

## МОНИТОРИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

© 2011 А.И. Ладыга

Краснодарский университет МВД России

© 2011 М.И. Максимова

Кубанский государственный университет, г. Краснодар

E-mail: kafedra\_itemeo@mail.ru

Статья посвящена проблемам идентификации процессов недобросовестной конкуренции, их целям и методам, реализуемым в конкурентной деятельности современных предприятий.

*Ключевые слова:* конкуренция, недобросовестная конкуренция, мониторинг конкуренции.

Конкуренция служит одним из важнейших факторов, повышающих эффективность экономической системы рыночного типа, это сильнейший способ непрерывного возбуждения экономических субъектов. С известной степенью условности конкуренцию можно назвать цивилизованной формой борьбы за существование<sup>1</sup>.

Методологические подходы к маркетинговому исследованию конкурентной среды как управляемого носителя конкурентных процессов, конкурентного администрирования находятся в стадии научного поиска, что получает свое отражение в остром теоретическом и практическом дефиците знаний в данной проблемной области: “В настоящее время в Российской Федерации отсутствуют комплексная система показателей состояния конкурентной среды на товарных рынках, основывающаяся как на качественных, так и на количественных показателях, рассчитываемых на базе опросов мнения, статистических наблюдений и экономических исследований, а также статистическая отчетность, достаточная для расчета указанных индикаторов. Между тем создание указанной системы индикаторов, наблюдение которых осуществляется на постоянной основе, обусловлено необходимостью не только оценки текущего состояния конкурентной среды, но и динамики изменения отдельных показателей, и следовательно, эффективности государственной конкурентной политики, в том числе социально-экономических последствий ее реализации, а также прогноза индикаторов на будущие периоды”<sup>2</sup>.

В Программе развития конкуренции в качестве основных угроз конкуренции в российской экономике названы:

- административные барьеры (снижают стимулы входа на рынок новых участников, повы-

шают непроизводительные издержки, создают условия для коррупции и возникновения “административного ресурса”);

- инфраструктурные ограничения конкуренции (неудовлетворительное состояние физической инфраструктуры предпринимательства (автомобильных и железных дорог, грузовой авиации, транзитных узлов электрических сетей) и финансовой сферы (банковской системы и предлагаемых банками услуг, страховой системы, фондового рынка);

- ограничивающие конкуренцию действия органов власти, органов местного самоуправления и их должностных лиц (практика неформальных преференций, создание искусственных барьеров, дискриминационный подход к оказанию государственных услуг, проведение необоснованных проверок, организация давления посредством использования административного ресурса);

- ограничивающие конкуренцию действия хозяйствующих субъектов (злоупотребление доминирующим положением на товарных рынках, в том числе в сферах деятельности естественных монополий, создаваемые барьеры входа на рынки, а также риски возникновения картелей)<sup>3</sup>.

При этом авторы Программы полностью обошли своим вниманием недобросовестную конкуренцию, которая является неотъемлемым элементом современной конкурентной среды в российской экономике и оказывает существенное влияние на динамику и результативность конкурентных процессов в отдельных отраслях и секторах народного хозяйства, в том числе в промышленности.

Недобросовестная конкуренция сегодня рассматривается исключительно как правовая категория, что препятствует исследованию ее причин,

сущности и механизмов, определяющих значимость этого явления в динамике социально-экономического развития промышленности страны.

Содержательное определение недобросовестной конкуренции заменено описанием конкретных форм и методов ее проявления, при этом все, что находится за рамками конкурентного законодательства, автоматически может быть отнесено к недобросовестной конкуренции.

До сих пор отсутствует содержательный анализ механизма конкуренции и предпосылок возникновения недобросовестной конкуренции, что предопределяет симптоматический характер мониторинга и администрирования этого сектора конкурентной среды.

Отсутствие понимания причин и последствий недобросовестной конкуренции не позволяет организовать эффективный маркетинговый мониторинг процессов недобросовестной конкуренции, реализовать стратегическое управленческое воздействие на причины ее возникновения, ограничить значимость этого фактора в системе детерминантов национальной конкурентной среды промышленных предприятий.

По нашему мнению, к объектам мониторинга недобросовестной конкуренции в маркетинге необходимо относить:

- особенности платежеспособного спроса и его конкурентного сегмента;
- особенности конкурентного поведения потребителей и меры по его ограничению;
- особенности конкурентного поведения производителей и меры по его ограничению.

В отношении платежеспособного спроса цель добросовестных конкурентов - удовлетворить имеющийся платежеспособный спрос при соблюдении критерия экономической эффективности промышленного производства, в то время как при недобросовестной конкуренции целью становится манипуляция спросом, направленная на перераспределение платежеспособного спроса в пользу недобросовестных конкурентов. При этом к числу методов добросовестной конкуренции, поддающихся мониторингу, относятся поддержание конкурентных цен, устойчивый рост качества продукции, улучшение уровня сервиса, реализация концепции маркетинг-менеджмента, мониторинг открытых сведений о конкурентах. В противовес им к числу методов недобросовестной конкуренции, необходимых для включения в состав мониторинговой системы, относятся:

физическое ограничение доступа на рынок покупателей / производителей, формальное ограничение возможности входа на рынок / в сделку, злоупотребление доминирующим положением.

В отношении конкурентного поведения потребителей цель добросовестных конкурентов - его исследование с целью прогнозирования платежеспособного спроса и приложения усилий по его управляемому развитию. Соответственно, к числу методов добросовестной конкуренции применительно к этому объекту конкурентной борьбы относятся комплексные маркетинговые исследования, мероприятия по развитию конкурентного поведения потребителей, тендеры. В то же время целями недобросовестной конкуренции в отношении конкурентного поведения потребителей является снижение или искажение его активности, что достигается фальсификацией названия, упаковки, торговой марки, идентификационных сведений товара, недобросовестной рекламой и ПР, нарушением требований безопасности промышленной продукции, реализацией деятельности в рамках картельных соглашений.

В отношении конкурентного поведения производителей цель добросовестных конкурентов - исследовать особенности их конкурентной стратегии с целью анализа и копирования имеющихся конкурентных преимуществ, в то время как недобросовестная конкуренция имеет целью снижение эффективности или искажение результатов конкурентного поведения предприятий-конкурентов. К методам добросовестной конкуренции применительно к этому объекту конкуренции относятся мероприятия бенчмаркинга, обмен опытом, реинжиниринга продукции и бизнес-процессов, прикладные научные исследования, тендеры, инновации. К методам недобросовестной конкуренции в отношении анализируемого объекта относятся: воздействие на внутренние ресурсы конкурента с целью их ослабления, воздействие на клиентскую базу предприятия-конкурента, монополизация рынка посредством слияний /поглощений, демпинг контрабандных товаров.

Предлагаемый подход позволяет представить критерий добросовестности конкурентных усилий и однозначно классифицировать предпринимаемые конкурентами, потребителями и контактными аудиториями действия в рамках конкурентной среды предприятий. Таким критерием является характер воздействия на конкурентный по-

тенциал производителей и конкурентное поведение потребителей - факторы, в совокупности обеспечивающие уровень и структуру платежеспособного спроса, который впоследствии формирует структуру рынка и определяет конкурентоспособность его участников.

Если конкретное мероприятие или совокупность мероприятий, рассматриваемых как метод конкурентной борьбы, направлено на расширение конкурентного потенциала производителей или активизацию конкурентного поведения потребителей, такие действия следует классифицировать как добросовестную конкуренцию.

Если же конкретное мероприятие или совокупность мероприятий, рассматриваемых как метод конкурентной борьбы, направлено на снижение конкурентного потенциала производителей, снижение или искажение результатов конкурентной активности потребителей, такие действия являются проявлением недобросовестной конкуренции.

Предлагаемый подход позволяет преодолеть имеющий место системный пробел к классификации методов и средств недобросовестной конкуренции и не дает потенциальным недобросовестным конкурентам оправдывать свои действия имеющими место пробелами в законодательстве. Он может стать основой полноценного мониторингового сопровождения маркетинговых процессов в экономике страны, обеспечив предприятия и уполномоченные государственные структуры управления полноценной маркетинговой информацией о динамике, факторах и тенденциях проявления недобросовестной конкуренции.

Использование предлагаемого критерия дает возможность дифференцировать содержание видов конкуренции на добросовестную и недобросовестную. Добросовестная конкуренция представляет собой процесс поиска и реализации конкурентных преимуществ, направленный на улучшение условий выбора потребителей при реализации ими конкурентного поведения. Вектор развития направлен на интенсификацию собственного конкурентного потенциала предприятия-конкурента, конкурентная борьба ведется традиционными и инновационными методами добросовестной конкуренции, конкурентоспособность поддерживается за счет мобилизации конкурентных преимуществ и их равенства либо превышения над конкурентными преимуществами конкурентов.

Недобросовестная конкуренция представляет собой процесс поиска и реализации методов ослабления конкурентного поведения потребителей и снижения конкурентных преимуществ других предприятий-конкурентов. Вектор развития направлен на ограничение конкурентного потенциала конкурентов и конкурентной активности потребителей. Конкурентная борьба ведется методами недобросовестной конкуренции, конкурентоспособность поддерживается за счет злоупотребления доминирующим положением или монополизации, а также ослабления конкурентных преимуществ конкурентов, что приводит к относительному росту значимости и результативности собственных конкурентных преимуществ.

Предлагаемый подход позволяет обеспечить системный мониторинг маркетинговой активности на предмет недобросовестных конкурентных действий, надежно идентифицировать конкретные конкурентные действия, определять их характер и добросовестность, что, в свою очередь, должно стать исходным пунктом немедленных корректирующих действий в рамках системы конкурентного администрирования в экономике страны.

Мониторинг процессов недобросовестной конкуренции в экономике должен включать в себя:

- мониторинг национальных и региональных рынков важнейших видов продукции, работ, услуг на предмет наличия и особенностей недобросовестной конкуренции (отраслевых и региональных);
- анализ иностранной практики мониторинга недобросовестной конкуренции и ее адаптацию к российской конкурентной среде промышленных предприятий;
- ведение электронного ресурса, позволяющего минимизировать время сообщения о факте недобросовестной конкуренции, уменьшить время обнаружения фактов недобросовестной конкуренции и время реакции на их совершение;
- финансовое поощрение сообщений о фактах недобросовестной конкуренции. Финансовое поощрение должно выплачиваться лицу, сообщившему о реальном факте недобросовестной конкуренции и составлять не менее 5 % от суммы выявленного нарушения (бюджет этих вознаграждений должен включаться в смету финансирования ФАС).

Данные мониторинга позволяют реализовать системное и комплексное маркетинговое воздействие на участников процессов недобросовестной конкуренции по следующему алгоритму:

- выявление сомнительных конкурентных действий хозяйствующих субъектов и органов государственной власти и управления, контактных аудиторий промышленных предприятий. Экспертизе должны подвергаться деятельность предприятий, обладающих доминирующим положением на рынке и монополий, рекламная сфера, процессы слияний-поглощений, процессы экономической концентрации, нормативно-правовые акты всех уровней и ветвей власти, федеральные и региональные целевые программы развития и т.д.;

- классификация сомнительных конкурентных действий по критерию добросовестности, определение инициаторов и выгодополучателей процессов недобросовестной конкуренции в промышленности страны;

- немедленное приостановление деятельности промышленных предприятий и аффилированных с ними хозяйствующих субъектов, допустивших недобросовестные конкурентные действия. Этот пункт должен быть включен в федеральный закон "О защите конкуренции", что обеспечит реальные полномочия ФАС в деле борьбы с проявлениями недобросовестной конкуренции и заставит потенциально недобросовестных конкурентов задуматься о целесообразности применения средств и методов недобросовестной конкуренции;

- определение экономического ущерба от проявлений недобросовестной конкуренции требуется для ухода от имеющей сегодня место приблизительности в определении последствий недобросовестной конкуренции, этот процесс по-

зволяет уточнить масштабы недобросовестной конкуренции в промышленности страны и необходимые санкции для преодоления ее последствий;

- определение и реализация санкций административного и уголовного характера по конкретной конкурентной ситуации, возмещение ущерба пострадавшим субъектам;

- адвокатирирование конкуренции: предоставление на сайте ФАС и в специализированных печатных изданиях подробного анализа дел о недобросовестной конкуренции в промышленности страны с указанием причин их возбуждения, течения, выявленных нарушений и санкций для инициаторов и выгодоприобретателей.

Предлагаемый подход позволяет реализовать научно обоснованную систему методов борьбы с недобросовестной конкуренцией в экономике страны и преодоления ее последствий, которая направлена на установление жесткого контроля за исследуемыми процессами на основе реализации функций мониторинга, анализа и классификации недобросовестных конкурентных действий, что позволяет увеличить адресность стратегического управленческого воздействия, снизить масштабы и динамику подобных процессов, расширить сферу добросовестной конкуренции на рынках важнейших видов промышленной продукции, работ, услуг.

<sup>1</sup> Курс экономики: учебник / под ред. Б.А. Райзберга. М., 2006. С. 227.

<sup>2</sup> Доклад о состоянии конкуренции и социально-экономических последствиях реализации Программы развития конкуренции в Российской Федерации в 2009 г. М., 2010.

<sup>3</sup> Программа развития конкуренции в Российской Федерации. М., 2009.

*Поступила в редакцию 05.01.2011 г.*