

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Н. О. Гаджиев

В статье анализируются различные подходы достижения целей политики конкуренции и ее базовые принципы, связь между политикой конкуренции и политикой экономического развития, ряд преобразований при реализации политики конкуренции и учете политических мероприятий, а также вопросы их согласования с точки зрения опыта развитых стран. Даны практические рекомендации и предложения по защите и развитию конкуренции. Научно-исследовательская работа осуществлена на основе таких исследовательских методов, как научная абстракция, системный анализ и логический синтез. Практическая значимость исследования заключается в обогащении научных и практических знаний специалистов, занятых в этой области, и экспертов, проводящих исследования в сфере создания и развития надежной и эффективной конкурентной среды, необходимой для рационального осуществления политики в области конкуренции. Оригинальность и новизна исследования заключаются в том, что в выполненной на основе докладов и научных исследований международных организаций работе проведен обстоятельный анализ и в заключении даны рекомендации по улучшению мобильности и динамичности конкурентной администрации.

Известно, что одним из самых важных факторов, влияющих на экономическое развитие, является формирование эффективной конкурентной среды. Создание эффективной конкурентной среды является одним из необходимых условий перехода к реальным рыночным

отношениям. Это обусловлено тем, что в условиях рыночных отношений конкуренция является движущей силой экономического развития и играет решающую роль в расширении экономической деятельности, в ускорении научно-технического прогресса и широкого вне-

дрения прогрессивных методов организации труда. Повышение качества товаров и услуг, а также сокращение затрат обеспечиваются благодаря конкуренции. Таким образом, конкуренция приводит к повышению экономической эффективности и более полному удовлетворению потребностей потребителей.

Азербайджан, как страна с переходной экономикой, характеризуется сильными позициями монополии, препятствиями на пути выхода на рынок, существованием квазигосударственных концернов и хозяйственных объединений, низкими возможностями расширения производства предприятий, образованием новых монополий с либерализацией внешней торговли. Все вышеперечисленное актуализирует реализацию политики эффективной конкуренции.

Применение политики эффективной конкуренции обуславливает существование продвинутой законодательно-нормативной базы и институционального механизма для претворения в жизнь этой политики.

Хотя конкуренция и является одной из движущих сил экономического развития, но вместе с тем она воспринимается хозяйственным субъектом в качестве внешней силы, и по этой причине склонность к антиконкурентному поведению является естественной. Формирование конкурентной среды в национальных экономиках является одним из первоначальных условий достижения конкурентоспособности национальной экономики и занятия ею влиятельного места в международной конкуренции национальных экономик [5].

С этой точки зрения развитие и защита конкуренции стали приоритетными направлениями экономической политики Азербайджана. Но то, что конкуренция стала одним из приоритетных направлений экономической политики государства, не означает, что она стала приоритетным направлением для органа борьбы с монополией. Многочисленные понятия, связанные с механизмом конкуренции, уже вошли в наше законодательство и практическую деятельность. Наряду с обогащением нашего экономического законодательства и поведения и наша научная лексика и язык быта обогатились новыми экономическими понятиями. Несомненно, все понятия нельзя определить в законодательных документах, и в принципе нет такой необходимости. Однако имеются и такие понятия, обладающие фундаментальным характером, которые не познаются непосредственно на практике. Например, культура конкуренции и среда здоровой конкуренции

широко освещаются в мировой научной литературе, посвященной конкуренции.

Хотя базовые принципы политики конкуренции имеют универсальный характер, однако существуют различные модели конкуренции. Здесь имеют место существенные различия в законах о конкуренции стран, которые близки между собой по типу и степени экономического развития.

Разница в степенях экономического развития различных стран проявляется в большей степени в национальных моделях конкуренции, нежели в их национальных законах о конкуренции.

Существует многосторонняя связь между политикой конкуренции и законами о конкуренции, где на первом плане стоит вопрос о соотношении между развитием конкуренции и ее защитой. Естественно, можно защитить то, что уже существует, и развивать то, что защищается.

Необходимо отметить, что политика конкуренции является элементом политики экономического развития. Однако тут необходимо сделать несколько замечаний. Для стран, переходящих к рыночным отношениям из среды нерыночной экономики, устранение монополии является первоочередным необходимым условием для формирования рыночных отношений.

Другим актуальным аспектом рассматриваемого вопроса являются цель и масштабы стимулирующих и поддерживающих мероприятий государства. Подобные мероприятия претворяются в жизнь во всех странах. Однако они выполняются с различной интенсивностью в зависимости от уровня экономического развития (развитые, развивающиеся и страны с переходной экономикой), от экономической стратегии и структурной политики (импорт-ориентированные и ориентированные на экспорт). Здесь основным моментом является согласование претворяемых в жизнь мероприятий с режимом национальной конкуренции и недопустимость случаев опеки различных хозяйственных субъектов.

Исследования свидетельствуют о том, что нет единого подхода относительно целей политики конкуренции. Некоторые считают, что единственной целью политики конкуренции является увеличение экономической эффективности. Другие же придерживаются мнения, что интересы потребителя должны доминировать над экономической эффективностью.

При первом подходе экономическая прибыль, эффективный рынок и защита конкурен-

ции доминируют над социальной справедливостью. Подобный подход не приветствуется из-за того, что не учитываются социальные ценности (Всемирный банк и Организация экономического сотрудничества и развития) [6].

Согласно второму подходу, политика конкуренции должна строиться на основе некоторых ценностей, и не должна ограничиваться исключительно экономической эффективностью. Эти ценности должны отражать социальные, культурные, исторические и институциональные особенности и должны быть учтены при реализации политики конкуренции [6].

Эти подходы наблюдаются в практике различных стран, в их законодательных и нормативных документах. Например, в США достижение возможностей уровня монополиста считается признаком успеха для предпринимателя. Здесь не запрещена цена монополиста, и такая цена считается фактором, подталкивающим предприятия к агрессивной конкуренции. Кроме того, цена монополиста и вытекающая отсюда монопольная прибыль считаются сигналом к вхождению на рынок других предприятий и к увеличению продаж [3].

В Европейском союзе принято считать, что благополучие потребителей предпочтительнее интересов производителей [2]. Здесь политика конкуренции направлена на то, чтобы можно было установить цены монополиста и препятствовать вытеснению монополистом конкурентных предприятий, а также на то, чтобы не дать упасть планке уровня конкуренции [3].

В целом в ЕС цена монополиста считается несправедливой и эксплуатирующей потребителей. Здесь считается, что справедливая цена — это такая цена, которая устанавливается при существовании конкуренции [3]. Исключения допускаются лишь в случаях, когда положительные результаты превалируют над отрицательными, либо тогда, когда нарушения считаются незначительно малыми.

В ЕС цель политики конкуренции не ограничивается созданием среды конкуренции. Целями подобной политики являются, кроме среды конкуренции, сохранение эффективной конкуренции, защита потребителей, создание единого и интегрированного европейского рынка и недопустимость злоупотребления экономической мощью. В европейской политике специально подчеркивается достижение справедливой доли в экономической прибыли. Здесь также учитываются культурные аспекты и существующая на местах среда [3].

Как отметил еврокомиссар по политике конкуренции Марио Монти, благополучие по-

требителей составляет основу политики конкуренции. В частности, в докладе «Конкуренция и потребитель: Каковы цели Европейской политики о конкуренции» он отметил, что роль Комиссии заключается в «защите интересов потребителей» [2].

Отметим, что в последнее время наблюдаются тенденции сближения политик Европейского союза и США. Так как Министерство юстиции США отметило, что законодательство о конкуренции запрещает практику бизнеса, безосновательно лишаящую потребителей прибыли конкуренции. Как отметил Председатель Комиссии федеральной торговли Тимоти Мурис, целью закона об антимонополии является защита интересов потребителей [2].

Начиная с 1999 г. на экономические принципы стали обращать повышенное внимание, и к настоящему времени экономическая эффективность считается основной целью политики о конкуренции в Европейской Комиссии [3].

Несмотря на то, что в различных странах цели политики о конкуренции различаются, однако в целом можно считать, что следующие цели являются общепринятыми:

- цель политики конкуренции — либо сокращение факторов, ограничивающих конкуренцию, либо защита конкуренции посредством предотвращения подобных факторов;
- цель закона о конкуренции заключается в том, чтобы наряду с эволюцией конкурентной среды обеспечить выполнение социальных целей.

В целом, нужно учесть, что для общества необходимо как жесткая, так и мягкая политика. Мягкая политика конкуренции позволяет назначать монопольные цены предприятиям-монополистам или создает благоприятную среду для ограничения конкуренции. При этом жесткая политика может помешать росту прибыли и эффективности предприятий, что может привести к ограничению их развития.

При реализации политики конкуренции необходимо учесть ряд экономических и политических преобразований, проводимых в стране, и политика конкуренции должна быть согласована с подобными политиками:

- торговая политика, тарифы, квоты, субсидии, антидемпинговая деятельность, внутренние уставы и экспортные ограничения;
- промышленная политика;
- региональная политика развития;
- политика интеллектуальной собственности;

- приватизация и регулирующие преобразования;
- развитие мелкого предпринимательства;
- научная и технологическая политика;
- политика вкладов и налогов;
- обеспечение занятости;
- лицензии, выдаваемые по ремеслам и специальностям.

В проводимых в различных сферах преобразованиях содержатся моменты, скорее ограничивающие политику конкуренции, нежели ее развивающие. Разработка и реализация подобных политик должны учитывать принципы конкуренции. Последовательность в принятии решения со стороны государства может быть обеспечена упомянутым способом, и с ее помощью можно уклониться от искажений на рынках. В результате мы приходим к заключению, что политика конкуренции выступает в роли четвертого элемента в рамках единой государственной экономической политики в ряду политик валюты, финансов и торговли.

Необходимо отметить, что существуют такие секторы, в которых политика конкуренции осуществляется с определенными исключениями. Например, в Европейском союзе таковыми являются секторы телекоммуникации, почты, энергии и железнодорожного транспорта, в США — телекоммуникации, энергии, безопасности, сельского хозяйства, в Японии — телекоммуникации и энергетики. Вместе с тем, необходимо отметить, что в некоторых странах, учитывая важную роль обеспечения занятости мелкого и среднего предпринимательства, к таким хозяйственным субъектам применяют мягкую политику конкуренции.

При реализации политики конкуренции необходимо следить, чтобы создание среды конкуренции не привело к ослаблению конкурентоспособности предприятий.

Заметим, что в существующих законодательно-нормативных документах, и в особенности в законах, основной целью является повышение как экономической, так и социальной эффективности. Это, с одной стороны, выражает законодательно-социальный подход, а с другой стороны, создание здоровой конкурентной среды и необходимую базу для развития деятельности субъектов рынка. Такую позицию можно явно проследить в пунктах 1, 2 и 3 статьи 8-й закона «Об антиконкурентной деятельности». В этих пунктах статьи защита интересов потребителей обоснована в достаточной степени.

Политику конкуренции, сформулированную в проектно варианте Устава о конкуренции,

поддерживающую экономическую эффективность, наряду с социальной эффективностью, можно отметить с положительной стороны. Например, статья 10.0.4 гласит о том, что обязанность органа конкуренции по защите прав потребителей заключается в том, чтобы в рамках своих полномочий он контролировал этот процесс и осуществлял государственную защиту прав потребителей. В статье 11.0.4 подразумевается демонаполизация функции органа конкуренции, создание конкурентной среды и подготовка программ в области защиты прав потребителей, а также обеспечение их реализации. Кроме того, указанный здесь запрет на искусственное и спекулятивное манипулирование или же применение высоких цен во вред интересам потребителей (статья 18.2.1) указывает на то, что в Уставе принята во внимание защита интересов потребителей.

Считаем целесообразным проведение сравнительного анализа законодательства о конкуренции страны с мировым опытом по следующим направлениям:

- 1) злоупотребление преимущественным положением;
- 2) альянсы;
- 3) картели;
- 4) естественные монополии;
- 5) санкции и штрафы.

Цели политики конкуренции и программы органов конкуренции. Управление политической конкуренции оказывает непосредственное влияние большее, чем упреждающее. Органы конкуренции в основном реагируют на процессы защиты конкуренции от определения цен альянсами предприятий или же согласования цен с целью доминирования на рынке. Агентства по конкуренции иногда воспринимаются общественностью как законодательные органы. Даже исторически расходы органов конкуренции для подготовки экономических или отраслевых политик государственных органов были ограничены. В некоторых странах агентствам конкуренции были переданы полномочия в вопросах регулирования и торговли.

Для достижения основных целей конкуренции органы конкуренции стремятся повысить свою роль и при этом совершенствуются. Для повышения уровня конкуренции органы конкуренции не только должны бороться со случаями нарушения законов, но также обязаны принимать упреждающие меры против применения рынком мероприятий, направленных на ущемление деятельности предприятий и их социальных политик. Анализ рыночных ситу-

аций, действующих отрицательным образом на экономическую деятельность и принятие решений для применения мер, направленных против принципов свободной рыночной экономики, может усилить роль конкуренции в качестве общегосударственной политики.

Выводы

Обзор различных целей политик конкуренции показывает, что основная цель в законах большинства стран заключается в том, чтобы защитить свободу экономической деятельности различных участников рынка, сохранение и стимулирование конкуренции с целью эффективного использования ресурсов. Политика конкуренции была рассмотрена также с позиции достижения некоторых других целей, таких как плюрализм, децентрализация принятия экономических решений, запрет на злоупотребления экономической силой, развитие малого бизнеса, справедливость и равенство и другие социально-политические ценности. Эти дополнительные цели могут различаться в разных странах, однако они неизменны для главных целей, так как отвечают текущим интересам общества и тем самым отражают изменчивый характер политики конкуренции и ее способность к адаптации.

Вместе с тем, внесение многочисленных целей повышает риски и противоречия неадекватного применения политики конкуренции. Интересы различных акционеров могут ограничить свободу органов, осуществляющих политику конкуренции, привести к политическому вмешательству и льготам и тем самым уменьшить основную выгоду процесса конкуренции, каковой является экономическая эф-

фективность. В большинстве случаев эти противоречия либо незначимы, либо же могут быть сбалансированы. По нашему мнению, управление и политикой конкуренции, и законом о конкуренции, и их выполнение должны дать значительные выгоды для благополучия потребителя и стимулирования экономической эффективности.

Еще одна задача заключается в наличии связи между конкуренцией и другими рамочными государственными политиками. Для обеспечения открытого, свободного, адаптируемого рынка требуется активное участие органов, проводящих политику конкуренции, в деле проведения государственной политики. Политика конкуренции должна считаться четвертым элементом в ряду рамочных политик о валюте, финансах и торговле.

Обобщая различные подходы, направленные на достижение целей политики конкуренции, приходим к следующему заключению: сокращаем факторы, приводящие к ограничению конкуренции, или же сохраняем конкуренцию с помощью упреждения подобных ограничений; наряду с эволюцией среды конкуренции предполагаем обеспечение социальных ценностей.

При реализации политики конкуренции необходимо учесть, что для общества может быть вредна как жесткая, так и мягкая политика. Так как мягкая политика конкуренции может создать благоприятные условия для назначения монопольных цен или же для ограничения конкуренции со стороны доминирующих предприятий, а жесткая политика может мешать росту прибыли и эффективности предприятий.

Список источников

1. Кодекс о конкуренции Азербайджанской Республики. Проект. — Баку: Изд-во «Iqtisadchi», 2004.
2. Bishop S., Walker M. The Economics of EC Competition Law - Concepts, Application and Measurement : 2nd ed. — London: Sweet & Maxwell, 2002. — 504 pp. [Electronic resource]. URL: http://www.elevenjournals.com/tijdschrift/ejlr/2002/4/EJLR_1387-2370_2002_004_004_011
3. Global Competition Review, Dominance (2005) [Electronic resource]. URL: <http://globalcompetitionreview.com/news/tags/225/abuse-dominance/page/4/>
4. Merger Control 2000. London 2000. The European antitrust review, London 1999, The antitrust review of the Americans. — London, 2000 [Electronic resource]. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.3297&rep=rep1&type=pdf>.
5. Porter M. E. The competitiv advantage of nation. — New York : Free press, 1990.
6. The World Bank and OECD, A Framework for the Design and Implementation of Competition Law and Policy (2005) [Electronic resource]. URL: <http://www.circ.in/pdf/STRATEGIC%20PRIORITIES%20OF%20COMPETITION%20AND%20REGULATORY%20AGENCIE.pdf>

УДК 339.137

Ключевые слова: рыночная экономика, конкурентная среда, закон и политика конкуренции, экономическая эффективность, инновация, благополучие потребителя