автомобили «Волга», но фактически не вкладывает инвестиций в их развитие. Он проводит стратегию лишь поддержания производства этих автомобилей до полной утраты их рыночных перспектив, так как с 2006 года у завода выгодный контракт с американской компанией Daimler Chrysler по сборке автомобилей моделей Chrysler Sebring и Dodge Stratus. ИЖ-Авто заключил стратегический альянс с корпорацией KIA Motors. На конвейер поставлены модели: KIA Spectra, KIA Rio, KIA Sorento и другие. Лишь 40% от общих объёмов производства ИЖ-Авто приходятся на отечественные марки автомобилей (ВАЗ -2104 и фургон ИЖ-27175). Калининградское предприятие АВТОТОР продолжает оставаться ведущим по сборке известных мировых брендов в России. Это BMW3,5 серии и BMW X3,X5 Kia CEED, GM DAT, Lacetti, Rezzo, Evanda, Hummer H2, Hummer H3, Cadillac. Основными моделями завода GM-AVTOVAZ являются Chevrolet Niva, Chevrolet Astra. Но кроме отечественных автомобильных заводов, занимающихся сборкой ведущих мировых моделей легковых автомобилей, в России организованы непосредственно иностранные производства. Это и запущенный в Санкт-Петербурге завод Toyota – предприятие полного цикла, выпускающее Camry. Питерский завод компании FORD расширяет своё производство, увеличивает мощности в два раза. К серийному выпуску Ford Focus добавляется Ford Mondeo. Московский завод Renault выпускает Renault Logan. В Калуге запущено производство Volkswagen. Кроме того, автомобильная промышленность сегодня – это и FIAT, и Citroen, и Peugeot, и Nissan, и Suzuki, и General Motors, другие. Подобная ситуация складывается и в отраслях бытовой техники для народного потребления.

Безусловно, открытие сборочных заводов легковых автомобилей и бытовой техники для народного потребления имеет свои преимущества. Во-первых, создаются новые рабочие места; во-вторых, снижается себестоимость на модели отечественной сборки, а следовательно, и цены на них; в-третьих, расширяется рынок этих товаров; в-четвёртых, Россия получает прибыль не только от продажи, но и от сборки импортной техники; в-пятых, создаются высокотехнологичные сборочные производства, оснащённые новой техникой, которые могут использоваться и для сборки отечественных моделей данной техники; в-шестых, хорошо зная конструкцию зарубежных моделей техники, превосходящих отечественную по качеству, у конструкторов есть простор для творчества для улучшения конструкции отечественных моделей и для выработки принципиально новых конструкторских решений; в-седьмых, вслед за созданием заводов по сборке импортных брендов техники ведущие иностранные компании начинают открывать в России филиалы своих предприятий по изготовлению комплектующих изделий. Возникает конкуренция между российскими и иностранными компаниями – производителями комплектующих изделий за использование их комплектации при сборке мировых брендов легковых автомобилей или бытовой техники. Это подстёгивает отечественных производителей комплектующих изделий к совершенствованию своей продукции.

Но при всех вышеперечисленных преимуществах следует понимать, что в данные отрасли допущены сборочные производства товаров импортных марок. В результате лишь усиливается конкуренция между отечественными и импортными товарами уже не только на внешних, но и на внутренних рынках, причём не в пользу отечественных. В результате повышается популярность импортных фирм и марок, растёт спрос на их товары. Спрос на отечественную технику для народного потребления остаётся невысоким. Не только на внешних, но и на внутренних рынках обнаруживается её неконкурентоспособность. Но хуже всего то, что российские автомобильные заводы не заинтересованы развивать отечественные марки товаров. Главное, что в них никто не инвестирует, так как отечественные марки данной техники имеют весьма среднюю репутацию на мировых рынках, они изначально хуже по качеству и ничем не уступают импортным по цене. Существующие на сегодняшний день модели малоинтересны, они исчерпали себя, а вкладывать инвестиции в новые проекты – это всегда риск. К тому же, следует учитывать, что эти марки – не известные мировые бренды и своего покупателя на рынках им ещё надо будет завоевать. А следовательно, на их рекламу потребуются большие затраты, но и даже в этом случае нельзя рассчитывать, что на них будет хороший спрос. Отечественные инвесторы вообще не хотят трудностей и

риска, когда есть много возможностей заработать на вложениях в прибыльные ресурсные отрасли, на финансовых операциях, других беспроигрышных проектах. Кроме того, для предприятий отечественной промышленности нетипично владение акциями предприятий сырьевых отраслей – их ресурсных поставщиков. Основными институциональными инвесторами предприятий сырьевых отраслей являлись финансовые структуры. Поэтому пока можно говорить лишь о влиянии на сырьевые отрасли финансового капитала. А любые зарубежные инвесторы заинтересованы не в развитии российских предприятий и не в ослаблении конкурентного статуса своих товаров в результате появления перспективных российских марок, а в создании на российской территории собственных производств.

Чтобы не превратиться в страну, которая будет тиражировать только мировые бренды легковых автомобилей и бытовой техники, необходимо в первую очередь решить задачу повышения конкурентоспособности отечественной техники на внутренних рынках. Совершенно очевидно, что отставание по качеству от импортных моделей очень значительное. Кроме того, многие из зарубежных моделей техники – это раскрученные, хорошо зарекомендовавшие себя мировые бренды, законодатели мод на рынках. Конкурировать с ними очень тяжело. Поэтому **повысить спрос на отечественные марки легковых автомобилей, модели бытовой техники можно только за счёт существенного снижения цены на них**, что в сложившихся условиях тоже очень непросто. Как могут помочь этому структурные реформы?

Мировой опыт показывает, что отраслевая структура оказывает огромное влияние на возникновение конкурентоспособных, экспортно перспективных образцов продукции. В США, странах Западной Европы многие отрасли промышленности начинали свою деятельность в условиях свободной конкуренции, преобладали мелкие и средние фирмы, эффект масштаба отсутствовал. Так, в автомобильной промышленности США в период становления существовало более 80 фирм. С годами в результате естественного отбора и борьбы на рынках остались лучшие модели, произошло слияние компаний в результате банкротства одних и усиления других, развития технологий массового производства. Теперь на долю трёх фирм – “General Motors”, “Ford”, “Chrysler” – приходится около 90% продаж произведённых в стране автомобилей. И сейчас автомобильная отрасль ведущих стран мира – это олигополия. Эффект слияния выражался: во-первых, в преимуществах массового производства, конвейерных технологий, повышения производительности труда; во-вторых, в закупках сырья, материалов большими партиями, а следовательно по более низким ценам; в-третьих, в расширении объёмов сбыта. Но не надо забы-

вать, что становление фирменных марок, пользующихся сейчас спросом во всём мире, происходило в конкурентной борьбе. Ничего подобного не было в нашей стране. А на данном этапе развития, при той достаточно высокой степени интегрированности российской экономики в мировую экономику, не реально отказаться от олигополии в данных отраслях промышленности.

Но качество и цена готовой техники всегда в огромной степени зависит от качества и цены комплектующих изделий. И здесь реально изменить ситуацию и организационные структуры в сторону более высокой степени конкуренции. От монопольных амбиций производителей комплектующих изделий всегда страдали российские автомобильные заводы. Подобные проблемы имеются и при производстве бытовой техники.

Отрасли промышленности, занимающиеся производством комплектующих изделий для готовой продукции, на мой взгляд, особенно нуждаются в проведении структурных реформ. В этих отраслях часто наблюдается почти чистая монополия, когда отдельное комплектующее изделие производится единственным производителем, который пользуется своим монопольным положением. В результате на комплектующие изделия довольно низкого качества устанавливаются необоснованно высокие цены. Кроме того, очень часто наблюдаются сбои конечного производства из-за задержки поставок комплектующих изделий. Достаточно хотя бы привести пример с автомобильным заводом ВАЗ, который систематически простаивает из-за сбоев в поставках комплектующих изделий. Такой ситуации не было бы, если бы была реальная конкуренция между поставщиками комплектующих изделий. Такая ситуация типична не только для отраслей, производящих готовую продукцию для народного потребления, но и для отраслей, производящих средства труда, сложные технические системы для промышленного назначения. К отраслям, производящим комплектующие изделия, относятся электротехническая, шинная, резинотехническая, металлургическая, отдельные отрасли машиностроения и других отраслей промышленности.

В настоящее время наметилась тенденция, когда вслед за импортными заводами по сборке зарубежных марок техники иностранными компаниями создаются в России предприятия по производству комплектующих изделий. Так, вслед за автозаводами создают свои предприятия производители автокомплектующих, таких, как: японские Toyota Boshoku (производство автомобильных сидений), Denso (весь спектр автокомпонентов), финские Reka Rubber Ltd (производство резинотехнических изделий), Nokian Tyres (автомобильные шины), крупнейший канадский концерн Magna планирует построить 4 завода по производству автокомпонентов и другие. Однако, как показывает практика, затратноёмкость та-

ких производств очень высокая, они не решают проблему снижения цен на комплектующие изделия.

На мой взгляд, отрасли – изготовители комплектующих изделий – это те отрасли, где конкуренция на конкретных рынках товаров должна быть не ниже монополистической. А это значит, что конкретная отрасль должна быть представлена не только значительным числом предприятий, но и эти предприятия должны быть многопрофильными и значительно расширить свою специализацию. Они должны иметь техническую базу, способную гибко перенастраиваться на выпуск новых и самых различных комплектующих изделий данного типа, для различных производств конечной продукции.

К сожалению, за годы реформ в отраслях, выпускающих комплектующие изделия, мало что изменилось. Коренного технического перевооружения этих производств не произошло. Структурные реформы здесь фактически не были проведены. Не расширилась их специализация. Разукрупнение необоснованно крупных негибких производств практически не проводилось. Мелкие и средние предприятия были бы оптимальными размерами для производств, специализирующихся на выпуске комплектующих. Они могут быть многопрофильными или нет, но их должно быть много вокруг каждого конкретного производства, выпускающего конечное изделие – сложную техническую систему, будь то техника для народного потребления или производственного назначения. Конкурентная окрестность из мелких и средних предприятий, выпускающих комплектующие изделия, позволит сразу решить несколько проблем: 1) у конечного изготовителя сложной технической системы повысится выбор поставщика комплектующих изделий; 2) в условиях конкуренции станет невозможным установление монопольных, необоснованно высоких цен на комплектующие изделия, а снижение цен на комплектующие приведет к снижению себестоимости готовой продукции; 3) появятся не только ценовые, но и неценовые формы конкуренции, и у производителей комплектующих изделий появятся стимулы к повышению качества своих изделий, а как следствие этого, будет повышаться и качество конечной продукции; 4) в условиях быстрой взаимозаменяемости поставщика комплектующих изделий не будет необоснованных простоев производства готовой продукции, повысится ритмичность и синхронность их работы.

Чтобы произошло становление конкурентного рынка комплектующих изделий, антимонопольное законодательство должно поставить заслон вертикальным слияниям. В условиях массового простоя производств из-за несвоевременных поставок и из-за недопоставок материалов, комплектующих изделий, преимущества от слияния технологически связанных между собой фирм многим могут показаться эффективными. Однако

в экономически развитых зарубежных странах отношение к подобным вертикальным слияниям негативное. Причина этого в том, что такие слияния мешают другим аналогичным фирмам продавать свою продукцию и препятствуют развитию конкуренции. Можно привести исторический пример. Когда американская компания «Duipon» приобрела контрольный пакет акций компании «General Motors», а та впоследствии купила у неё 2/3 всей краски и половину тканей, используемых при производстве автомобилей. В результате другие производители краски и тканей были лишены возможности продать свою продукцию «General Motors». Суд предписал компании «Duipon» избавиться от акций «General Motors». Поэтому всякие вертикальные слияния, когда каждая из объединяющихся фирм обладает больше 10% акций или большей долей рынка, признаются в экономически развитых странах неэффективными и недопустимыми. Конечно, с комплектующими изделиями в нашей стране ситуация плачевная, но думается, что вертикальные слияния не решат, а лишь усугубят проблему, так как будут тормозить формирование конкурентных рынков данной продукции. При внесении дополнений к антимонопольному законодательству изучение зарубежного опыта может очень пригодиться.

Особо следует остановиться на отраслях промышленности, выпускающих средства труда – станки, машины, оборудование. От состояния технической базы в огромной степени зависит бесперебойность, прогрессивность и эффективность процесса производства, а следовательно, конкурентоспособность выпускаемой продукции.

Отечественные отрасли промышленности, выпускающие средства труда, давно оказались в роли «догоняющих» и затратёмких. Внедрение новых технологий, переход на изготовление принципиально новых средств труда требуют огромных вложений. Причём, в первую очередь, для технического перевооружения тех производств, которые эти средства труда изготавливают. По оценкам Ассоциации «Станкоинструмент», изношенность фондов в станкостроении составляет 75-80%. Кроме того, изготовление любого станка и оборудования – это процесс длительный. В результате пока новые средства труда изготовят, пока их внедрят в производство, а этот процесс бывает ещё более длительным, так как требует от производств – потребителей средств труда больших затрат на техническое перевооружение производства, которых чаще всего у них нет, эти средства труда уже оказываются морально устаревшими. Так как за это время уже появляются новые импортные технологии и обеспечивающие их средства труда, более прогрессивные, экономичные и производительные. Получается, что выгоднее закупать импортную технику или брать её в лизинг. Объём российского импорта продукции станкостроения в 6 раз

превышает его экспорт. В настоящее время Россия в общем объёме мирового производства металлообрабатывающего оборудования находится на 22 месте, а по потреблению – на 17 месте. В 2008 году в России изготовлено оборудования в 82 раза меньше, чем в Японии, в 50 раз меньше, чем в Германии, в 31 раз меньше, чем в Китае. Меньше было и потребление, соответственно: в 19, 14 и 28 раз. За 15 лет в станкостроении не было создано ни одного современного предприятия с иностранным участием, не организовано ни одного нового производства современного и конкурентоспособного оборудования. Из 14 НИИ сохранилось только 8. Что касается лизинговых операций, то здесь ситуация также плачевная. В настоящее время лизинговые компании, действующие в России, можно пересчитать по пальцам, да и те немногочисленные негосударственные компании, которые имеются, работают, в основном, с ресурсными монополиями. По данным Ассоциации «Рослизинг», в 2008 г. доля финансового лизинга в ВВП составила 1,4%, а доля лизинга в объёме инвестиций в основной капитал упала до 6,6%. В структуре лизинга оборудования в настоящее время преобладает строительная техника, дорожно-строительная техника, энергетическое оборудование. На их долю приходится примерно 48% от общего объёма сделок. Можно говорить о том, что фактически отсутствует лизинг продукции станкостроения.

В настоящее время к отрасли станкостроения относятся примерно 300 предприятий. Но следует учитывать, что эти предприятия очень разного производственного назначения, позиционирующие свою продукцию на различных рынках и имеющие потребителей разного производственного профиля. Поэтому в этой отрасли уровень конкуренции невысок. Он не только не достиг уровня монополистической конкуренции, но и по отдельным видам товаров даже и уровня олигополистической конкуренции.

Выход из тяжёлого положения станкостроения, на мой взгляд, следует искать в создании конкурирующих финансово-промышленных групп, реализующих схемы финансового лизинга. Причём, эти финансовые схемы могут быть самые различные.

На мой взгляд, такие финансово-промышленные группы (ФПГ) обязательно должны включать в свой состав: 1) банк (финансовое учреждение); 2) страховую компанию; 3) непосредственно само предприятие или предприятия станкостроения; 4) организацию, проводящую НИОКР продукции станкостроения (она может быть как самостоятельной (рис.1), так и являться подразделением предприятия станкостроения); 5) металлургическое предприятие. А основной функцией ФПГ должна быть не столько продажа, сколько сдача выпускаемых станков и оборудования в аренду отечественным промышленным предприятиям. Включение в данную ФПГ металлургических предприятий, на мой взгляд, необходимо, чтобы

обеспечить безотходное, замкнутое производство и переплавку изношенных – отслуживших свой срок или морально устаревших станков и оборудования. Важно наличие и страховой компании, чтобы каждый из участников мог страховать свои риски.

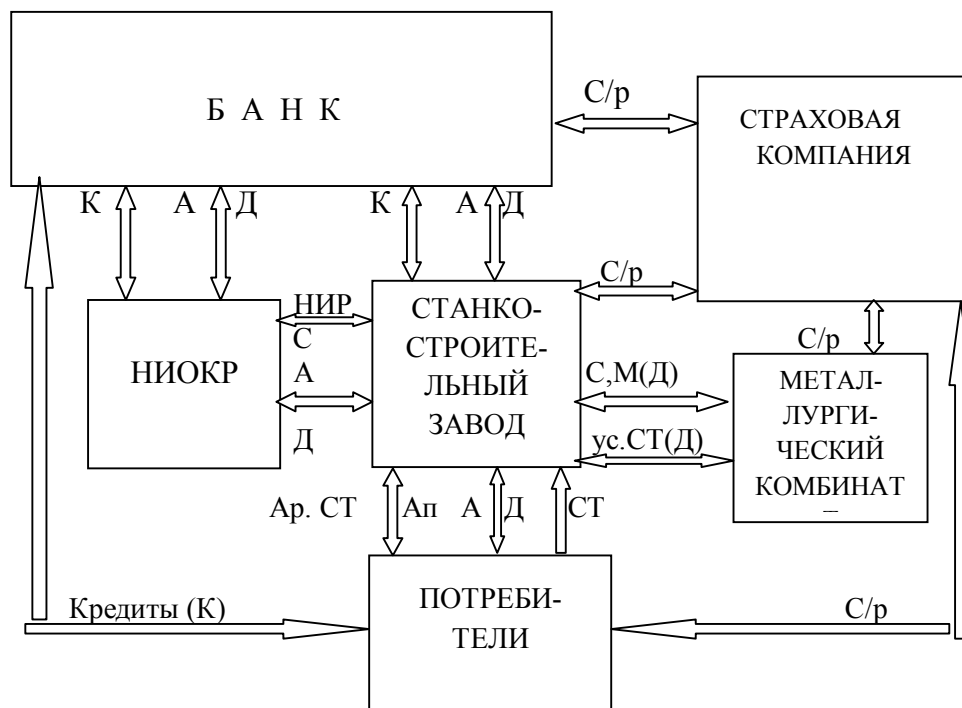


Рис. 1. Взаимосвязи между участниками при осуществлении процесса финансового лизинга средств труда

Условные обозначения: Ар СТ – аренда средств труда; Ап – арендная плата; А- акции, Д – дивиденды, К – кредит, СТ – средства труда, ус. СТ – продажа станкостроительным заводом металлургическому комбинату устаревших средств труда; (Д) – деньги от продажи лома (устаревших средств труда); С,М – покупка станкостроительным заводом у металлургического комбината сырья, материалов; (Д) – деньги, вырученные металлургическим комбинатом от продажи сырья, материалов; НИР – научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки; С/р – страхование рисков. Стрелками показаны прямые и обратные связи между участниками: при кредитовании, страховании рисков, аренде средств труда, акционерном участии в капитале.

Основным звеном подобных ФПГ должен являться станкостроительный завод или заводы, но выпускающие технику разного производст-

венного назначения. В условиях финансового лизинга, производимая станкостроительным заводом техника (станки, оборудование) будет оставаться в его собственности и сдаваться в аренду до тех пор, пока не износится либо морально не устареет. Для этого станкостроительный завод должен иметь длительные связи со всеми участниками реализуемой схемы финансового лизинга. Во-первых, с банком, финансирующим схемы финансового лизинга; во-вторых, с металлургическим комбинатом по поводу продажи ему устаревших станков для переплавки и по поводу закупок сырья, материалов для производства новых станков; в-третьих, со службами НИОКР, которые могут как входить в состав подразделений завода, так и быть самостоятельными предприятиями; в-четвёртых, со страховой компанией по поводу страхования своих рисков; в-пятых, с заводами-арендаторами средств труда по поводу сроков, цены и прочих условий аренды техники. Финансовое учреждение, разрабатывающее и осуществляющее схемы финансового лизинга, может, кредитовать не только станкостроительный завод, но и металлургический комбинат, предприятия НИОКР, потребителей – арендаторов средств труда. Но при этом банк, как и остальные участники, обязательно должен страховать свои риски. Финансовое учреждение может владеть определённой долей акций как станкостроительного предприятия, так и других участников (но не более 20%). Станкостроительный завод также может владеть акциями как металлургического комбината, так и потребителей средств труда, но с теми же ограничениями. Такие ограничения по акционерному участию в капитале необходимы в связи с тем, чтобы не было монопольного давления при операциях финансового лизинга какого-либо из участников на других. Схему интересов и взаимосвязей при операциях финансового лизинга можно отобразить схематически (рис.1).

Как видно на схеме (рис.1), станкостроительное предприятие преимущественно не продаёт изготовленные средства труда, а сдаёт их в аренду потребителям. Срок аренды и размер арендной платы является предметом согласования при заключении контрактов. Совершенно очевидно, что можно разрабатывать такие финансовые схемы, когда всем сторонам будет выгодно. Потребитель платит немного меньше и не сразу, а частями за новую технику, чем если бы он её покупал в собственность, и кроме того, он не обременён навсегда средствами труда, которые рано или поздно устареют. А значит, удастся уйти от громоздкого, занимающего лишние площади устаревшего парка машин и оборудования, который существует сейчас почти во всех отраслях промышленности. Станкостроительный завод, устанавливая арендную плату, должен учитывать несколько факторов: 1) себестоимость изготовления средств труда; 2) платежи по банковскому кредиту; 3) цену, по которой может закупить

устаревшие средства труда, как лом, металлургический комбинат для переплавки; 4) платежи по заказам НИОКР, в том случае, если станкостроительный завод связан договорными обязательствами с самостоятельным предприятием, не входящим в его состав (как показано на рисунке 1); 5) свою собственную прибыль, которую бы хотел получить станкостроительный завод после уплаты всех отчислений и налогов, для того, чтобы поощрить коллектив и иметь возможность приступить к разработкам и производству новых средств труда. В результате значительно ускорится процесс внедрения в производство новой техники, увеличится загрузка производственных мощностей, повысится производительность данной техники. Станут интенсивнее взаимосвязи станкостроительного предприятия с организациями НИОКР. Увеличится количество заказов на разработку новых видов техники, так как ускорятся процессы технического перевооружения производств.

Для формирования конкурентного рынка средств труда важно, чтобы финансово-промышленных групп, специализирующихся на производстве и сдаче в аренду средств труда (машин и оборудования) одного производственного назначения, было несколько. Самое главное, чтобы на рынке средств труда не было чистой монополии. Однако процесс формирования подобных финансово-промышленных структур непростой, и совершенно очевидно, что на рынке средств труда речь может идти пока лишь о формировании олигополии (не более пяти конкурирующих ФПГ, специализирующихся на финансовом лизинге однотипных машин и оборудования). Причём, олигополия – наиболее распространённая структура не только в автомобильной и станкостроительной промышленности, но и при производстве других сложных технических и транспортных систем. Но в данной статье я не останавливаюсь на проблемах транспортной отрасли, ресурсных отраслей (проблемах естественных монополий), на особенностях отраслей оборонного комплекса, так как каждая из этих тем требует отдельного исследования. Однако на особенностях олигополистического устройства отраслей следует остановиться подробнее.

При олигополии, как ни при какой другой форме отраслевой организации, существует опасность монополистических объединений. Очень распространены картельные соглашения, когда олигополисты вступают между собой в сговор по поводу совместной коммерческой деятельности, регулирования сбыта. Для картеля характерен договорной характер объединения при сохранении его участниками права собственности на свои предприятия. Тем самым, формально их хозяйственная, финансовая и юридическая обособленность сохраняется, но действуют они не самостоятельно, а по согласованию. В отечественной экономике есть приме-

ры, когда картели выходят за рамки соглашений о единых ценах и начинают договариваться о едином качестве, ассортименте предлагаемых товаров, сервисном обслуживании. Тем самым, картельные соглашения тормозят развитие не только ценовой, но и неценовой конкуренции. Картели тормозят НТП, так как снижают у предприятий мотивационные стимулы к снижению издержек производства, к повышению качества продукции, к дифференциации ассортимента товаров. Картельные соглашения препятствуют эффективному развитию отраслей. Так как политика, построенная на монопольном росте цен, с одной стороны, оказывается в плену цепного роста издержек производства, в результате чего возможности предприятий по наращиванию объёмов производства снижаются, а, с другой стороны, в плену установок на однотипное по качеству и ассортименту предложение товаров, спрос на которые должен превышать предложение. Соглашение об образовании картеля не всегда бывает оформлено договором. В нашей стране чаще всего картели существуют негласно. Например, в виде секретных дополнений, приложений к официальным документам, либо в устной форме «джентльменских соглашений». Нередки случаи, когда в отечественном хозяйстве подобные соглашения достигаются в результате шантажа друг друга, т.е. в результате криминализации среды хозяйствования. Часто инициаторами картельных соглашений являются не сами предприятия – участники соглашений, а третьи лица: финансовые структуры, естественные ресурсные монополии, региональные органы власти, которые всегда находятся в тени, но извлекают из этого ощутимую выгоду. Таким образом, **истоки и живучесть в отечественной экономике картелей обусловлены не только олигополистичностью отраслевой структуры хозяйствования, слабостью антимонopolного законодательства, но и неограниченными монопольными амбициями естественных монополий, финансовых структур, региональных органов власти, т.е. особенностями не только экономического, но и социально-правового и институционального устройства общества.**

Получают распространение в отечественном хозяйстве и такие монопольные объединения, как синдикаты, являющиеся разновидностью картельного соглашения. Участники синдиката, как и картеля, сохраняют свою юридическую и коммерческую самостоятельность. В данном случае объединение предприятий, входящих в отрасль, происходит по поводу снабженческо-сбытовой деятельности. Отчасти по объективным причинам, так как чаще, чем в других странах, отечественные предприятия вынуждены использовать единую снабженческую сеть. Это происходит потому, что они лишены возможности выбора поставщиков сырья, материалов, комплектующих изделий в силу их единичности, монопольности

данных производств. Кроме того, многочисленные барьеры для установления прямых связей между товаропроизводителями и потребителями, трудности для прямых выходов отраслевых производителей со своим товаром на рынок, несовершенная посредническая торговая сеть, существенно сужают возможности производителей в выборе сбытовой сети. К использованию узкоограниченной сбытовой сети подталкивают фирмы их стремление к поддержанию монопольно высоких цен на однотипные товары на рынке, а также незаинтересованность в конкурентной торговле на рынке торговых предприятий и местных региональных органов власти, извлекающих свою выгоду от монопольной торговли. Помимо структурной ограниченности, неразвитости торгово-посреднических организаций, существует ещё, как правило, в скрытой форме, институциональная монополия в виде деления сфер влияния и закрепления долей рынка за определёнными кланами, которые реально контролируют посреднические сбытовые фирмы и торговые точки, искусственно выравнивая цены на рынке. В результате складывается ситуация, когда даже структурная реорганизация торговой сети в виде увеличения числа сбытовых организаций может ничего не изменить, так как гораздо важнее кто реально эти торговые точки или посреднические сбытовые фирмы контролирует.

Таким образом, в современных условиях функционирования отечественных отраслей, картельный (синдикатный) сбыт продукции предприятий отрасли происходит как по причине монополизации и мафиозной коррумпированности торговой сферы, так и в результате картельных соглашений товаропроизводителей отрасли между собой. Подобные мотивации как товаропроизводителей, так и продавцов обуславливают монопольный рост цен, падение объёмов производства. Поэтому подобные отраслевые структуры нельзя признать эффективными.

Влияние отраслевых структур на процессы накопления капитала. Эффективность любой рыночной структуры следует оценивать не только по показателю её прибыльности (её хозрасчётной эффективности), но и с точки зрения общества в целом (её народнохозяйственной эффективности). Другими словами, по её способности наилучшим образом удовлетворять общественные потребности, причём наиболее экономичным способом, а именно по показателям: 1) цены товаров; 2) объёма их производства; 3) издержек производства; 4) темпов внедрения достижений НТП и объёмов внедрения НИОКР; 5) распределения ресурсов; 6) распределения доходов. Именно с таких позиций, на мой взгляд, следует оценивать влияние отраслевых структур на накопление капитала. Понятие «накопление капитала» следует трактовать широко. Вкладывать в это понятие не отдельные корпоративные, частные или даже государственные капиталы и накопления, а всё вместе, т.е. национальное богатство

общества в целом. **Экономическое благополучие и богатство страны зависит от гармоничности накопления капитала всеми секторами экономики и её гражданами. Любые возникающие здесь диспропорции: такие, как, например: богатое государство при бедноте граждан, или богатые корпорации при экономически слабом государстве, неизбежно ведут к кризисам и катаклизмам.** Конечно, факторов, влияющих на накопление общественного богатства – множество. Но нельзя приуменьшать и роль структурной организации отраслей экономики на эти процессы. Поэтому так важно оценить влияние различных отраслевых структур на сближение показателей спроса и предложения.

Аналогичный анализ эффективности отраслевых структур проводился в развитых зарубежных странах. Сравнивалась эффективность в отраслях с чистой конкуренцией, с чистой монополией, с монополистической конкуренцией и олигополией. Для экономически развитых стран характерна ограниченная монополия и смешанное проявление разных её видов. Учёные не дают однозначного ответа: какая из рыночных структур эффективнее и больше стимулирует НТП. Всё зависит от условий функционирования отрасли, условий распределения ресурсов, издержек производства. При условии равных издержек производства, конечно, выигрывает отрасль со свободной конкуренцией, так как при этой структуре товаропроизводители находятся в постоянной конкуренции друг с другом, а следовательно, будут стремиться к максимальной норме выработки при минимальных издержках, к росту объёмов сбыта своих товаров за счёт понижения их цены. При этом повышение прибыли фирм, обыгравших своих конкурентов, будет оптимально сочетаться с удовлетворением общественных потребностей. Тогда как в отраслях с монопольной структурой, особенно с чистой монополией, такой эффект отсутствует. Монополист не будет стремиться к снижению цены, а сочтёт выгодным ограничить выпуск продукции, сократить объём потребляемых ресурсов. Однако на практике, все прочие условия, и в первую очередь, издержки производства не всегда равны. Обычно для чистой монополии, олигополии характерно такое преимущество, как эффект масштаба, в результате чего типична ситуация, когда для них издержки производства на единицу продукции ниже, чем для отраслей со свободной конкуренцией. Оптовые закупки ресурсов, массовый и часто автоматизированный характер производства, более высокий уровень производительности труда позволяют крупным фирмам иметь более низкие издержки производства на единицу продукции, чем средним и мелким предприятиям, которые, действуя в условиях чистой конкуренции, могут претендовать на владение лишь небольшой частью рынка. Другой вопрос: насколько олигополия, имея даже более низкие средние издержки производства, заинтересована снижать

цены на свои товары. Снижение цены для предприятий со свободной конкуренцией – основа их конкурентной стратегии, для олигополии – совсем нет. А следовательно, если даже допустить, что олигополии могут получать более высокие нормы прибыли и более высокую хозрасчётную эффективность, то по их способности удовлетворять определённую общественную потребность они часто проигрывают отраслям со свободной конкуренцией. Кроме того, уровень внутренней организованности, эффективности, интенсификации в отраслях со свободной конкуренцией значительно выше, так как предприятия этих отраслей, хотя и имеют меньше объективных возможностей (финансовых, ресурсных и прочих), но гораздо больше имеют субъективных стимулов и заинтересованности в экономии ресурсов, к тщательной обоснованности любых трат, а следовательно, к эффективной деятельности.

На крупных же фирмах в условиях олигополии или чистой монополии, по мнению зарубежных специалистов, часто возникает эффект Х-неэффективности из-за низких стимулов к эффективному труду как работников, так и управленческого, руководящего персонала этих фирм, что обусловлено монополистической сущностью этих структур. Ошибки, нежелание рисковать, искать «узкие места» в производстве, резервы экономии ресурсов – всё это и есть Х-неэффективность. Она тем выше, чем меньше степень конкуренции. Кроме того, данные монополистические структуры для поддержания своего монопольного статуса вынуждены идти на заведомо неэффективные, непродуктивные траты (на рекламу, на лоббирование своих интересов во властных структурах, что сопровождается как легальными, так и нелегальными платежами).

Таким образом, зарубежный опыт свидетельствует, что, **несмотря на то, что олигополия имеет свои преимущества, наибольшие шансы достичь оптимального соотношения интересов фирмы и общества имеют отрасли со свободной конкуренцией.** Так как в этом случае ценовые и объёмные показатели предложения наиболее приближены к требованиям общественного спроса.

Но существуют ещё отрасли с монополистической конкуренцией (число предприятий больше пяти). Это ещё не свободная конкуренция, но и уже не олигополия. В отличие от олигополий в них присутствует не только неценовая, но и ценовая конкуренция, и рост прибыли фирм находится в зависимости от лучшего удовлетворения общественного спроса: более качественными товарами и по более низким ценам.

Но далеко не во всех отраслях промышленности возможна и целесообразна монополистическая или свободная конкуренция. Поэтому за рубежом существует большой опыт государственного регулирования деятельности монополий, обеспечивающий получение монопольными корпорациями «справедливых прибылей». В результате этого хотя и не удаётся увеличить объёмы производства и снизить цену товаров до общественно-оптимального уровня, но становится возможным сблизить показатели предложения и спроса.

Чтобы исключить картельные сговоры среди монополий, в практику хозяйствования олигополий вводится ценообразование по принципу «издержки плюс». Когда используется методика определения средних издержек на единицу продукции при использовании производственных мощностей на 75-80% и к издержкам прибавляется планируемая норма прибыли (примерно 50%). Чтобы после уплаты налогов получить прибыль на весь вложенный капитал не ниже 15%. Такой метод калькуляции цен позволяет олигополии лучше соблюдать режим экономии ресурсов и устанавливать цену на товары, приближённую к уровню общественного спроса. Как показывает зарубежный опыт, такое государственное регулирование цен для олигополий довольно эффективно, так как среди олигополий, как правило, ценовая конкуренция отсутствует, и цены отличаются крайней негибкостью. Олигополии не заинтересованы в повышении цен из-за угрозы потерять покупателей, так как другие олигополии могут не поднять цены вслед за ней, а захватить её бизнес. Не заинтересованы олигополии и в снижении цены, так как другие олигополии могут также сыграть на понижение цен и довести её до банкротства. Для зарубежных олигополий наиболее характерна неценовая конкуренция.

Во-первых, потому что крупные фирмы за рубежом имеют для проведения стратегии неценовой конкуренции значительные финансовые ресурсы, которые необходимы как для рекламной компании, так и для качественного усовершенствования выпускаемых товаров, проведения технического перевооружения производства, внедрения новейших технологий, достижений НТП. Во-вторых, неценовая конкуренция менее рискованная, чем ценовая, которая может привести к «войне цен» и оставить в проигрыше все фирмы отрасли. В-третьих, неценовая конкуренция в условиях олигополии более эффективна, чем ценовая. Так как фирмы, вырвавшиеся вперёд в области технологии, качества продукции и получившие преимущества по этим показателям перед конкурентами, имеют

шансы на долговременные преимущества, так как другим фирмам продублировать быстро эти преимущества значительно труднее, чем снижение цен. Зарубежные олигополии концентрируют огромные финансовые средства и потому имеют большие возможности для внедрения новейших технологий, достижений НТП, гибкого технического перевооружения производства, проведения широкомасштабных НИОКР по усовершенствованию качества продукции. Руководствуясь этими особенностями зарубежных олигополий, ряд учёных, экономистов присоединились к точке зрения Шумпетера–Гэлбрейта и считают, что за олигополиями будущее, так как это та организационная структура, которая способна обеспечить быстрое внедрение достижений НТП, постоянно усовершенствовать, причём быстрыми темпами, качество товара при снижении издержек его производства. Этой точке зрения противостоит традиционная точка зрения о гораздо большей эффективности других организационных структур: монополистической конкуренции и совершенной конкуренции. Учёные, разделяющие эту точку зрения, критично относятся к мнению, что олигополии будут заинтересованы в постоянных усовершенствованиях товара. Они отмечают, что их возможности небезграничны, а мотивации – сомнительны. Зачем им затрачивать большие финансовые средства и торопиться разрабатывать и внедрять новый продукт, который приведёт к моральному износу товаров, приносящих большие прибыли и не требующих высоких издержек производства? А потому олигополии будут проводить НИОКР и внедрять достижения НТП, в первую очередь, руководствуясь соображениями максимизации своей прибыли, а не общественными интересами и стремлениями лучшего удовлетворения спроса.

На мой взгляд, все точки зрения зарубежных учёных заслуживают внимания и детального анализа, с учётом особенностей функционирования отечественных отраслевых структур.

Следует учесть и то обстоятельство, что, несмотря на споры зарубежных учёных, **в высокоразвитых экономиках не существует приоритета или давления какой-либо одной отраслевой организационной структуры над всеми остальными. В результате конкурентной рыночной борьбы и умелого государственного регулирования, способствующих эффективности хозяйствования и приближению показателей предложения к общественно-оптимальным значениям спроса, сложилась смешанная отраслевая экономика, рационально сочетающая различные организационные структуры устройства отраслей.** Всё зависит от условий, особенностей функционирования отрасли, от стоящих перед её предприятиями задач.

Поэтому при реформировании отечественной организационной структуры отраслей надо изучить не только задачи текущего момента, но и исторические традиции её функционирования, а также организационное устройство данной отрасли за рубежом. Так как надо иметь в виду, что предприятия данной отрасли должны быть конкурентоспособны не только на внутренних, но и на мировых рынках. На мой взгляд, надо избегать крайностей. **Сильная экономика – это всегда многогранная и разнообразная экономика, в том числе и по формам, структурам организационного устройства. Нельзя допускать лоббирования предпочтительности той или иной организационной структуры в ущерб развития и существования остальных. Добиваться повышения эффективности общественного производства следует в результате нахождения оптимального и рационального сочетания различных организационных структур и их поступательного развития.**

Рассмотрим, работают ли отечественные отраслевые структуры на сближение спроса и предложения? Проведённый анализ по отраслям показал, что должного структурного реформирования отраслей не произошло. Отраслевые структуры слабо ориентированы на удовлетворение общественного спроса. Как уже отмечалось, в целом отечественная экономика характеризуется значительно меньшими структурными разновидностями монополий, при почти полном отсутствии отраслей с совершенной конкуренцией. Причин этому много. Во-первых, административная экономика, при которой зарождались отраслевые монополии; во-вторых, инвестиционный кризис, в условиях которого они существовали долгие годы и продолжают в большинстве своём существовать и сейчас; в-третьих, институциональная зависимость многих из них от монопольных инвесторов. Не секрет, что в ряде отраслей государство продолжает сохранять свои лидирующие позиции. В скрытых формах, но даёт себя знать и административный ресурс, и монополизм региональных властей. Часто в роли институциональных инвесторов выступают ресурсные монополии или финансовые структуры, либо другие хозяйствующие субъекты, монополизм которых в тех или иных отраслях не менее опасен. Но хуже всего, когда предприятия отрасли находятся в зависимости от коррумпированных кланов. Все эти особенности функционирования отечественных отраслей накладывают свой отпечаток и формируют отличия отечественных и зарубежных монополий.

Выше я уже подчёркивала, что **невозможно сформировать организационные устройства с совершенной конкуренцией или с монопо-**

листической конкуренцией, если контрольный пакет всех или большинства предприятий отрасли будет принадлежать монопольному инвестору. Так как в этих условиях данные организационные структуры не будут отвечать своему определению по сути, мотивам и стимулам деятельности.

Различия между зарубежными и отечественными отраслевыми структурами очень заметны на примере олигополии. Если для зарубежной олигополии характерна неценовая конкуренция, то в отечественной экономике этого не происходит. Для этого у отечественных олигополий нет ни финансовых, ни ресурсных возможностей, но главное – нет должных стимулов. Они скорее будут через финансовые, властные структуры препятствовать техническому перевооружению, повышению эффективности работы своих конкурентов, чем совершенствовать собственное производство. Зарубежные олигополии образовались в результате слияния капиталов, процессов концентрации производства и потому характеризуются большим финансовым могуществом. Они сосредоточивают в своих руках огромные капиталы и потому имеют большие возможности для технического перевооружения производства, проведения НИОКР, усовершенствования качества выпускаемой продукции. Отечественные олигополии вышли из административной экономики, они не образовывались в результате концентрации капиталов, а потому не отличаются финансовым могуществом, а, напротив, переживают финансовый и инвестиционный кризис. Они не только не занимаются усовершенствованием качества выпускаемой продукции, расширением ассортимента выпускаемых товаров, а часто выпускают товары, не пользующиеся спросом. Их техническая база является сильно устаревшей, и у них нет достаточных ресурсов для технического перевооружения. Поэтому, если зарубежные олигополии, хоть ограниченно, но всё же стимулируют НТП, то отечественные олигополии на этот эффект пока не работают.

Другим важным отличием является то, что в зарубежных олигополистических отраслях не все предприятия крупные. На них приходится лишь 70-80% всей производимой в отрасли продукции, остальная же продукция производится мелкими и средними предприятиями, между которыми возможна конкуренция. Такое организационное устройство также стимулирует НТП, причём не только на этих мелких и средних предприятиях, но и на крупных фирмах, и страхует последние от банкротства. Так как мелкие и средние предприятия в случае финансового кризиса выступают своеобразным заслоном крупным фирмам. Отечественная олигопо-

листическая отраслевая структура не имеет конкурентной окраины и потому не имеет ни подобных стимулов, ни подобных заслонов и страховок.

Нельзя не отметить и то, что среди отечественных олигополий гораздо чаще наблюдаются картельные соглашения, причём не только по поводу единой цены сбыта, что встречается и в зарубежной практике, но и по поводу единого качества и ассортимента продукции, что противостоит естественно для зарубежных олигополий. Конечно, российское антимонопольное законодательство гораздо более слабое, не наработано должной практики в пресечении подобных картельных соглашений. Но совершенно очевидно, что главная причина не в этом, и совершенствованием только антимонопольного законодательства и практики его применения данную проблему не решить.

Следует отметить, что складывающаяся в нашей стране ситуация с крупными фирмами выгодна конкурирующим зарубежным компаниям. Попытки решить проблему путём привлечения иностранных инвесторов пока не дают должной отдачи. Иностранное участие в капитале отечественных компаний далеко не всегда приводит к значительному повышению эффективности их работы и повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции. Чаще наблюдается ориентация таких совместных компаний на извлечение максимальной текущей прибыли. Иностранные капиталы больше вкладываются в сервис, рекламу, а не в совершенствование качества товара.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать следующие выводы. Совершенно очевидно, что структурные реформы назрели. Но возможно ли их провести эффективно, полагаясь только на иностранный капитал? Или, можно ли структурные реформы проводить отдельно от реформы всей экономической системы в целом? Конечно, нет.

Во-первых, структурное реформирование отраслей должно вписываться в общую систему реформирования экономики и органично сочетаться с институциональными изменениями (с изменениями в отношениях собственности), с реформами финансовой и страховой систем. Им должны сопутствовать соответствующая кадровая подготовка, а следовательно, реформы и в системе образования, подготовки и переподготовки кадров, в том числе управленческого персонала.

Во-вторых, необходим избирательный подход для каждой отрасли в отдельности. Недопустимо лоббирование преимущества той или иной организационной структуры в угоду только отраслевым или узкоместниче-

ским интересам, без учёта её народнохозяйственной эффективности, т.е. без учёта её способности приближать характеристики предложения к характеристикам общественного спроса.

В-третьих, при общем направлении отраслевых реформ в сторону большей демонополизации их структур, при их проведении следует учитывать: исторические традиции, экономические особенности развития каждой из отраслей, особенности развития спроса на товары отрасли, а также их интеграционные, кооперативные связи, и то, насколько необходимо организационное соответствие в каждом конкретном случае между отечественными и зарубежными структурами аналогичных отраслей.

В-четвёртых, при отраслевых реформах нельзя забывать о межотраслевых пропорциях, постепенно сглаживая диспропорции между отраслями группы «А» и группы «Б», и о существовании и развитии межотраслевой конкуренции.

Таким образом, достаточно эффективной можно будет считать такую структуру промышленности, которая будет характеризоваться разнообразием отраслевых организационных форм и структур, способствовать развитию как отраслевой, так и межотраслевой конкуренции. При которой станет возможным выпуск продукции, конкурентоспособной не только на внутренних, но и на мировых рынках.

Медлить с проведением структурных реформ не следует, но и провести соответствующие структурные реформы наскоком, административным путём, нельзя. Какие-то структурные реформы можно провести уже сейчас, а какие-то, как, например, в станкостроительной отрасли, требуют эволюционного, поступательного развития и подготовки всей экономической и финансовой системы, системы страхования рисков. Но важно, чтобы такое реформирование началось уже сегодня и целенаправленно велось в нужном направлении.
