

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Известно, что один из самых важных факторов влияющих на экономическое развитие является формирование эффективной конкурентной среды. Создание эффективной конкурентной среды является одним из самых 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 внедрения прогрессивных методов организации труда. Повышение качества товаров и услуг, а также сокращение затрат обеспечивается 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 с входом в рынок, существованием квазигосударственных концернов и хозяйственных объединений, низкими возможностями расширения производства предприятий, образованием новых монополий с либерализацией внешней торговли. Все вышеперечисленное актуализирует претворение в жизнь 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 естественным. Формирование конкурентной среды в национальных экономиках является одной из первоначальных условий достижения конкурентоспособности национальной экономики и занятия ею влиятельного места в международной конкуренции национальных экономик [2].

С этой точки зрения развитие и защита конкуренции стало одним из приоритетных направлений экономической политики Азербайджанского государства. Так как существует большая разница в том, что конкуренция стала одним из приоритетных направлений экономической политики государства с одной стороны и тем, 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 обогатилась и наша научная лексика и язык быта 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 и базовые принципы политики конкуренции имеют универсальный характер, однако существуют различные модели конкуренции. Здесь можно проследить две тенденции. С одной стороны 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 проявляются в большей степени в национальных моделях о конкуренции, нежели в их национальных законах о конкуренции.

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

Необходимо отметить, что политика о 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 является 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 (импортозамещаемые и ориентированные на экспорт). Здесь основным моментом является согласование претворяемых в жизнь мероприятий с режимом национальной конкуренции и в недопустимости 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 о том, что интересы потребителя должны доминировать над экономической эффективностью.

При первом подходе экономическая прибыль, эффективный рынок и защита конкуренции доминирует над социальной справедливостью. Подобный подход не приветствуется из-за того, что не учитываются социальные ценности (Всемирный банк и Организация Экономического Сотрудничества и Развития) [3].

Согласно второму подходу политика конкуренции должна строиться на основе некоторых ценностей и не должно ограничиваться исключительно экономической эффективностью. Эти ценности должны отражать социальные, культурные, исторические и институциональные особенности и должны быть учтены при реализации политики конкуренции [3].

Эти подходы наблюдаются на практиках различных стран, на 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 монополия прибыль считается сигналом к вхождению на рынок других предприятий и к увеличению продаж [4].

В Европейском Содружестве принято считать, что благополучие потребителей предпочтительнее интересов производителей [Simon Bishop, Mike Walker (2002)]. Здесь политика конкуренции направлена на то, чтобы можно было установить цены монополиста с одной стороны и препятствовать вытеснению монополистом конкурентных предприятий, а также в том, чтобы не дать упасть планки уровня конкуренции [4].

В целом, в ЕС цена монополиста считается несправедливой и эксплуатирующей потребителей. Здесь считается что, справедливая цена это такая цена, которая устанавливается при существовании конкуренции [Global Competition Review, Dominance (2005)]. 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. Кроме среды конкуренции целями подобной политики являются 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 [4].

Как отметил Еврокомиссар по политике конкуренции Марио Монти, благополучие потребителей 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» [5].

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, бесосновательно лишаящую потребителей прибыли конкуренции. Как отметил, Председатель Комиссии Федеральной Торговли Timothy Muris целью закона об антимонополии является защита интересов потребителей [5].

Начиная с 1999-го года, на экономические принципы стали обращать повышенное внимание и к настоящему времени экономическая эффективность считается основной целью политики о конкуренции в Европейской Комиссии [4].

СТАТЬИ ИНОСТРАННЫХ АВТОРОВ

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

- целью политики о конкуренции является 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 ценностей.

В целом, нужно учесть, что для общества необходимо как жесткая, так и мягкая политики. Поскольку мягкая политика конкуренции позволяет назначать монопольные цены предприятиям монополистам, либо же создает благоприятную среду для ограничения конкуренции. С другой стороны 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 политики 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;
- политики вкладов и налогов;
- обеспечение занятости;
- лицензии, выдаваемые по ремеслам и специальностям.

С другой стороны, в проводимых в различных сферах преобразованиях, содержатся моменты ограничивающие политику конкуренции, нежели ее развивающую. Разработка и реализация подобных политик должны учитывать принципы конкуренции. Последовательность в принятии решения со стороны государства может быть обеспечено упомянутом способом и с ее помощью можно уклониться от искажений на рынках. В результате мы приходим к такому 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, а 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 применяется мягкая политика конкуренции.

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

Заметим, что в существующих законодательно-нормативных документах, и в особенности в законах в качестве основной цели проходит 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-ой закона «Об антиконкурентной деятельности». В этих пунктах статьи защита интересов потребителей обосновано в достаточной степени.

Политику конкуренции, проходящую в проектом варианте Устава о конкуренции, поддерживающую экономическую эффективность, наряду с социальной эффективностью можно отметим с положительной стороны. Например, статья 10.0.4 гласит о том, чтобы 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 демополизация 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 интересов потребителей (статья 18.2.1) указывает на то, что в Уставе принято 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 политикой конкуренции оказывает непосредственное влияние больше по сравнению с влиянием упреждающим. Органы конкуренции в основном реагируют на процессы защиты конкуренции против определения цен альянсами предприятий или же согласования цен с целью доминирования рынком. Агентства по конкуренции иногда воспринимаются общественностью в качестве законодательных органов. Даже исторически расходы органов конкуренции для подготовки экономических или отраслевых политик внутри 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 должны не только бороться со случаями нарушения законов, но также обязаны принимать упреждающие меры против применения рынком мероприятий, направленных на ущемления деятельности предприятий и их социальных политик. Анализ рыночных ситуаций, 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.

Обзор различных целей политик конкуренции показывает, что основная цель в законах большинства стран заключается в том, чтобы защитить свободы экономической деятельности различных участников рынка, сохранение и стимулирование конкуренции с целью эффективного использования ресурсами. 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 для разных стран, однако они неизменны для главных целей и из-за того, что отвечают текущим интересам общества и тем самым отражают изменчивый характер политики конкуренций и ее способность к адаптации.

Вместе с тем, внесение многочисленных целей повышает противоречия и риски неадекватного применения политики конкуренции. Интересы различных акционеров могут ограничить свободу органов осуществляющих политику конкуренции, и могут привести к политическому вмешательству и льготам и тем самым может убавить основную выгоду процесса конкуренции каковым является экономическая эффективность. В большинстве случаев противоречия между экономической эффективностью и другими политическими либо незначимы, либо же могут быть сбалансированы. По нашему мнению управление и политикой конкуренции и законом о конкуренции и их выполнение должно дать значительные выгоды для благополучия потребителя и стимулирования экономической эффективности.

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

Обобщая различные подходы, направленных к достижению целей политики конкуренции, приходим к следующему заключению: (i) сокращаем факторы, приводящие к ограничению конкуренции, или же сохраняем конкуренцию с помощью упреждения подобных ограничений; (ii) 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 политики. Так как мягкая политика конкуренции может создать благоприятные условия для назначения монопольных цен или же для ограничения конкуренции со

СТАТЬИ ИНОСТРАННЫХ АВТОРОВ

стороны доминирующих предприятий. С другой стороны жесткая политика может помешать росту прибыли и эффективности предприятий.

Литература

1. Кодекс о конкуренции Азербайджанской Республики (проект), 2004.
2. Michael E. Porter. The competitiv advantage of nation. New York. Multinationals, Technology and national Competitiveness. Cheltenham, 1999.
3. The World Bank and OECD, A Framework for the Design and Implementation of Competition Law and Policy (2005).
4. .Global Competition Review, Dominance (2005).
5. Simon Bishop, Mike Walker (2002). The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement (London: Sweet & Maxwell 2002) XXXV +634 pp.
6. Merger Control 2000. London 2000. The European antitrust review, London 1999, The antitrust review of the Americans, London 2000.