

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

№ 5 октябрь 2008 Москва

Главный редактор Владимир Мау

Редакционная коллегия
Абел Аганбегян, Егор Гайдар,
Кристаллина Георгиева, Наталия Задорнова
(ответственный секретарь), Елена Карпухина,
Сергей Синельников-Мурылев (заместитель
главного редактора), Владимир Фаминский
(заместитель главного редактора).

Оіковозна • Політика

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • POLITIKA

Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации
и Институт экономики переходного периода
при поддержке Всемирного Банка

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Франсуа БУРГИНЬОН
Андрей ВОЛКОВ
Евгений ГАВРИЛЕНКОВ
Алан ГЕЛБ
Герман ГРЕФ
Марек ДОМБРОВСКИЙ
Владимир ДРЕБЕНЦОВ
Александр ДЫНКИН
Леонид ЕВЕНКО
Александр ЖУКОВ
Михаил ЗАДОРНОВ
Татьяна ЗАСЛАВСКАЯ
Сергей КАРАГАНОВ
Михаил КОПЕЙКИН
Алексей КУДРИН
Энн КРЮГЕР
Джон ЛИТВАК
Елена ЛОБАНОВА
Аугусто ЛОПЕЗ–КЛАРОС
Прадип МИТРА
Сергей МЯСОЕДОВ
Рустем НУРЕЕВ
Александр РОМАНОВ
Сергей СТЕПАШИН
Алексей УЛЮКАЕВ
Александр ХЛОПОНИН
Теодор ШАНИН
Андрей ШАСТИТКО
Сергей ШАТАЛОВ
Игорь ШУВАЛОВ
Револьд ЭНТОВ
Евгений ЯСИН

Спонсорская поддержка оказана компанией ВР



© Экономическая политика, № 5, 2008.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|------------|
| Пермский экономический форум | |
| Олег ЧИРКУНОВ Создание города: конкуренция за людей мыслящих | 5 |
| Михаил ДМИТРИЕВ О перспективах развития новой системы стратегического планирования в Российской Федерации | 9 |
| Вячеслав ГЛАЗЫЧЕВ Российский город в концепции долговременного развития России | 12 |
| Наталья ЗУБАРЕВИЧ Развитие и конкуренция российских агломераций | 15 |
| Надежда КОСАРЕВА Гардарика сегодня и завтра | 24 |
| Аркадий КАЦ Современный город: стратегические вызовы | 28 |
| Ирина СТАРОДУБРОВСКАЯ Пермский парадокс (по мотивам Пермского экономического форума) | 32 |
| Виктор ЧЕРЕПОВ Государственно-частное партнерство в области здравоохранения | 46 |
| Экономическая политика | |
| П р а к т и к а | |
| Леонид ГРИГОРЬЕВ, Максим ОВЧИННИКОВ Типология коррупции: релевантные меры и группы противодействия | 50 |
| Т е о р и я | |
| Максим ПЕТРОНЕВИЧ Влияние модернизации сети федеральных дорог на региональную дифференциацию российской экономики | 67 |
| И с т о р и я | |
| Виктор КИЗИЛОВ Рост налоговой нагрузки на экономику Российской империи в 1881–1903 годах | 84 |
| Политическая экономия | |
| Питер МЕНЕЛЛ Интеллектуальная собственность и движение в защиту прав собственности | 95 |
| Наше интервью | |
| Пропорционально таланту, а не аппетиту (обсуждая с Евгением ЧИЧВАРКИНЫМ книгу Айн Рэнд «Атлант расправил плечи» и проблемы, связанные с бизнесом) | 108 |
| Антимонопольная политика | |
| Светлана АВДАШЕВА, Андрей ШАСТИТКО Искать под фонарем, или там где потеряли? (новации антимонопольного законодательства сезона 2008—2009) | 112 |
| Плата за торговое место: введение в тему | |
| Пол БЛУМ, Грегори ГУНДЛАХ, Джозеф КЭННОН Плата за торговое место: теоретические направления и взгляды менеджеров-практиков | 128 |
| Кеннет КЕЛЛИ Анализ платы за торговое место на рынке продовольственных товаров: конкурентный подход | 160 |
| Аналитика и прогноз | |
| Андрей КАЗАНЦЕВ Дилеммы энергетической политики России в Центральной Азии | 177 |
| Сулайман РЕШИЕВ Формирование и исполнение консолидированного бюджета Чеченской Республики и его влияние на инвестиционную привлекательность региона | 190 |
| Классика экономической науки | |
| Ричард ТИМБЕРЛЕЙК Катастрофа резервных требований 1935—1938 годов | 198 |

CONTENTS

| | |
|--|------------|
| Perm' Economic Forum | |
| Oleg CHIRKUNOV Forming of the City: Competition for Intellectual People | 5 |
| Mikhail DMITRIEV On the Prospects of the Development of the New System of Strategic Planning of Russian Federation | 9 |
| Vyacheslav GLAZYCHEV Russian City in the Concept of Long-Term Russia's Development | 12 |
| Natalia ZUBAREVICH Development and Competition of Russian Agglomerations | 15 |
| Nadezhda KOSAREVA Gardarika Today and Tomorrow | 24 |
| Arkady KATZ Contemporary City: Strategic Challenges | 28 |
| Irina STARODUBROVSKAYA Paradox of Perm (Based on The Materials of Perm' Economic Forum) | 32 |
| Victor CHEREPOV State-Private Partnership in Health Care | 46 |
| Economic Policy | |
| P r a c t i c e | |
| Leonid GRIGORIEV, Maxim OVCHINNIKOV Typology of Corruption: Relevant Measures and Groups of Counteraction | 50 |
| T h e o r y | |
| Maxim PETRONEVICH The Influence of Railroad Network Modernization on the Regional Differentiation of Russia's Economy | 67 |
| Victor KIZILOV Increasing of Tax Burden in the Economy of Russian Empire in 1881-1903 | 84 |
| Political Economy | |
| Peter MENELL Intellectual Property and the Property Rights Movement | 95 |
| Our Interview | |
| Proportionally to the Talent Not Appetite (Discussing with Eugeny CHICHVARKIN the Book "Atlas Shrugged" by Ain Rand and Business Problems) | 108 |
| Antitrust Policy | |
| Svetlana AVDASHEVA, Andrey SHASTITKO The Street Lamp Effect | 112 |
| Slotting Allowances: Introducing New Topic | |
| Paul N. BLOOM, Gregory T. GUNDLACH, Joseph P. CANNON Slotting Allowances and Fees: Schools of Thought and the Views of Practicing Managers | 128 |
| Kenneth KELLY The Antitrust Analysis of Grocery Slotting Allowances: The Procompetitive Case | 160 |
| Analytics and Forecast | |
| Andrey KAZANTSEV Dilemmas of Russia's Energy Policy in Central Asia | 177 |
| Sulaiman RESHIEV Forming and Execution of Chechen Republic Budget and Its Influence on Investment Climate of the Region | 190 |
| Classics of Economics | |
| Richard H. TIMBERLAKE The Reserve Requirement Debacle of 1935-1938 | 198 |

СОЗДАНИЕ ГОРОДА: КОНКУРЕНЦИЯ ЗА ЛЮДЕЙ МЫСЛЯЩИХ

Олег ЧИРКУНОВ

кандидат экономических наук,
губернатор Пермского края

Оikovoиia • Пoлтiкa

OIKONOMIA • POLITIKA

Города всегда конкурировали друг с другом, продолжают конкурировать и сегодня. Весь вопрос в том, какой дефицитный ресурс — земля, капитал или труд — является предметом конкуренции на данном этапе развития.

Очевидно, что в наших условиях дефицитным становится человеческий капитал. В самом упрощенном виде эту проблему можно рассматривать как конкуренцию за рабочую силу — за любую рабочую силу, независимо от ее квалификации. Но есть и другой срез рассуждений: в какой именно рабочей силе, а точнее — в каком человеческом потенциале заинтересован город? Чем менее квалифицирована рабочая сила, тем меньше доходов получает от нее город и тем больше расходов по ней он несет. Наиболее квалифицированная рабочая сила приносит огромные доходы, но для того, чтобы она выбрала определенный город в качестве своей резиденции, необходимы условия, которые сложно сформулировать простыми словами.

Почему люди выбирают для жизни тот или иной город? Самое простое — спросить об этом у них самих. Опросы управленческих кадров дают вполне логичные ответы на этот вопрос. Человек хочет иметь интересную и высокооплачиваемую работу, комфортную и безопасную среду обитания, возможность получения лучшего образования для своих детей, медицинских услуг для семьи — и еще что-то такое, что в общих чертах передается фразой: «Я хочу жить там, где кипит жизнь». Данный тезис вполне можно обозначить словом «культура».

Начнем с работы. Что принципиально можно изменить в городе, что-

бы были созданы новые рабочие места для наиболее высококвалифицированной рабочей силы? В последнее время мы много говорим про «новую экономику», «инновационную экономику». Но, возможно, решение может быть найдено без использования этих непонятных терминов. Пойдем от рынка, от спроса. Если высококвалифицированная рабочая сила формулирует запрос на услуги образования, здравоохранения и культуры, то, быть может, самыми перспективными для «новой экономики» будут именно эти отрасли?

Образование. Вероятно, самый неудовлетворенный спрос сегодня — спрос на высшее образование. Не на дипломы, которые в стране производятся с избытком, а именно на образование — которым выпускники могут гордиться, которое обеспечивает их профессиональными связями, которое открывает им двери в будущее. Не в обиду будет сказано нашим вузам, которые в большинстве своем решают иную задачу, но такого высшего образования мы пока не создали. Это подтверждается и рейтингами наших вузов на мировом уровне, и социологическими опросами студентов, которые нередко остаются учиться в российских вузах только из-за отсутствия альтернативы.

Итак, спрос есть — и колоссальный. А если есть спрос, то рано или поздно появится и предложение. Те города, которые смогут создать условия для развития новых университетов — массовых или элитарных, — станут образовательными центрами, куда со всей страны будет стекаться молодежь. Люди будут получать там образование, а останутся они или уедут после окончания вуза — для города не столь и важно.

Есть и другая сторона вопроса. Как студенты сегодня жалуются на вузы, которые не устраивают их по качеству образования, так и вузы жалуются на абитуриентов. По мнению вузов, школы выпускают все меньше детей одаренных, неординарных, а зачастую и просто трудолюбивых. Для создания системы высшего образования потребуется изменение системы образования среднего, что, наверное, является предметом другого разговора.

Здравоохранение. Нет ничего столь же ценного для человека, как его здоровье и здоровье его близких. Чем обеспеченнее человек, тем больше внимания он уделяет своему здоровью, тем больше он может позволить себе для сохранения здоровья и продления жизни. Можно предположить, что именно в эту сферу будет вложена в качестве платежей большая часть доходов высокооплачиваемого населения. Сегодня платят за комфорт — завтра начнут платить за время, то есть за увеличение продолжительности жизни. Сегодня этот растущий спрос со стороны российских клиентов удовлетворяется западными госпиталями.

Тем временем российская система здравоохранения работает на потребление бюджетных средств. Это ей более выгодно, чем участие в конкурентной борьбе за клиента. Существуют лишь отдельные очаги конкуренции с западными медицинскими школами.

Можно предположить, что в ближайшие годы, в случае создания рыночной модели здравоохранения в стране или в отдельных ее регионах, начнут образовываться островки эффективной медицины, которые привлекут потребителей со всей России. В этот же фундамент закладывают кирпичи строящиеся в регионах центры высоких медицинских технологий. Это своего рода «фабрики» по восстановлению здоровья. При правильной организации они начнут конкурировать между собой за пациентов, создавая рынок медицинских услуг.

«Город врачей», «город сердца», «город мозга» — хорошая перспектива для развития городов. Подготовка врачей для медицинских центров — отдельная тема в разделе «образование».

Культура, градостроительство, среда. Человек по праву не хочет жить в грязи и разрухе. Более того, ему важно понимать, что его жизнь не пропадает зря, что он находится в гуще ярких событий, что у него есть выбор, как распорядиться своим временем, то есть своей жизнью. Эта задача решается на уровне градопланирования, управления городом и его культурной средой.

Хороший урок преподнес всем бразильский город Куритиба, известный своей системой общественного транспорта, парками и скверами, а также системой сбора и переработки мусора. Все это создал Жайме Лернер — бывший архитектор, мэр, губернатор Куритибы.

Во время посещения этого города у меня постоянно складывалось впечатление, что я чего-то не понимаю. Возникало даже ощущение подвоха. Осматривая красивейшие парки и скверы, я задавал себе и своему окружению один прагматичный вопрос: «А где люди, ради которых созданы эти парки? Почему их здесь нет?»

В какой-то момент Лернер отвел меня в сторону и сказал простые слова: «Парки не для того, чтобы в них люди гуляли. Парки для того, чтобы люди ими гордились». Эта мысль объясняет все, что сделал этот действительно великий человек.

Многие в мире считают, что в Куритибе созданы лучшая система общественного транспорта и одна из лучших систем сбора и переработки мусора. Возможно, это так. Но важно, что жители Куритибы именно так и думают. Сила Куритибы не в том, что сделано, а в гордости жителей за себя и за свой город.

И у нас в России нетрудно увидеть действие того же принципа. Большой театр — предмет гордости москвичей. Как часто они бывают в этом театре? Почти никогда, заядлые театралы не в счет. Но важно не то, бывают ли они в театре, а важно, что он есть. Важно, что все приезжие сломя голову туда несутся. Этого коренному москвичу вполне достаточно для осознания того, что его жизнь проходит не зря.

Но разве культура — это одно только искусство? Есть театр в городе, а есть пространство вокруг него: разрушенные дороги и газоны, презирающие пешеходов водители и повсеместное хамство.

В советские годы я работал в Берне в торговом представительстве. Так получилось, что мне пришлось стажировать приехавшего на работу водителя торгпреда. Уже на второй день я обратил внимание на то, как он прямо светится от удовольствия, пропуская на пешеходном переходе, мигнув фарами, местную старушку. Она традиционно машет ему рукой в знак благодарности, а он просто тает от самоуважения. Все просто: в Москве он уважал себя за силу, граничащую с хамством, а здесь — за вежливость. Уверен, что, вернувшись в Москву, он переключился на московский стандарт вождения в течение дня.

Несмотря на то что эти два типа поведения диаметрально противоположны, они одинаково воспроизводятся — как элементы самоутверждения и гордости. Задача культуры — создать условия для того, чтобы люди одновременно гордились собой и делали то, что доставляет радость другим.

В Перми запустили эксперимент по созданию резервных полос для общественного транспорта — сначала для трамваев, а следом для автобусов. Начали с очень ограниченного участка дороги, на котором мог быть обеспечен милицейский контроль.

Изначально мне предлагали выделить резервную полосу при помощи бетонного бордюра, как, кстати, сделано в Куритибе. Но мы уже тогда понимали, что это не вопрос правил дорожного движения. Это вопрос культуры, уважения к закону. Разделительная полоса из бетона — эффек-

тивное решение для организации дорожного движения. Нарисованная на асфальте полоса, которую никто не пересекает, — это, в будущем, повод для гордости для жителей города.

Оказалось, что полосы достаточны. Постепенно милицейские силы были сокращены и теперь используются исключительно для тренировки «отморозков». Причем эта тренировка доставляет удовольствие всем, кто следует правилам. Раньше законопослушные видели, что те, кто нарушает правила, получают некие преимущества, в том числе эмоционального плана. Сейчас, проехав по правилам, водитель замечает, как «крутому» персонажу не торопясь выписывают штраф. Нарушитель выиграл время при нарушении закона, теперь он проиграет его, стоя на обочине в ожидании общения с инспектором.

Создание полос для общественного транспорта позволяет решать еще одну задачу — подъем самоуважения людей, которые по разным причинам пользуются общественным транспортом. Они получают одобрение общества за свое решение воспользоваться общественным транспортом. Это, как ни странно, тоже повод для гордости.

Словом, город, который сможет воспользоваться стремлением жителей испытывать чувство гордости, непременно станет Великим.

Цели Пермского форума. Какова функция региональной власти в развитии городов? Прежде всего, в создании конкуренции между муниципалитетами — не за доступ к бюджетному пирогу, а за людей. Во внедрении прозрачной и долгосрочной модели распределения бюджетных ресурсов, основанной на собственных налоговых источниках и подушевом финансировании.

Функция региональной власти — также в реализации и вышеназванных проектов: реформы здравоохранения и образования, проекта создания великого вуза, культурных проектов, и многих других. А еще региональная власть должна подталкивать муниципалитеты к привлечению на свою территорию внешних «мозгов» — креативных людей, которые разворачивают в городах свои личные амбициозные проекты.

Обсуждению вариантов конкуренции за людей и привлечения в команду внешних «мозгов» и был посвящен IV Пермский экономический форум.

О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ НОВОЙ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Михаил ДМИТРИЕВ

доктор экономических наук,
президент фонда
«Центр стратегических разработок»

Оικονομία • Πολίτικα

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • ΠΟΛΙΤΙΚΑ

Российская Федерация не имеет большого опыта стратегического планирования в рыночных условиях. 1990-е годы были временем кризиса, когда не было ни инвестиционных ресурсов, ни реальных возможностей развития. После 2000 года в стране начался экономический рост, но долгое время он не был основан на инвестициях. Это был спонтанный восстановительный рост, не требующий стратегического планирования. Ситуация стала меняться с началом инвестиционного роста — примерно с 2006 года. В это время начала очень остро ощущаться потребность в координации планов и намерений инвесторов разных уровней и различных форм собственности. Именно в этот период стала формироваться и новая повестка стратегического планирования, появилась целая программа территориального планирования, отраженная в редакции третьей главы Градостроительного кодекса. Тем не менее в период инвестиционного роста мы вступили с большим дефицитом инструментов политики развития. Это прежде всего современные методы планирования, развития инфраструктуры, координации инфраструктуры и инвестиционных проектов в базовых отраслях, механизмы практической реализации этих проектов, которые сегодня зачастую попросту отсутствуют, территориальное планирование, государственно-частное партнерство.

Сегодня на федеральном уровне процессы стратегического планирования возглавляют два министерства: Министерство экономического развития и Министерство регионального

развития. В сфере формирования новой системы стратегических приоритетов для Министерства экономического развития первым шагом является утверждение Концепции—2020, для Министерства регионального развития — утверждение Концепции региональной политики и определение требований к отраслевым и региональным стратегиям в плане их координации с федеральными приоритетами. В течение 2009 года, по-видимому, будет происходить процесс согласования региональных и отраслевых стратегий в контексте новой системы федеральных экономических приоритетов, утверждение пилотных схем территориального планирования в новом формате и генеральных планов территорий. Наконец, к 2010 году, когда вступят в силу новые нормы Градостроительного кодекса, мы ожидаем массовую разработку и утверждение схем территориального планирования и генеральных планов, формирование действительно работающих механизмов реализации этих планов на муниципальном уровне, а также стратегий федерального и регионального масштаба. Все это предполагает развитие системы диалогов всех участников стратегического планирования между собой — в противном случае планирование утрачивает какой-либо смысл.

Эти планы, однако, сталкиваются с целым рядом вызовов. Первая проблема — это Концепция—2020 в контексте глобального экономического кризиса. Если мы говорим о том, готовы ли были разработчики концепции к снижению цен на нефть и металлы, — возможно, это кому-то покажется удивительным, — но разработчики концепции именно этот сценарий в концепцию и заложили. Самый оптимистический базовый инновационный сценарий Концепции—2020 предполагает снижение цены на нефть URALS до 70 долл. за баррель к 2012 году. Фактически снижение цены на нефть идет именно по этому графику. Но есть одна проблема, которая носит концептуальный характер: по мнению МЭР, снижение цен на нефть и энергоносители не повлияет на ожидания инвесторов относительно инвестиционных рисков в России и может сопровождаться масштабным притоком капитала в Российскую Федерацию. К сожалению, события августа—сентября с. г. показали, что сегодня мировые рынки по-прежнему жестко увязывают инвестиционную привлекательность России с перспективами цен на сырье. Реально это означает, что снижение цен на нефть и металлы, скорее всего, будет сопровождаться снижением притока капитала.

Сценарии, связанные с резким сокращением притока капитала, были проанализированы Центром стратегических разработок и Институтом экономики переходного периода в рамках проекта «Стратегический аудит Российской Федерации», который мы реализуем в течение последних двух лет. И результаты этой работы показывают, что базовый сценарий Минэкономразвития не может быть принят без корректировки.

С учетом тенденций, существующих на мировых рынках, вероятность глобального экономического кризиса пока возрастает, поэтому в среднесрочной перспективе наиболее вероятным является развитие по одному из сценариев снижения притока капитала в Россию.

Какие вызовы для перспектив стратегического планирования и инвестиций создают эти сценарии? Базовый сценарий концепции Минэкономразвития, если бы он мог осуществиться, предполагает ускоренный рост инвестиций, но одновременно ведет к падению их эффективности. Наши экономические институты пока не готовы к перевариванию такого объема инвестиций, так что, скорее всего, падение их эффективности стало бы неизбежным. Поэтому далеко не очевидно, что реализация этого сценария была бы благом для страны.

Сценарий оттока капитала создает свои проблемы. В условиях кризиса крупные российские компании не в состоянии заимствовать ресурсы

для финансирования проектов. Внешние рынки находятся в упадке из-за финансового кризиса, а внутренний российский рынок не приспособлен для долгосрочных и крупных инвестиций — ни синдицированные ссуды, ни крупные IPO сегодня на нем невозможны. Поэтому наиболее жесткий удар от снижения притока иностранного капитала придется именно на крупные проекты и на систему взаимосвязанных проектов, когда замедление реализации одного из них ведет к каскадному свертыванию целого ряда других.

Как ни странно, оба сценария предъявляют спрос на один и тот же инструмент стратегического планирования, поскольку источник проблем в обоих случаях одинаков. Прежде всего, это качество и доступность информации — единая информационная основа для принятия всех стратегических решений на всех уровнях; это проблема эффективного и согласованного выбора приоритетов, анализ управления рисками и отбор на этой основе проектов для реализации, в том числе эффективное свертывание неперспективных проектов, чего в России почти никогда не происходит.

Сейчас по заданию Министерства регионального развития консорциум экспертных организаций под эгидой Центра стратегических разработок реализует первый в России амбициозный проект по применению новых методов проверки стратегических планов всех уровней на соответствие их приоритетов и ресурсную сбалансированность всего комплекса этих планов. Этот проект реализуется в разрезе федеральных округов, по каждому из которых выявляются приоритеты, перспективы и география экспорта, а также обеспеченность приоритетов развития объектами инфраструктуры, энергетики и трудовыми ресурсами. Пока мы имеем только промежуточные результаты (срок завершения проекта — ноябрь 2008 года). Но уже эти результаты выявили ряд важных проблем, которые наглядно показывают, что развитие системы стратегического планирования в Российской Федерации будет связано с целым рядом серьезных вызовов. Один из вызовов — встраивание системы местного самоуправления в общенациональный механизм стратегического планирования. Второй вызов — улучшение доступа к информации: мы обнаружили, что систематической информации по инвестпроектам нет ни у кого; люди не знают, что творится в соседнем околотке, а в этих условиях стратегическое планирование невозможно. Отсутствуют эффективные механизмы реализации стратегий, поэтому те очень часто просто обречены пылиться на полках. Наконец, есть большой риск превращения системы стратегического планирования в традиционное для России директивное планирование сверху вниз. Этот риск неизбежно возникнет, если не будет сформирована система диалога, обратной связи и взаимодействия с целью получения положительных сигналов о возможностях успеха и максимально быстрого на них реагирования и отрицательных сигналов — для фильтрации плохих идей. Последнее возможно только в рамках режима публичности и диалога, иначе плохие идеи успешно лоббируются через все централизованные структуры. Кроме того, необходимо создание механизма принятия решений по быстрому прекращению неудачных проектов. Если этого не происходит, огромные ресурсы омертвляются в неперспективных направлениях. В условиях снижения притока инвестиций эта тема особенно актуальна.

В идеале то, что мы хотели бы получить, — это стратегическое планирование, основанное на диалоге и координации действий. Такое планирование должно базироваться на единой информационной основе, и эта основа будет представлена на общероссийском форуме «Стратегическое планирование в регионах и городах России» («Территория—2020») 20—21 октября 2008 года в Санкт-Петербурге.

РОССИЙСКИЙ ГОРОД В КОНЦЕПЦИИ ДОЛГОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Вячеслав ГЛАЗЫЧЕВ

доктор искусствоведения,
председатель Комиссии
Общественной палаты
по региональному развитию

Ойковочиа • Полтка

OIKONOMIA • POLITIKA

Стратегии социально-экономического развития на федеральном уровне и, как следствие, на уровне субъектов федерации до настоящего времени имеют один принципиальный изъян: унаследовав советскую традицию размещения производительных сил, они не видят в городах основной ресурс развития страны. В действительности именно город является центром сосредоточения человеческого капитала, квалификаций и компетенций, необходимых на всех видах производства, которые не могут успешно функционировать без опоры на города.

Соответственно в инвестиционной политике, при несомненной значимости иных линий, ключевая роль должна принадлежать вложению ресурсов в оздоровление и прогресс городской инфраструктуры. К сожалению, большинством управленцев расходы такого рода воспринимаются как социальная «нагрузка», что в условиях демографического сжатия на длительный период ставит под вопрос реалистичность немалого числа намерений, обозначенных в Концепции долгосрочного развития Российской Федерации.

При расчете успешности проектов, заложенных в Концепции долгосрочного развития, обнаруживается, что как минимум половина этих проектов нереализуема из-за отсутствия людей с необходимыми компетенциями. По этой же причине в настоящее время выполнить в намеченные сроки любые генеральные планы на качественном уровне невозможно в принципе — нет возможности изучить и просчитать многие варианты рациональных решений, оценить вторичные последствия принимаемых решений.

Однако главная проблема заключается в другом: административная структура до сих пор считает субъектом развития именно себя, а не бизнес или город. Взяв на себя эту функцию, административная структура обрекает себя на построение химерических конструкций.

Действительно, демографическая «яма» и провал показателей прироста квалифицированных специалистов (имеющих как минимум качественное образование и опыт), которые сегодня характеризуют структуру российской действительности, создают весьма острую конкуренцию за таких людей между крупнейшими городами. Денежный фактор уже играет вторичную роль: стартовый оклад, который предлагается выпускникам российских вузов, сложно найти в Европе или в Америке. Ежегодно города-миллионники будут наращивать темпы «перетягивания» основного человеческого капитала, который способен обеспечить их развитие.

Сложно определить ту грань сокращения плотности энергии людей в пространстве города, за которой город теряет жизненные силы. Увидеть страну прежде всего как сеть городов — важнейшая задача управления государством, поскольку именно город стал «местом крепежа» проектов, инвестиций, точек развития.

Такой разворот сознания становится принципиальным: сегодня много говорят о постиндустриальной экономике, а фактически мы вошли в «градозависимую» экономику. От того, как город сможет обеспечить достойный образ жизни, энергетику взаимодействия людей, успех всех проектов будет зависеть в большей степени, чем даже от финансовых ресурсов.

Таким образом, в условиях обострения конкуренции крупнейших городских центров за компетентных специалистов и квалифицированную рабочую силу, на федеральную власть ложится сложная задача балансировки намерений ведомств и корпораций в реальном российском пространстве. Смягчить прогнозируемые тревожные последствия такой конкуренции без ограничения права людей на выбор места проживания, являющейся фундаментальной ценностью, можно лишь за счет повышенного внимания к перспективам развития средних городов — и не только тех, которые имеют особое геополитическое положение.

Наконец, принципиальное значение имеет политика развития малых городов, образующих базисный каркас российского расселения. Вся сложность этой политики ложится на региональные власти в их взаимодействии со стратегическими инвесторами. Лишь в особых, не столь многочисленных случаях малый город может стать опорным сервисным центром для туризма, а в большинстве своем это потенциальный сервисный центр для реконструируемого агропромышленного комплекса и — пока еще в виде исключения — место локализации малых предприятий, работающих по заказу крупных фирм, размещенных в крупных городских ядрах. Наиболее успешным образом такая политика может осуществляться в условиях агломераций или конурбаций (ассоциаций равноправных городов-партнеров), являющихся другой формой реализации стратегий межмуниципального сотрудничества.

Прогнозная демографическая ситуация ближайших двух десятилетий означает, что один малый город из трех обречен на деградацию или на замирание активности, что указывает на возрастание необходимости создания рамочных условий для самореализации до сих пор не задействованного социального капитала городских поселений. Для средних городов такая задача превращается в потребность сохранения энергии и талантов как зрелых поколений, так и молодежи. Но эта задача не становится проще в крупнейших городах, которые до настоящего времени не умеют, или не

имеют возможности, привлечь ресурсы университетских центров для решения проблем города, региона, макрорегиона.

Средние города оказываются в преимущественном положении, будучи опорой малых городов, в то время как деревня как явление давно отошла на задний план. Малые города — это шанс удержания на территории людей, которые без возможности контакта с ресурсами малого города с нее уйдут. Это шанс снижения нагрузки на средние и крупнейшие города — которую уже сегодня не выдерживает их изношенная инфраструктура и темп реновации которой сильно отстает от скорости старения.

В таких условиях сформировалась важнейшая миссия городов-миллионников, городов-метрополий — колонизаторская миссия, в подлинном, позитивном понимании этого слова, миссия повторной колонизации страны. Осуществить функцию колонизации территории, которая крепится на средних и малых городах, в силах только крупнейший город, поскольку концентрация человеческого капитала здесь достаточна для — как говорили предки — «умного делания».

Важно подчеркнуть, что города — участники развернувшейся конкурентной борьбы, которые вчера еще пребывали в несколько угнетенном состоянии, — имеют гораздо больше шансов на победу в предстоящие тяжелые, экономически кризисные годы. В этих городах — Перми, Иванове, Вологде, Туле — уже накоплена культурная энергетика, которая позволяет отбросить массу старых предрассудков и работать по-новому. Сегодня бесконечно важен диалог городских сообществ друг с другом, формирование городского гражданского общества. Те города, которые окажутся в лидерах взаимодействия с другими городскими сообществами, довольно серьезно изменят страну.

Итак, необходима продуктивная дискуссия с участием экспертных сообществ муниципалитетов, регионов и страны в целом по вопросу об изменении алгоритма работы над стратегическим планированием. До сих пор конструктивного диалога федеральной и региональной власти с городами и городскими сообществами не было.

РАЗВИТИЕ И КОНКУРЕНЦИЯ РОССИЙСКИХ АГЛОМЕРАЦИЙ

Наталья ЗУБАРЕВИЧ

доктор географических наук,
директор региональной программы
Независимого института
социальной политики,
профессор МГУ имени М. В. Ломоносова

Ойковочиа • Полтка

OIKONOMIA • POLITIKA

Развитие крупных городов становится сегодня важнейшим направлением регионального анализа и региональной политики. Все более очевидно, что традиционные оценки регионального развития неполны и неточны, поскольку регионы в них рассматриваются как точки, хотя речь идет о территориях с огромными внутренними контрастами, зачастую более резкими, чем межрегиональные. Роль центров развития регионов выполняют города, однако далеко не все, в различной степени и с разным качеством роста. В современной России сформировались четыре типа городов — центров роста¹:

- федеральные города Москва, С.-Петербург и их агломерации;
- прочие города-«миллионники»², в которых агломерационные и статусные преимущества, концентрация человеческого капитала заметно слабее;
- остальные города — центры регионов, развивающиеся под влиянием статусного фактора и концентрации населения;
- монопрофильные города с ведущими предприятиями крупных компаний, в основном экспортно ориентированных; их развитие обеспечено более высокими доходами бюджетов и населения, но не имеет устойчивого характера из-за влияния конъюнктуры мировых цен на сырье и полуфабрикаты.

¹ *Зубаревич Н. В.* Города как центры развития современной России // Городской альманах. Вып. 2. М.: Фонд «Институт экономики города». 2006. С. 103—108.

² По последней переписи «миллионников» было 11, последующее сокращение численности населения в некоторых из них можно не учитывать, так как оно не снижает роли этих городов как «точек роста».

Для развития страны важнейшую роль играют наиболее модернизированные города-«миллионники», включая федеральные. В них воздействие агломерационного эффекта (эффекта масштаба) максимально, в них же сконцентрировано почти 20% населения страны. Выигрывая конкуренцию с остальными городами России, крупнейшие города все сильнее конкурируют между собой. Однако условия неравные — две агломерации федеральных городов заведомо сильнее остальных «миллионников». Наиболее велик социально-экономический отрыв столицы — до сих пор принято говорить о Москве и об «остальной России». Тем не менее импульс роста и модернизации всегда и везде распространяется по иерархической системе городов — от крупнейших к менее крупным. Динамика этого процесса имеет разную скорость, некоторые города-«миллионники» растут и развиваются быстрее за счет преимуществ, обеспечиваемых базовыми факторами: экономическими ресурсами своего региона, выгодным местоположением, высокой концентрацией человеческого капитала, институциональными преимуществами и др. Влияние этих факторов определяет победителей и проигравших в конкурентной борьбе уже внутри группы «миллионников» и близких к ним по численности населения городов.

Тенденции развития и характер конкуренции крупнейших городов можно оценить, выделив три направления анализа: развитие группы «миллионников» по сравнению с лидерами — федеральными городами, различия внутри самой группы городов-«миллионников», роль каждого «миллионника» в своем регионе. Сформулируем эти направления в виде вопросов:

- Удастся ли группе городов-«миллионников» перетянуть на себя более существенную часть экономической активности и ресурсов, сгладив тем самым огромное отставание от федеральных городов, обладающих особыми преимуществами, прежде всего от Москвы?
- Насколько «миллионники» и близкие к ним по численности города различаются между собой по уровню социально-экономического развития, существует ли «разность потенциалов», отражающая результаты конкуренции между ними?
- Каковы перспективы развития агломераций городов-«миллионников» с учетом внутренних ресурсов их регионов?

К сожалению, российская статистика не позволяет оценивать развитие в границах агломераций, поскольку эти границы четко не определены, поэтому приходится ограничиваться анализом статистики городов.

Начнем с того, что привычный штамп «две столицы» — сильное преувеличение с экономической точки зрения. Сохраняющаяся сверхконцентрация экономических ресурсов в Москве обеспечивает ей устойчивое доминирование: на Москву приходится более 23% суммарного ВРП всех регионов (на С.-Петербург — менее 4% в 2006 году), причем за годы экономического роста эта доля увеличилась. Москва — единственный в стране крупный город постиндустриальной экономики, в структуре ее ВРП 80% составляют услуги, чрезвычайно высока концентрация торговли и платных услуг в столичной агломерации — 25—30% всего объема в стране (табл. 1). Концентрация инвестиций также остается высокой, хотя они перераспределились внутри агломерации: в конце 1990-х годов каждый шестой рубль инвестировался в Москву, а в 2006 году — каждый девятый, но с учетом инвестиций в Московскую область все осталось по-прежнему. Снижение доли столицы в объеме ввода жилья в последние годы имеет двойную природу — не только из-за активизации строительства в других городах, но и потому, что строительство переместилось из столицы в Московскую область, оставаясь в пределах агломерации, на долю которой приходится 20% ввода жилья в стране. На фоне

Т а б л и ц а 1

**Доля крупнейших городов в основных социально-экономических показателях России
за 2006 год (%)**

| | Москва | | С.-Петербург | | Прочие 11 «миллионников» | | Всего | |
|--------------------------|--------|----------|--------------|------|-----------------------------|------|-------|------|
| | 1998 | 2006 | 1998 | 2006 | 1998 | 2006 | 1998 | 2006 |
| Население | 7 | 7 (12)* | 3 | 3 | 9 | 9 | 19 | 20 |
| Инвестиции | 16 | 11 (17)* | 4 | 5 | 7 | 8 | 27 | 24 |
| Ввод жилья | 10 | 8 (20)* | 3 | 4 | 10 | 12 | 23 | 25 |
| Товарооборот торговли | 29 | 19 (25)* | 8 | 4 | 11 | 15 | 48 | 38 |

* С Московской областью.

столицы доля С.-Петербурга мала по всем индикаторам, и она немногим выше доли города в населении, замечен только рост инвестиций. Российский моноцентризм сохранился, и городам-«миллионникам по-прежнему трудно конкурировать со столичной агломерацией.

Тем не менее суммарный вклад 11 городов-«миллионников» растет. Во-первых, заметно вырос их вес в розничной торговле за счет прихода крупных торговых сетей и роста платежеспособного спроса. Во-вторых, постепенно увеличивается их доля в жилищном строительстве, что также указывает на рост доходов населения. Самая большая проблема «миллионников» — низкая доля инвестиций, она ниже доли этих городов в численности населения; их инвестиционная привлекательность остается невысокой.

Конкуренцию агломераций за человеческие ресурсы, как правило, выигрывают те, в которых заметно выше зарплаты. По данным статистики, преимущество Москвы не выглядит очень значительным: в 2006 году средняя заработная плата в столице составляла 18 тыс. руб., а в других крупнейших городах — от 14 тыс. руб. в Екатеринбурге и 13 тыс. руб. в Перми до 10 тыс. руб. в Казани, Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону и Краснодаре. Но при этом душевые доходы населения Москвы были почти вдвое выше средней заработной платы, что объясняется явным недоучетом скрытой оплаты труда. В результате Москва, как и прежде, сохраняет большой отрыв по доходам, притягивая трудовых мигрантов из регионов, а различия между прочими крупными городами несущественны и пока не играют роли в межрегиональной конкуренции за рабочую силу, хотя и остаются значимым фактором притяжения трудоспособного населения своего региона.

Для того чтобы агломерация была привлекательной для своих жителей и мигрантов с высоким человеческим капиталом, она должна иметь более качественную социальную среду, которая формируется за счет более модернизированного населения. Модернизацию во многом обеспечивает высокий уровень образования, индикатором которого может служить доля имеющих высшее образование среди городских занятых (по данным последней переписи). Точность данного индикатора невысока, так как он доступен только в разрезе занятого городского населения всего региона и потому зависит от расселения. Тем не менее картина региональных различий очень показательна: ни один из регионов с крупными агломерациями (таких регионов больше всего в Поволжье и на Урале) не выделяется высокой долей занятого городского населения с высшим образованием (рис. 1).

Это следствие советской сверхиндустриализации Урала и Поволжья, обусловившей доминирование работников со средним профессиональным обра-

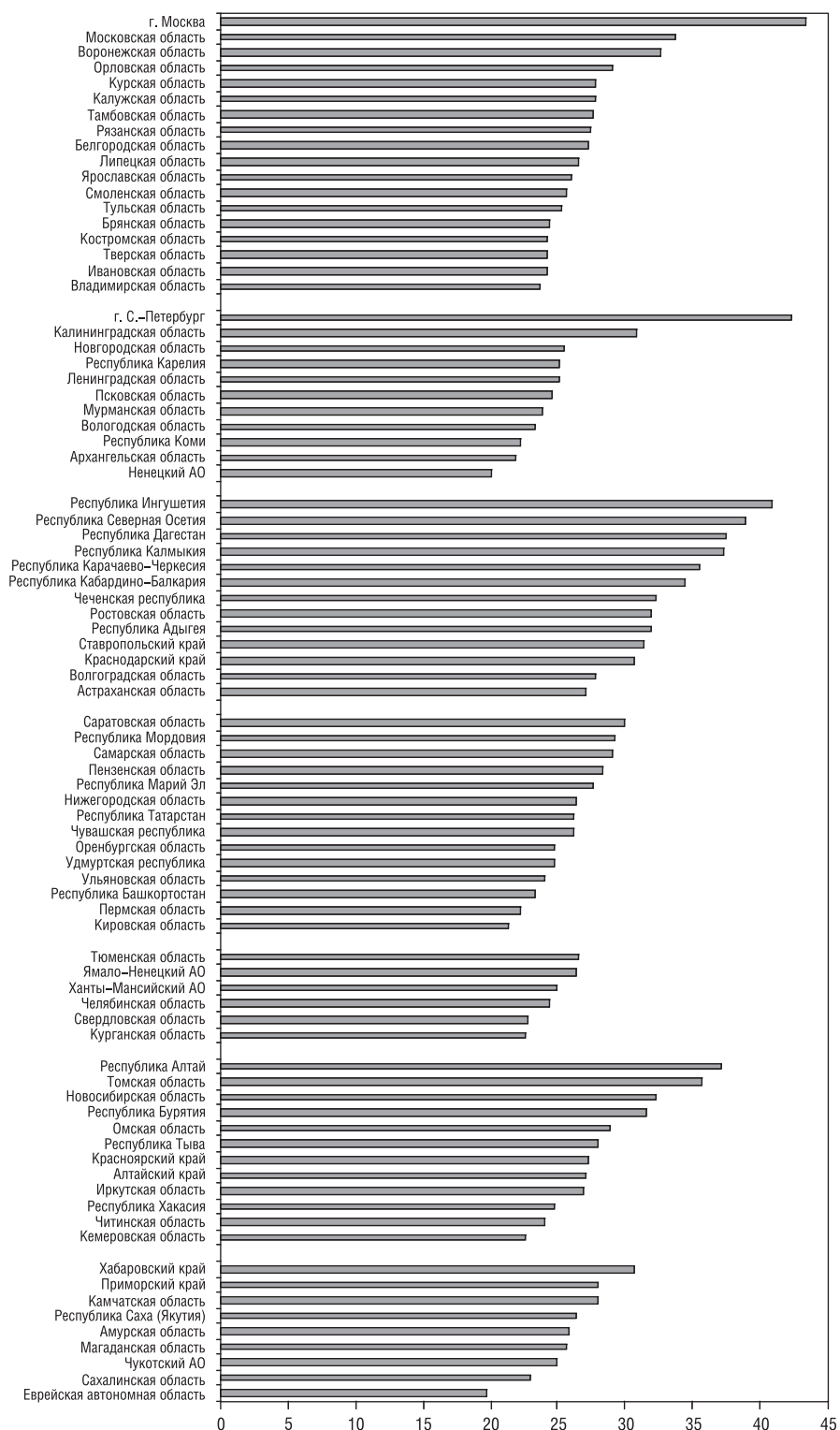


Рис. 1. Доля имеющих высшее образование среди занятого городского населения субъектов РФ (% по данным переписи 2002 года)

зованием. На этом фоне Москва и С.-Петербург сильно опережают остальные регионы своих федеральных округов и всей страны. Высокие показатели слаборазвитых республик ЮФО и Сибири объясняются доступностью низкокачественного платного образования и значительной безработицей (безработные в основном имеют невысокий уровень образования). Среди остальных субъектов РФ по качеству городского населения выделяются не регионы с городами-«миллионниками», а регионы с ведущими вузовскими центрами страны, например Томская область. Таким образом, конкурентное преимущество в виде более высококачественного человеческого капитала и модернизированной социальной среды присуще федеральным городам, для городов-«миллионников» оно ограничивается границами своего региона, а между этими городами заметных различий нет. Это означает, что человеческий капитал не обеспечивает явных сравнительных преимуществ в конкуренции «миллионников» между собой, за исключением Новосибирска.

В отличие от незначительных различий в заработной плате и качестве населения, экономические показатели, отражающие платежеспособный спрос на жилье и потребительские товары, различаются по крупнейшим городам существенно — в 5 и более раз. Помимо «миллионников» на рис. 2 представлены другие крупные города, которые составляют им серьезную конкуренцию. По двум индикаторам явным лидером является Краснодар благодаря ускоренному росту экономики Юга. Особые преимущества, связанные с подготовкой к Олимпиаде, в 2006 году едва начинали проявляться, поэтому на перспективу можно уверенно прогнозировать дальнейшее ускорение развития Краснодара и Ростова-на-Дону. Из городов Урала выделяется Екатеринбург — благодаря концентрации финансовых ресурсов большой Свердловской области и динамичному росту ее экономики, обусловленному ростом цен на экспортируемые металлы. В Поволжье лидирует Казань, также концентрирующая доходы крупной и развитой нефтедобывающей республики, но наряду с этим получившая существенные федеральные инвестиции. Наиболее проблемным в 2006 году было развитие рынка жилья в Самаре, это связано с институциональными причинами. Сверхнизкие показатели товарооборота торговли в Новосибирске объясняются медленной модернизацией этой отрасли; в городе все еще доминируют открытые рынки и, как следствие, явно недоучитывается товарооборот торговли. «Рывок» Красноярска обеспечен политикой региональных властей, но, чтобы понять

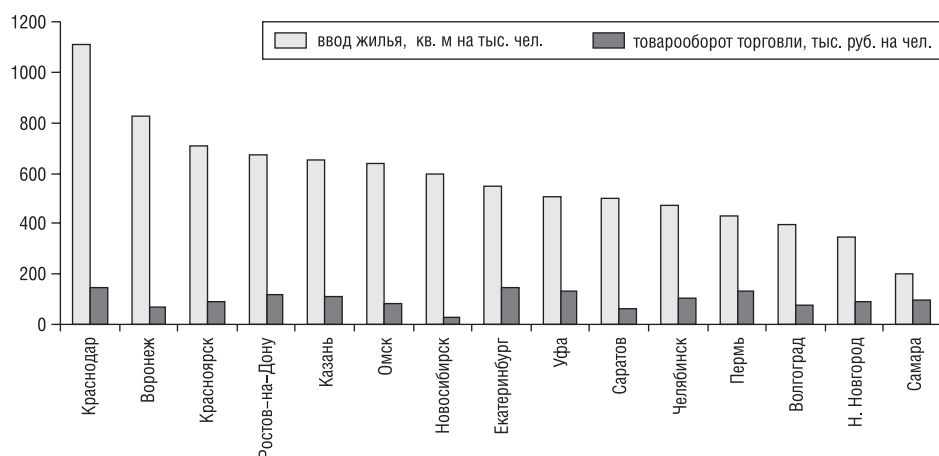


Рис. 2. Душевые показатели ввода жилья и товарооборота розничной торговли в 2006 году

его устойчивость, потребуется время. В целом «миллионники» Поволжья, Урала и Сибири не только отстают от федеральных городов, но получают сильных конкурентов в виде крупных городов Юга.

Сравнение душевых инвестиций в основной капитал, в том числе из бюджетных источников (рис. 3), позволяет оценить перспективы роста. По душевым инвестициям Москва не имеет большого отрыва, но с учетом численности ее населения объем инвестиций намного больше, чем в других городах, причем более трети всех инвестиций обеспечивает гигантский столичный бюджет (ранее его доля превышала 40%). Санкт-Петербург в 2006 году проигрывал Краснодару и Казани, несмотря на финансовую поддержку федеральных властей, на усилия мэрии по привлечению инвесторов, пополнение городского бюджета за счет смены юридических адресов крупных корпораций. При этом в столице Татарстана треть инвестиций также шла из бюджетных источников. В 2007 году объем инвестиций в Санкт-Петербург вырос почти вдвое, но пока нет данных об их структуре. В 2006 году она была уникальной — инвестиции из федерального бюджета преобладали над инвестициями из городского (18 и 14% соответственно). Понятно, что особое отношение федеральных властей к тому или иному субъекту РФ (ранее — к Татарстану, в последние годы — к Санкт-Петербургу) усиливает конкурентоспособность этих городов и регионов, хотя трудно назвать такую конкуренцию честной. Но федеральные власти не могут создавать с нуля векторы развития, даже если очень захотят. Росту инвестиций на Юге способствовали объективные преимущества местоположения, в 2006 году подготовка к Олимпиаде еще не влияла на этот показатель. Выше показатели и в некоторых городах-«миллионниках» (Пермь и Уфа), сохранивших промышленную специализацию с высокими душевыми показателями производства промышленной продукции. В них инвестиции в основном частные и идут преимущественно в промышленность, а не в инфраструктуру и сектор услуг. Остальным городам труднее конкурировать с лидерами, тем более в неравных условиях, создаваемых федеральным центром.

Устойчивость развития агломераций крупнейших городов связана не только с сектором услуг, но и с промышленностью. В период кризиса их доля в промышленном производстве своего региона сократилась, но в 2000-е годы стабилизировалась. При этом душевые показатели промышленного произ-

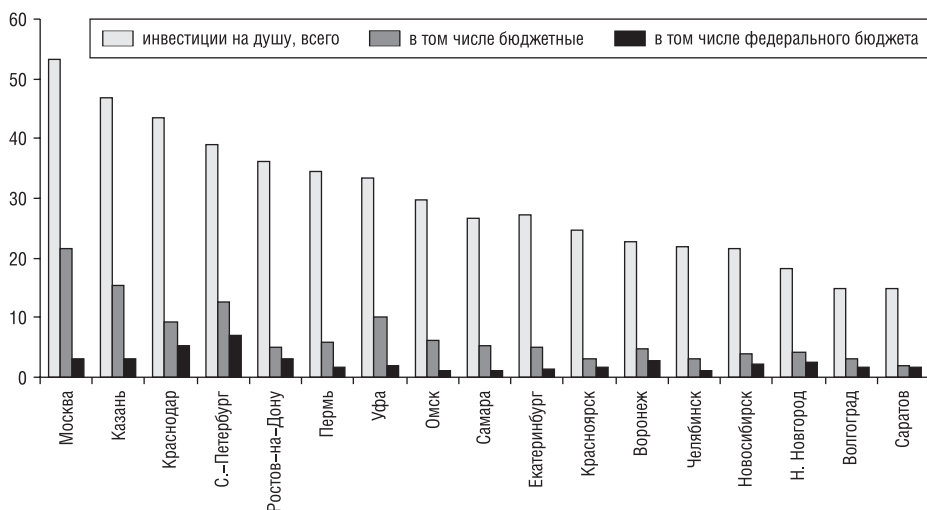


Рис. 3. Душевые показатели инвестиций в 2006 году (тыс. руб. на человека)

водства в крупнейших городах различаются в 3—5 раз — от максимальных в нефтеперерабатывающих центрах (Уфе и Перми) до минимальных в Казани, Воронеже, Краснодаре и Новосибирске. В большинстве «миллионников» изменилась структура промышленности и рынков сбыта: быстрее всего развивались пищевая промышленность и другие отрасли, обслуживающие рынок самих городов-центров и своего региона. Новый этап промышленного развития — импортозамещающий. Благодаря сочетанию торговых, инфраструктурных и промышленных функций формируется более устойчивый экономический ландшафт крупных региональных столиц, что в целом повышает их конкурентоспособность.

По данным статистики сложно оценить конкуренцию крупнейших городов, но можно сказать, что она еще пребывает в зачаточном состоянии. Эти города слабо различаются на фоне Москвы, собирающей все преимущества в сверхконцентрированном виде. Подавляющему большинству «миллионников» и близких к ним по численности городов явно не хватает финансовых и инвестиционных ресурсов, многим — человеческого капитала, далеко не все из них притягательны для мигрантов, нельзя назвать критическим дефицит трудовых ресурсов. Более вероятно ускоренное развитие крупных городов Юга и Екатеринбурга; для Казани пока неясна возможность ускоренно развиваться без особой федеральной поддержки Татарстана. Наиболее явно недоиспользован имеющийся потенциал Самаро-Тольяттинской агломерации, остальные «миллионники» также нуждаются в улучшении институциональных условий.

На развитие крупнейших городов будет влиять еще один базовый фактор — возможность концентрации человеческих ресурсов своего региона и экономической активности. Для некоторых агломераций, например Самаро-Тольяттинской, такая возможность уже почти исчерпана, концентрация близка к предельной (табл. 2). В агломерациях регионов Юга и республик

Т а б л и ц а 2

Доля городов (агломераций) в показателях своего региона в 2006 году (%)

| | Численность населения | Численность занятых | Обрабатывающая промышленность | Ввод жилья | Оборот розничной торговли | Инвестиции |
|--------------------------------|-----------------------|---------------------|-------------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Краснодар | 15 | 24 | 18 | 32 | 41 | 31 |
| Уфа | 25 | 25 | 55 | 31 | 57 | 43 |
| Ростов—Батайск | 27 | 34 | 51 | 55 | 53 | 38 |
| Казань | 30 | 33 | 26 | 41 | 57 | 33 |
| Екатеринбург | 31 | 37 | 19 | 57 | 66 | 34 |
| Челябинск | 31 | 36 | 34 | 42 | 58 | 38 |
| Красноярск | 32 | 34 | 24 | 73 | 57 | 29 |
| Пермь | 36 | 39 | 61 | 59 | 75 | 55 |
| Воронеж | 40 | 52 | 60 | 64 | 67 | 66 |
| Саратов—Энгельс | 40 | 53 | 68 | 67 | 64 | 42 |
| Нижний Новгород—Дзержинск | 45 | 54 | 38 | 55 | 74 | 39 |
| Волгоград—Волжский | 51 | 62 | 90 | 72 | 80 | 64 |
| Новосибирск | 53 | 64 | 72 | 77 | 81 | 77 |
| Омск | 56 | 62 | 95 | 80 | 91 | 73 |
| Самара—Тольятти—Новокуйбышевск | 62 | 73 | 86 | 54 | 85 | 66 |

незавершенный процесс урбанизации позволяет прогнозировать дальнейшую и значительную концентрацию населения и экономики в крупнейших городах. На Урале и, отчасти, в Пермском крае многочисленные монопромышленные города также будут в перспективе поставлять человеческие ресурсы крупнейшим агломерациям, хотя и с меньшей скоростью, чем традиционные миграции из села. Возможности дальнейшей концентрации людей и экономики — значительный ресурс в конкуренции крупнейших городов между собой, и здесь выигрывают Юг и республики.

Хотя возможности развития крупнейших городов (агломераций) различаются, очевидно, что других важнейших центров модернизации в стране пока нет и не предвидится, как минимум в среднесрочной перспективе. Если это так, то главная задача федеральных и региональных властей — поддержать естественные факторы роста этих городов, уже проявившиеся в период экономического подъема. Прежде всего — общим улучшением инвестиционного климата и точечными госинвестициями в инфраструктуру, поддержкой инновационных социальных программ, направленных на рост человеческого капитала, отказом от дальнейшей централизации всего и вся. И тогда импульс роста и модернизации будет распространяться нормальным эволюционным путем — от крупнейших центров к периферии.

Можно ли помочь формированию столь необходимых стране крупных агломераций в условиях депопуляции? Демографических ресурсов для этого почти нет, большую часть миграционных ресурсов «приватизировала» крупнейшая Московская агломерация. Власти предпринимают попытки использовать административный ресурс, надеясь с его помощью сформировать агломерации на базе крупных городов и расположенных неподалеку городов меньшего размера. Мировой опыт показывает, что эту задачу не следует решать путем административного объединения крупных городов с прилегающими территориями; и вообще объединительные идеи малопродуктивны. В развитых странах агломерации существуют, не будучи административными единицами; территорию объединяют маятниковые трудовые миграции и тесные экономические взаимосвязи.

Агломерационный эффект хорошо изучен в региональной науке³, и давно доказано, что агломерации формируются естественным путем — «мотором» служит возможность снижения издержек бизнеса и обеспечение лучших условий для удовлетворения спроса потребителей. Государство может помочь формированию агломераций, вкладывая ресурсы в инфраструктурные проекты, стимулируя интеграцию экономики и рынков труда близлежащих городов. Для этого не нужно объединять муниципалитеты в некую административную «агломерацию», требуется лишь снизить барьеры, мешающие экономической интеграции. К сожалению, в России само государство создает барьеры для формирующихся агломераций, жестко предписывая муниципалитетам ограниченный круг полномочий и тем самым ограничивая свободу развития. В результате усиливается действие и институциональных, и демографических факторов, тормозящих развитие агломераций.

Модный ныне «проектный подход» вместо расшивки институциональных барьеров предлагает порой абсурдные решения. На грани разумного и фантастического балансирует проект агломерации Владивостока с Находкой и Уссурийском, до которых «всего лишь» 100—150 км по по безлюдным автодорогам депопулирующего края. Еще более яркий пример — проект «агло-

³ См., например: *Fujita M., Krugman P., Venables F. J. The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade. Cambridge, MA: The MIT Press, 2000.*

мерации» Вологда—Череповец. Можно потратить много денег на то, чтобы построить шикарный автобан между трехсоттысячной Вологдой и трехсоттысячным Череповцом, разделенными сотней километров, но агломерации все равно не получится. Это не региональная политика, а закапывание бюджетных денег. Именно такие проекты дискредитируют жизнеспособные механизмы инфраструктурной поддержки. Приходится еще раз напомнить, что не бывает искусственных агломераций, их невозможно создать волевым усилием, не имея базовых предпосылок.

Естественные тенденции пространственного развития будут и дальше стягивать население в крупные города и их пригороды. При создании благоприятных институциональных условий для бизнеса он сам экономически свяжет пространство, ведь агломерационный эффект снижает экономические издержки. Что нужно для ускорения процессов формирования агломераций?

- во-первых, необходимо снять административные и институциональные барьеры, как в сложившихся агломерациях (между Москвой и Московской областью), так и в формирующихся (например, Самара—Тольятти), где амбиции региональных и муниципальных властей препятствуют процессу территориальной интеграции;
- во-вторых, нужны масштабные инвестиции государства в транспортную и городскую инфраструктуру, без этого пространство не «сшивается»;
- в-третьих, необходимы инвестиции в качественное образование для модернизации городского социума и социальной среды;
- в-четвертых, нужно регулировать процесс развития агломераций методами городского планирования, определяя их планировочную структуру и зоны с разным статусом (селитебные, производственные, рекреационные), выделяя резервные территории для развития.

Однако важнейший компонент институциональной политики — стимулирование горизонтальных связей для принятия согласованных решений по развитию территории. Механизмы согласований продуктивно работают в Большом Париже или в Лондоне, но пока нереализуемы в Москве и Московской области, в других формирующихся агломерациях. Застарелой проблемой России остается неразвитость горизонтальных связей, которые и скрепляется пространство. Раньше или позже придется эту проблему решать, используя «кнут и пряник». Не преодолев институциональные барьеры, сложно создавать и развивать имиджевую политику, которая в развитых странах усиливает конкурентные преимущества агломераций.

ГАРДАРИКА СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

Надежда КОСАРЕВА

кандидат экономических наук,
президент фонда
«Институт экономики города»

Оικονομία • Πολιτικά

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • POLITIKA

Города — это не дома, а люди.

В. Шекспир

Перспективы развития городов — тема, которая традиционно находится в центре внимания Института экономики города. Но наш интерес к городу как к некоему специфическому объекту долгое время никто не разделял, и лишь совсем недавно, а именно на IV Пермском экономическом форуме, который прошел в сентябре этого года, мы почувствовали, что этот интерес взаимный.

Еще в Средние века было замечено, что «воздух города делает человека свободным». Мне кажется, эта формула должна лечь в основу развития российских городов в XXI веке, тем более что Россия как была, так и осталась Гардарикой — страной городов. В Российской Федерации 1095 городов, в которых проживает 73% населения, из них 167 городов с населением более 100 тысяч человек. То есть Россия не только страна городов, но и страна городов достаточно крупных.

Но если проанализировать динамику развития 10 крупнейших городов России с начала прошлого века, то окажется, что, например, в 1900 году в этот список входили Саратов, Астрахань и Тула, а сегодня, к сожалению, они из него выпали. Пермь в 1989 году тоже входила в десятку — теперь не входит. Что же будет, по нашим прогнозам, в 2025 году? Об этом — в конце статьи.

В «Городском манифесте», своеобразном программном документе, который был подготовлен в 2005 году к юбилейной конференции, посвященной 10-летию со дня основания Института экономики города, мы попытались представить город как совокупность семи тесно взаимо-

связанных подсистем: город как люди, город как пространство, город как инфраструктура, как фабрика общественных благ, как успех для бизнеса, как идеи и как развитие. Рассмотрим последовательно все эти элементы.

Итак, *город — это люди*. Самая важная подсистема. Тема конкуренции российских городов за людей в условиях депопуляции России становится очень важной. Что в первую очередь необходимо понять? Город — это люди не просто как трудовые ресурсы, не как численность населения, а как местное сообщество, которое является выразителем активной жизненной позиции по преобразованию своей городской среды и в конечном счете — двигателем всего городского развития. Однако эта движущая сила на данный момент у нас отсутствует. Наш горожанин не является гражданином своего города (хотя слова «горожанин» и «гражданин» произошли от одного корня), и этот фактор общественной самоорганизации сегодня, к сожалению, еще не работает. Конкуренция городов за горожан-граждан и станет, на мой взгляд, основным трендом в ближайшие годы.

Город как пространство. Во многих российских городах уже приняты правила землепользования и застройки — это элемент современной методологии управления городским пространством, инструмент правового регулирования того, как должен развиваться город с точки зрения местного сообщества. Этот инструмент, с одной стороны, обеспечивает защиту прав инвесторов и собственников, с другой — отражает прогнозируемое и выраженное в публичных регламентах перспективное видение городского развития. Пространственное развитие города отражается не только в территориальном развитии — существует еще и проблема взаимодействия горожанина непосредственно с городской средой, которая не должна отчуждаться от человека. А ведь именно это происходит, например, когда на городской набережной или на площади (то есть в тех местах, которые должны быть проникнуты духом общественного пространства, духом взаимодействия) размещаются промзоны.

Город — это инфраструктура. Утверждение само по себе очевидное — именно степень развитости инфраструктуры, этой сложнейшей технологической конструкции из дорог, коммуникаций, сетей и т. д., является индикатором доступности и качества городской среды. К сожалению, в последние годы наши города отказались от комплексного подхода к развитию своей инфраструктуры, и это было отдано на откуп бизнесу, которому говорят: «Хочешь строить жилье — строй дороги, коммуникации, вплоть до объектов социальной инфраструктуры». При этом муниципалитеты забывают, что ряд коммуникаций является каркасом городского развития, и утрачивают важнейший рычаг влияния на это развитие. Проблему можно решить только через восстановление комплексного подхода со стороны муниципалитетов к развитию инфраструктуры, например через возрождение муниципальных программ развития коммунальной инфраструктуры, через общее регулирование процесса подсоединения к ней застройщиков, что делает их экономически заинтересованными в развитии города.

Город — это фабрика общественных благ. Только там, где возникает общий водопровод, где всем без исключения доступны парки, школы, университеты, — только там и начинается городская жизнь. Мне представляется, что в ближайшие десятилетия исход конкуренции городов будет определяться именно качеством общественных благ, требования к которым повсеместно возрастают. Сегодня же наблюдается явный отрыв городского развития от предоставления городом общественно значимых услуг — об этом, например, свидетельствует расхождение между объемами жилищного строительства и обеспеченностью населения основными элементами общественных услуг.

Город — это успех для бизнеса, хотя их интересы сплошь и рядом не совпадают. Ведь, как утверждают классики экономической науки, если для города рост заработной платы — это источник благосостояния, то для предприятия — производственные издержки. Более того, подчас цели города и бизнеса бывают диаметрально противоположными, что может привести к конфликтам, например в сфере экологии. Почему так важно найти баланс интересов города и бизнеса? Потому что это позволит избежать двух бытующих сегодня крайностей. Первая крайность — это когда наши города существуют в форме «комбинатов», когда над всем доминирует производство, вторая — когда наши управленцы становятся «крепкими хозяйственниками», полностью погружаются в местный бизнес и начинают там доминировать. Примерами разного отношения города к бизнесу могут служить три городских сайта: сайт Петербурга, где детально расписана вся информация для инвесторов, сайт Перми, где начато построение такой системы, и абсолютно «слепой» сайт Читы, где слово «инвестор» просто отсутствует.

Город — это идеи. Сегодня именно способность производить и потреблять инновации является основным источником и ресурсом развития наших городов. К счастью, богатейший человеческий потенциал в российских городах по-прежнему существует. По оценке социолога Ричарда Флориды, занимающегося изучением креативного класса — «людей, которые меняют будущее», по общему количеству таких людей Россия стоит на втором месте после США. А вот по доле креативного класса в трудовых ресурсах мы занимаем уже 16 место в мире, по способности использовать этот креативный класс, трансформировать его идеи в конкретные инновации — лишь 25-е. То есть мы пока не можем использовать креативный ресурс, который есть в наших городах, причем он сосредоточен всего в 40 городах России, из которых 10 — это города-лидеры, наукограды и ЗАТО.

В пользу того, что город — это идеи, говорит и такой пример. Города сегодня охотно начали заниматься брендингом — созданием и продвижением своего имиджа, который порой становится важнее того, что реально происходит в городе. В 2006 году при составлении «Рейтинга брендов городов мира», разработанного Саймоном Анхольтом и проводимого в рамках исследования компании GMI, крупнейшего в мире поставщика комплексных решений для международных маркетинговых исследований, жители разных стран должны были с различных позиций оценить 60 городов, во многих из которых они даже не бывали. То есть между собой конкурировали именно бренды — в чистом значении этого слова. К сожалению, Москва в этом рейтинге заняла 48 место, Санкт-Петербург — 40-е, так что нам еще предстоит поработать над созданием привлекательного для людей имиджа наших городов.

Город — это развитие. Понятно, что без общего видения перспектив дальнейшего развития наших крупных городов вряд ли возможно. И главное — это развитие должно носить взаимосвязанный характер. Во многих российских городах, которые сегодня активно работают над стратегиями развития, идут интеллектуальные споры о том, что важнее, чему отдать приоритет — социально-экономической стратегии, пространственной или какой-либо иной. На самом же деле все они должны быть взаимоувязаны, поскольку одно вытекает из другого и одно согласуется с другим: и социально-экономическое планирование, и территориальное планирование, и бюджетное планирование (тем более что мы переходим к долгосрочному планированию), и планирование развития инфраструктуры.

К сожалению, настораживают разрабатываемые Минрегионом подходы к социально-экономическому, отраслевому, территориальному планирова-

нию и т. п. Может случиться так, что при некоторых подходах невозможно будет ни увидеть город в развитии, ни обозначить перспективы этого развития — если Минрегион захочет все четко выстроить сверху вниз: сначала федеральная стратегия социально-экономического развития, отраслевые стратегии и схемы территориального планирования Федерации, регионы действуют только в заданных сверху пределах, муниципалитеты же, в свою очередь, — в пределах, заданных регионами. Такая схема, конечно, не будет способствовать развитию городов — наоборот, она приведет к потере источников и центров развития. Концептуально самым правильным, я считаю, было бы идти снизу вверх. Но в реальности, скорее всего, это будет процедура взаимодействия и кооперирования.

Помимо осознания своего места внутри страны, российским городам хорошо было бы начать видеть себя и на карте мира. Город во вселенском масштабе доминирует в модели будущего развития человечества, и несколько десятков городов уже сегодня начинают определять глобальную политику. Это так называемые *world cities* — города мира, или глобальные города, которые отличаются признаками конкурирования независимо от национальных границ. В число 55 сформировавшихся глобальных городов, по данным специальной исследовательской сети, из российских городов сегодня входит только Москва, а в число 67 формирующихся глобальных городов — Санкт-Петербург. Если представить себе карту размещения глобальных городов, то между Москвой и Азией мы обнаружим пустоту, разрыв. Это место российских городов на карте глобальных городов мира. Пока их там нет, но они непременно должны там появиться.

А закончить я хочу, как и обещала, прогнозом Института экономики города относительно крупнейших городов России в 2025 году. Третий город в этом списке, после Москвы и Петербурга — Казань.

СОВРЕМЕННЫЙ ГОРОД: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ

Аркадий КАЦ

глава администрации г. Перми

Оikonoμia • Πολιτικά

• OIKONOMIA • POLITIKA

Прежде чем сформулировать важнейший стратегический вызов для Перми — города-миллионника, одного из крупнейших городов Урала и Приволжского федерального округа, хотелось бы обратить внимание на некоторые его показатели в сравнении с городами-конкурентами: Екатеринбургом, Челябинском, Казанью, Уфой, Самарой и Нижним Новгородом.

В первую очередь следует отметить основные показатели инвестиционного и социально-экономического развития. По инвестициям в основной капитал на душу населения и по уровню среднемесячной заработной платы Пермь занимает второе место среди названных городов, по бюджетной обеспеченности на душу населения находится на первом месте. Это позволяет из года в год увеличивать финансирование образования, здравоохранения, культуры, эффективно работая в интересах жителей города.

На вопрос, является ли такое положение дел достаточным условием успешности и привлекательности города, могут дать ответ сами люди, жители, принимая решение о выборе места жительства, о рождении и обучении детей. И здесь наблюдается другая картина. Динамика численности населения города отрицательная, и в этом отношении Пермь уступает всем вышеперечисленным городам. Отток населения происходит не только за счет естественной убыли населения — в этом смысле Пермь идет в русле развития других городов — и России в целом. Город Пермь имеет также отрицательное сальдо миграции и занимает по данному показателю последнее место среди семи городов-конкурентов.

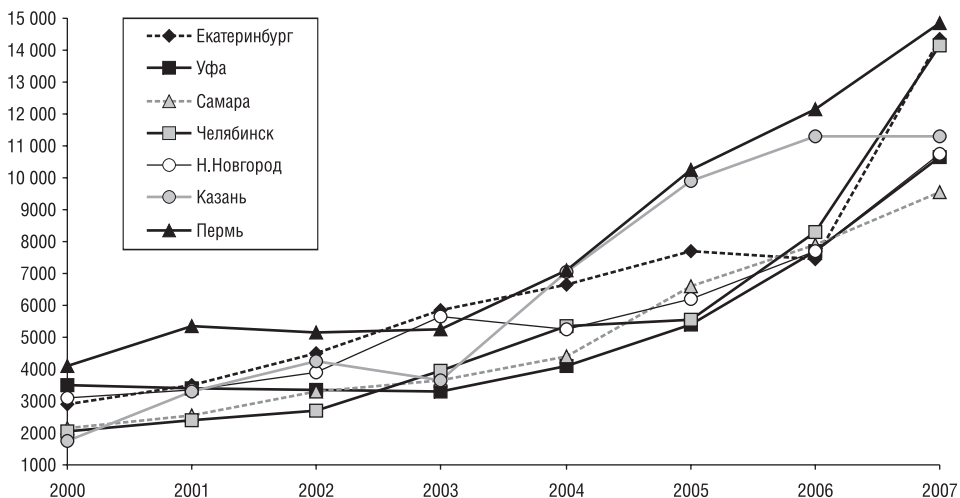


Рис. 1. Динамика бюджетной обеспеченности городов России (руб./чел.)

И сегодня нельзя игнорировать тему миграции, которая вышла на уровень городской политики и требует серьезного внимания.

На протяжении последних лет из Перми ежегодно уезжают около 8 тыс. человек, большую часть из которых составляют наиболее образованные, амбициозные и успешные люди. Отличительной тенденцией пермской миграции можно считать детскую миграцию, которая ранее была обусловлена сменой места жительства родителей, а сейчас является следствием принятия решения о получении качественного образования в других городах или странах.

Таким образом, экономический рост, материальный достаток не являются сегодня определяющими для миграционных тенденций. Важно понять, что может предложить людям город помимо материального достатка, и это главный вопрос, на который необходимо найти ответ.

Основы экономики и структуры занятости города заложены в 1940—1970-е годы, когда были созданы основные предприятия. Численность населения Перми за 30 лет увеличилась в 5 раз благодаря миграционному потоку. В эти годы были заложены основы материального благополучия, которым город пользуется и по сей день. Многие созданные в те годы предприятия нашли свое место в рыночной экономике, доказав свою жизнеспособность. Несмотря на ограниченные возможности роста, на этих предприятиях принимаются новые технологические и управленческие решения, что позволяет им оставаться главным городским промышленным ресурсом.

В постсоветский период не были открыты новые точки роста. Возможности, связанные с формированием нового административного, политического, культурного, религиозного каркаса страны, были более выгодно использованы другими городами. Нижний Новгород и Екатеринбург стали центрами федеральных округов; при этом в основе стратегии Нижнего Новгорода заложен принцип территориальной близости к Москве, что позволяет городу «работать на ее интересы». Казань стала признанным культурным, духовным центром мусульман России.

Обладающая огромным потенциалом, Пермь имеет недостаточно точек его реализации, которые могли бы послужить стимулом для его дальнейшего роста.

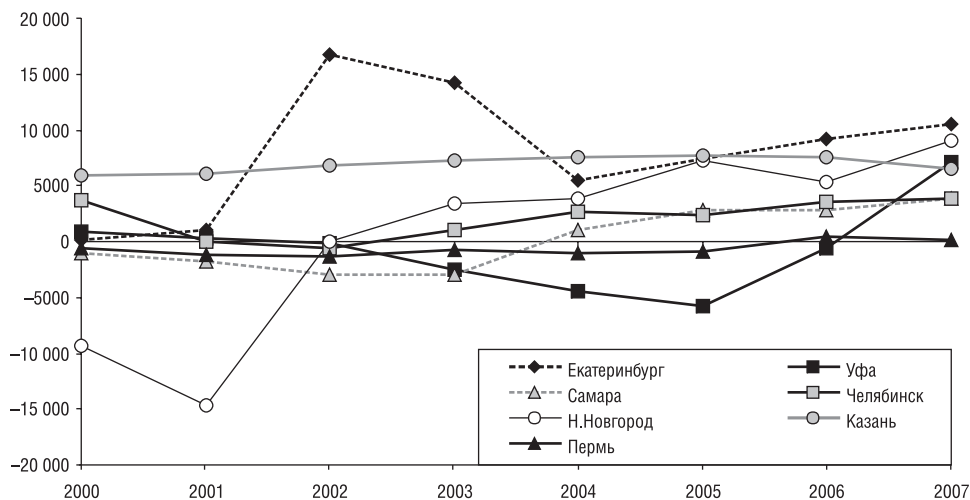


Рис. 2. Динамика миграционного сальдо городов России (тыс. чел.)

Важно понять, в чем именно кроется «свое лицо» города, а также определить векторы его будущего развития. В этом вопросе скрыт главный городской конфликт.

Выход в решении данного конфликта — это не просто движение, а, скорее, прорыв города в сторону новой экономики. Нужно создавать точки притяжения для идей, людей и новой перспективной работы.

В Перми — традиционном старопромышленном городе — термин «новая экономика» всегда воспринимался с некоторой настороженностью, как противопоставление экономике традиционной. По сути такого противопоставления не существует, поскольку новая экономика появится в городе только после изменения качества существующих традиционных отраслей.

Приведем несколько примеров. В области энергетики приход в Пермь ЗАО «Комплексные энергетические системы» ознаменовал переход к новому качеству управления, к созданию новых рабочих мест в сфере интеллекта и управленческих технологий.

В области коммуникаций компания ЗАО «Эр—Телеком», имея центр в городе Перми, основала общероссийский телекоммуникационный холдинг. Вышла на российский рынок крупная пермская компания ЗАО «Прогноз». В строительстве многие компании, такие, например, как ЗАО «Камская долина», стали крупными девелоперскими компаниями, реализующими совершенно новые задачи в сфере экономики. В области здравоохранения Институт сердца становится сегодня инновационным центром, способным привлечь квалифицированных специалистов и создать новые рабочие места. Таким образом, процессы формирования «новой экономики» уже начались в нынешней Перми. При всех различиях отраслевой принадлежности их объединяет один важнейший момент — добавочная стоимость создается не традиционными факторами, которые уже практически исчерпаны, не землей и капиталом, а знаниями, накопленным человеческим потенциалом.

Таким образом, с одной стороны, «новая экономика» — это решающий фактор для развития и привлечения человеческого потенциала. С другой стороны, концентрация человеческого потенциала в определенном месте порождает новые идеи и «новую экономику». Это два взаимосвязанных

процесса, поэтому необходимым условием развития города является рост человеческого потенциала.

Для этого необходимо понимание управления процессом развития и привлечения человеческого потенциала, миграционными процессами как ключевым конкурентным преимуществом.

Говоря об увеличении человеческого потенциала, следует говорить о людях с принципиально новыми стандартами профессионализма, мобильности, коммуникативности, знаний. Эти люди, как правило, склонны к перемене мест работы и проживания. В этом смысле основу роста человеческого потенциала формирует миграция, которую мы понимаем не столько как перемещение дешевой рабочей силы, а в большей степени как передвижение профессионалов. Такой тип миграции сегодня становится реальностью, и власть должна быть готова к тому, что люди уезжают и возвращаются в новом качестве.

Современные миграционные потоки уже сегодня играют огромную роль в жизни Перми. Город стал стартовым местом формирования сильных управленческих кадров: министр природных ресурсов Российской Федерации Юрий Трутнев, генеральный директор «Лукойл—Оверсис» Андрей Кузьяев, директор Вашингтонского балета Марат Даукаев, начальник Центрального спортивного клуба армии Сергей Кушенко, один из ведущих футболистов питерского «Зенита» и российской сборной Константин Зырянов и другие. Их вклад в жизнь города и края трудно переоценить.

В то же время в Пермь приезжают люди, которые работают на ее территории и занимают серьезные ключевые позиции в управлении: генеральный директор «Лукойл—Пермь» Александр Лейфрид, исполнительный вице-директор ЗАО «КЭС» Андрей Макаров, генеральный директор ОАО «Порт Пермь» Марек Кинцл и другие. Из 34 крупных пермских компаний 14 возглавляют иногородние директора.

Многие из тех, кто уехал, не прекращают сотрудничество с краем. Лучший пример — формирование и деятельность Пермского землячества в Москве. Многие из тех, кто приехал, остались здесь, приобрели дома, у многих здесь родились дети.

Совершенно очевидно, что управлять миграцией — задача непростая. Люди будут выбирать лучшие города. Поэтому перед городом поставлена нелегкая цель — стать лучшим городом России. Важно только понять, в чем город способен конкурировать, а в чем ему и конкурировать не стоит. Бесплезно тягаться с Москвой, с Петербургом по качеству жизни, сервису услуг.

Мы предлагаем рассматривать Пермь как лучшую стартовую площадку для роста карьеры и личной капитализации.

Для реализации этой цели необходимы: достойные системы образования, здравоохранения, культуры, высокие стандарты безопасности. Очень значимы для Перми темы благоустройства, доступного жилья в различных сегментах рынка, городские коммуникации и система общественного транспорта.

Достижение поставленных задач невозможно без внедрения новой системы ценностей, без достижения общественного согласия. Новые ценности будут приняты городским сообществом при условии их несомненной общественной пользы, которая уже очевидна и в дальнейшем будет еще более ощутимой благодаря эффективной работе приехавших из других регионов и стран в Пермь ученых, врачей, менеджеров, деятелей культуры, спортсменов и других профессионалов своего дела. Большинство представителей бизнес-сообщества, предприятий, учреждений науки, культуры, искусства должны найти — и уже находят — в этой стратегии свою нишу.

ПЕРМСКИЙ ПАРАДОКС

по мотивам Пермского экономического форума

**Ирина
СТАРОДУБРОВСКАЯ**

кандидат экономических наук,
руководитель научного направления
«Политическая экономия
и региональное развитие» ИЭПП

Околовоца • Политика
OIKONOMIA • POLITIKA

Я никак не могу понять, почему в Перми либерализм есть, а бережливости нет.

*Из выступления депутата ГД РФ
М. Гришанкова на III Пермском
экономическом форуме*

Что такое подготовка эксперта к экономическому форуму? Беглый анализ наспех собранной статистики, с которой извечная проблема: данные из относительно достоверных источников безнадежно устарели, а более свежая информация недостаточно надежна. Просмотренные «по диагонали» социологические опросы. Несколько бурных обсуждений в городской администрации и с коллегами-экспертами¹. На комплексное научное исследование это явно не тянет, для подготовки серьезной статьи проведенного анализа очевидно недостаточно. А вот поразмыслить о сложившейся ситуации желание возникло. Особенно после дискуссий на Форуме, где мне пришлось (точнее было бы сказать — выпала удача) вести круглый стол «Пермь — альтернативы городского

¹ Хотелось бы выразить глубокую признательность всем, кто участвовал в обсуждении представленных здесь идей, чья информация и наблюдения помогли в подготовке этой работы. Огромная благодарность — моим коллегам Евгению Турунцеву, Маргарите Славгородской, Алексею Хрусталеву, с которыми мы вместе готовились к Форуму и обсуждали связанные с этим проблемы. Формированию моей позиции способствовали также интереснейшие дискуссии в администрации города Перми, в которых принимали участие Надежда Григорьевна Кочурова, Лариса Евгеньевна Колобова, Антонина Александровна Галанова, Роман Юрьевич Чепкасов, Антон Александрович Галэта и другие работники администрации. Отдельное спасибо — руководителю администрации г. Перми Аркадию Борисовичу Кацу, общение с которым позволило мне гораздо лучше понять проблемы города.

развития». Поэтому — не научная работа, а размышления, предположения, гипотезы, словом — эссе. Это — о форме. Теперь — о названии.

1. Почему парадокс, или Если все так хорошо, то почему же все так плохо?

С точки зрения традиционно применяемых критериев город Пермь никак нельзя назвать неуспешным. Среди городов-миллионников Приволжского и Уральского федеральных округов Пермь — один из явных лидеров в плане экономического развития и по уровню доходов: второе место по среднемесячной заработной плате и инвестициям на душу населения (после Казани и Екатеринбурга соответственно), уже несколько лет — устойчивое первое по бюджетным доходам на душу населения. Но экономика — не единственное, чем может гордиться город. В среде интеллигенции у него давно уже сложился имидж центра демократических свобод, столицы гражданского общества. Об этом ярко и эмоционально говорили участники круглого стола. Но при этом численность населения города продолжает падать.

Задумавшись вопросом: а является ли это реальной проблемой? Продолжает падать численность населения в Самаре и Уфе. До последнего времени сокращалось население Челябинска и Нижнего Новгорода. Что, кроме психологического шока от потери Перми статуса города-миллионника, может вызывать в этом процессе столь серьезную озабоченность?

Тем не менее детальный анализ показывает, что основания для беспокойства есть. На численность населения города влияют два основных фактора: естественное движение населения (разница между числом родившихся и умерших) и миграция. Для всех городов-миллионников Поволжья и Урала характерна естественная убыль населения — умирает больше, чем рождается. И по этому показателю положение Перми далеко не самое плохое — ситуация в Самаре и Нижнем Новгороде намного хуже.

Однако в некоторых из рассматриваемых городов с определенного момента времени численность населения стабилизируется или начинает расти. Достаточно устойчивыми темпами растет население Казани и Екатеринбурга. Похоже, в последнее время стабилизируется число жителей Нижнего Новгорода и Челябинска. В условиях естественной убыли населения это означает, что миграционный приток в город достаточен для того, чтобы компенсировать не только численность уезжающих, но и превышение смертности над рождаемостью.

Действительно, если мы посмотрим на показатели, характеризующие миграционные процессы, выяснится, что практически во всех поволжских и уральских городах-миллионниках с первой половины 2000-х годов с большей или меньшей интенсивностью происходит миграционный прирост населения. Во всех... кроме Перми, где сальдо миграции до сих пор колеблется вокруг нулевой отметки². Причем это не значит, что население города отличается редкой стабильностью. По озвученным на Форуме данным городской администрации, из Перми ежегодно уезжает около 8000 человек. Точной информации о том, кто эти люди, нет. По данным социологических опросов, в наибольшей мере настроена на выезд моло-

² Справедливости ради необходимо отметить, что еще более негативная ситуация до середины 2000-х годов по этому показателю складывалась в Уфе. Данные второй половины 2000-х годов из разных источников различаются, поэтому сделать однозначный вывод о развитии ситуации в этом городе довольно сложно.

дежь в возрасте от 21 до 23 лет. По ощущениям, уезжают лучшие, из города «вымывается» интеллектуальная элита. Самым парадоксальным образом один из наиболее успешных на первый взгляд городов оказывается непривлекательным для жизни.

В чем причины подобной ситуации? Этот вопрос подробно обсуждался как на самом Форуме, так и в ходе его подготовки. Было сформулировано два возможных диагноза, и оба они были озвучены в выступлении на Форуме руководителя администрации г. Перми Аркадия Борисовича Каца.

Диагноз 1: обычный город

Одна из обсуждавшихся на Форуме причин состоит в том, что в постсоветский период город не сумел перетянуть на себя функции, формально либо неформально позволяющие ему претендовать на особый статус. Пермь — не центр федерального округа, как Екатеринбург и Нижний Новгород, и не национальный центр, как Казань. Пермь — самый обычный город.

Надо сказать, что тезис этот не бесспорный. С одной стороны, особый статус — это не только привилегия, но и вызов. Более разнообразны функции, более высоки ожидания, которым необходимо соответствовать. С другой стороны, не все рассматриваемые нами города-миллионники имеют подобный статус. Наверное, интереснее всего было бы сравнить Пермь с Челябинском — тоже «обычным городом», не имеющим особых административных привилегий. Тем более что мне в Челябинске приходилось реализовывать несколько проектов, так что город известен, что называется, не понаслышке.

Прежде чем перейти к сухому языку цифр, приведу несколько глубоко личных впечатлений о двух городах. Мне кажется, что Челябинск (во всяком случае, его центральные районы) производит впечатление более цельной, сложившейся городской среды, чем Пермь. В целом Челябинск гораздо более компактен, по площади он значительно (в 1,65 раза) меньше Перми. В двадцати минутах ходьбы от центра — большой и уютный парк, в четверти часа езды — уже лесопарковая зона. А в самом центре — пешеходная улица Кировка, магазины, открытые террасы кафе. Центр достаточно чистый и зеленый, широкие магистрали, большие площади, уютные скверы.

Однако это еще не все. Важно, что городская среда Челябинска отличается своим характером, настроением, стилем. Например, малая скульптура для оживления городского пейзажа используется сейчас во многих российских городах, в том числе и в Перми. Но едва ли многие образцы этого жанра могут потягаться со стоящей в начале челябинской пешеходной улицы, рядом со зданием областного Законодательного собрания, фигурой ходока-крестьянина, недоуменно чешущего затылок при виде гигантского фолианта Конституции. Это сразу же создает настроение мягкой и доброй иронии, которое не отпускает вас на протяжении всей прогулки по Кировке. А скульптурный парад продолжается. Вот прямо посреди улицы вольготно расположился верблюжий караван. Неудивительно, ведь верблюд — герб Челябинска. Перед зданием банка восседает нищий, лысина которого отполирована многочисленными прикосновениями (наверное, на счастье или к деньгам). А висящая на доме доска, издали принимаемая за мемориальную, вдруг оказывается высунувшейся из стены головой фотографа с фотоаппаратом. Создание пешеходных улиц в российских городах становится сегодня все более модным веянием, так же как и городская скульптура уже давно превратилась в повсеместно распространенное явление. А вот формирование

столь позитивного эмоционального фона, по моим впечатлениям, — большая редкость и большая удача.

Но дело не ограничивается Кировкой. Здание Челябинского университета — уменьшенная, почти игрушечная копия университета московского — напомнило мне Оттаву. Там административные здания в центре города похожи на собранные из кубиков «Лего» достопримечательности тех стран, откуда приехали в Канаду мигранты: лондонский парламент, французский замок на Луаре. И вообще Челябинск вызывает неожиданные и парадоксальные ассоциации с канадскими городами. Один мой знакомый, вернувшись из командировки в Челябинск, заметил, что вечерняя Кировка напомнила ему Монреаль.

Все эти позитивные впечатления³ вовсе не означают, что Челябинск — это город, лишенный проблем. Острых вопросов там более чем достаточно. Некоторые отдаленные от центра города промышленные кварталы вполне могли бы послужить декорацией к фильму ужасов (заметьте, выражение не мое, а мэра Челябинска Михаила Юревича⁴). Если ветер дует со стороны металлургического комбината, возникает желание надеть противогаз. А протекающая через город река Миасс с определенного места содержит одни лишь промышленные стоки. Но все это не отменяет вывода, сделанного выше: ощущение цельности городской среды в городе присутствует. И сознательно поддерживается городскими властями: одним из анонсируемых на ближайшее время градостроительных проектов является благоустройство набережной, на которую выходит противоположный от центральной площади конец Кировки. Подобная политика власти высоко оценивается жителями — в ходе недавнего социологического опроса (подробно о нем — немного ниже) почти три четверти челябинских студентов согласились с тем, что облик города в последнее время изменился в лучшую сторону. Сравнивая свой город с Екатеринбургом, респонденты также указывали, что Челябинск выигрывает по архитектурному облику и по уровню благоустройства центра города.

В отличие от Челябинска, Пермь вызывает ощущение разорванности, несформированности, «несшитости» городского пространства. И сложно даже сказать, с чем это связано. Возможно, с непропорционально огромной, «негородской» центральной площадью, застроенной мрачными бетонными коробками административных зданий и торговых центров. А может, с упомянутой в эпиграфе отсутствующей набережной, в поисках которой упираешься в идущую вдоль реки железную дорогу и с этой точки имеешь возможность созерцать унылые заводские трубы на другом берегу. Но вполне возможно, что это перенос на ткань города впечатления дифференцированности, разобщенности, по выражению одного из экспертов — «распараллеленности» городского социума.

И хотя в определенной мере подобные явления характерны для любого крупного города, пермская ситуация, как отмечали участники Форума, все

³ Повторюсь еще раз — эти ощущения сугубо субъективны. На других людей Челябинск производит совершенно иное впечатление. Так, в первом номере журнала «Новый Мир» за 2008 год был опубликован очерк Сергея Костырко «Пейзаж Челябины», автор которого видит в городе смесь мрачного советского символизма и ужаса индустриальной деградации, воспринимая Челябинск в нынешнем его виде как «все еще не прочитанный до конца иероглиф „советского“» (Новый мир. 2008. № 1. С. 135).

⁴ На деловом завтраке в челябинской редакции «Российской газеты» мэр Челябинска, характеризуя итоги реструктуризации экономики города в 1990-е годы, в частности, сказал: «Многие заводы потеряны безвозвратно. На их месте сейчас либо торговые комплексы открыты, либо пустующие здания просто заброшены — там можно фильмы ужасов снимать» (<http://www.polit74.ru/chel/detail.php?ID=19290>).

же достаточно нестандартна. Пожалуй, наиболее ярко ее охарактеризовала известный географ Наталья Зубаревич: «Структура экономики Перми как тяжелопромышленная, очень оборонная создала некую ауру городской среды. Ее в немалой степени и очень позитивно порушило исторически печальное событие — эвакуация многих питерцев в Пермь, создавшая уникальный градус культуры и внутренней интеллигентской среды. Этот многослойный город уникален, когда наверху супермобильное, суперадаптивное население, а внизу очень пролетарская основа — тяжелая для модернизации, плохо объединяющаяся в микросоциумы, без которых города нет. И абсолютно равнодушная к городской среде»⁵.

Подобная расчлененность не может не оказывать влияния на порождаемые городом ощущения. Центральный ресторан Перми носит название «Живаго» (считается, что Юрий Андреевич Живаго провел свои последние дни в городе, прообразом которого в романе Пастернака была именно Пермь), в одном из залов которого висят оригиналы писем Бориса Пастернака. Для сравнения — наиболее известный ресторан Челябинска еще с советских времен носит название «Уральские пельмени», а в Магадане, где в свое время тоже побывало немало представителей творческой интеллигенции, и вовсе — «Зеленый крокодил». Небольшие пермские частные гостиницы отличаются ультрасовременным дизайном и почти европейским комфортом. И при этом — грязь и гололед на улицах, постоянное ощущение строительной площадки в центре города, какой-то общий дух неблагоустроенности и дискомфорта.

Но это, как уже было сказано, личные впечатления и эмоции. Обратимся теперь к более объективной информации. Так получилось, что в Перми и Челябинске почти одновременно — в мае—июне 2008 года — были проведены социологические исследования отношения молодых людей к городу, в котором они проживают, и их миграционных планов⁶. Сам факт практически параллельного изучения данной проблемы в двух городах является знаменательным — именно молодежь представляет собой наиболее мобильный, готовый «голосовать ногами», социальный слой, предпочтения которого во многом будут определять будущее российских городов. Исследования охватывали различные возрастные группы и использовали разные социологические методики, поэтому их количественные результаты напрямую несопоставимы. Однако они позволяют выделить некоторые общие качественные тенденции, характерные для восприятия молодежью своего города.

В первую очередь опросы подтвердили, что трудности жизни в крупных городах во многом схожи. В Челябинске молодые люди в ходе глубинных интервью выделили три основные проблемы: трудоустройство, жилье и экология. Более массовый опрос привел к некоторому расширению круга данных проблем, несколько изменив его по существу. Наряду с уже отмеченными проблемами, связанными с жильем, работой, экологией, в перечень волнующих более 50% опрошенных вошли проблемы преступности и материального достатка. В Перми результаты во многом аналогичны: первые три места отданы проблемам жилья и социально-бытовых условий, безопасности и обеспечения достойного уровня жизни. При этом миграционные настро-

⁵ Цитаты приводятся по тексту стенограммы Пермского экономического форума.

⁶ В Челябинске исследование проводилось информационным социологическим центром «Зырянов и партнеры» и состояло из глубинных интервью 96 студентов выпускных курсов челябинских вузов и анкетного опроса 1001 студента старших курсов челябинских вузов, преимущественно в возрасте 20—23 года. В Перми исследование проводилось социологической компанией «Пермский омнибус». Был проведен анкетный опрос молодежи трех возрастных групп: 14—17, 18—23 и 24—30 лет. Опрос проводился в основном по месту жительства.

ения в первую очередь определяются жилищными проблемами и низким уровнем безопасности.

А дальше начинаются различия, нюансы, важные с точки зрения более детальной оценки состояния городской среды. Хотя жилищные трудности поставлены на первое место молодежью и в том, и в другом городе и высокие цены на жилье являются универсальной проблемой, челябинские респонденты отмечают, что жилье в городе дешевле, чем в мегаполисах. И это, судя по всему, отражает объективное положение дел: по информации городской администрации, в Челябинске самое дешевое жилье среди всех городов-миллионников. Да и общая ситуация в городе с жильем неплохая: из года в год устойчиво растет ввод жилых домов, по обеспеченности жильем на душу населения он приближается к лидеру по этому показателю среди уральских и приволжских городов-миллионников — Казани.

В Перми положение гораздо хуже. Ввод жилья осуществляется значительно более низкими темпами, обеспеченность жильем — одна из наихудших среди городов-конкурентов (ниже — только в Уфе). И при этом, как и в других крупных городах, наблюдаются признаки стагнации жилищного рынка. Когда в условиях остроты проблемы жилья (потенциальный спрос), высоких доходов населения (реальный спрос) и относительно низкого уровня предложения рынок оказывается насыщен, возникает вопрос о степени адекватности реакции экономики на рыночные сигналы. А неадекватность здесь в первую очередь может быть вызвана высокой степенью монополизации жилищного рынка. Вопрос, естественно, требует дальнейшего изучения. Но таков жанр эссе, чтобы выдвигать предположения, пусть и недостаточно проверенные и обоснованные. Отметим, кстати, что в Челябинске механизмом удержания цен на жилье городская администрация считает именно демонополизацию предложения.

Что касается проблемы безопасности, то, хотя она и актуальна для обоих городов, создается впечатление, что в Перми она стоит более остро. В Челябинске она отчасти отодвинута на второй план остротой экологических проблем. Опять же, судя по статистическим данным, объективная ситуация там несколько лучше. Если Пермь является безусловным лидером по показателям преступности на душу населения среди всех приволжских и уральских городов-миллионников (хотя в последнее время положение немного улучшается), то Челябинск занимает в данном перечне одно из самых низких мест (но при этом уровень преступности там продолжает расти).

Что касается субъективного восприятия респондентами ситуации с безопасностью, то в обоих городах оно оказывается во многом полярным. Часть респондентов считает, что значимость данных вопросов сильно преувеличена и на самом деле ситуация не столь драматична. Другие же рассматривают вопрос безопасности как один из наиболее острых, во многом определяющий решения о дальнейшей жизненной стратегии. При этом отсутствие безопасности воспринимается как комплексное, нелинейное явление, не сводимое к показателям преступности: небезопасно жить самому, вести бизнес, рожать детей, которые, из-за существующего качества социальной среды, с высокой степенью вероятности могут прибегнуть к алкоголю и наркотикам.

Завершая наш первый диагноз, обратим внимание еще на одну проблему — проблему имиджа города. Можно предположить, что формирование имиджа обычного города — задача более сложная, чем города с особым административным статусом. Если вернуться к сопоставлению Перми и Челябинска, то можно считать, что в активе Челябинска — образ индустри-

альной мощи (ассоциация с Танкоградом или с дымящей заводской трубой, в зависимости от эмоционального фона) и челябинский хоккейный клуб «Трактор»⁷. Последний фактор челябинская администрация активно задействует при формировании образа города, прилагая значительные усилия по развитию массового спорта. Если бы был объявлен конкурс на звание спортивной столицы российской провинции, Челябинск вполне мог бы побороться за одно из первых мест. Для более локального «потребления» внутри города и Уральского региона активно раскручивается имидж Челябинска как города без пробок. И хотя подобный имидж пока еще не полностью соответствует действительности, городские власти вкладывают значительные силы и средства в его практическое подкрепление. И не без успеха.

Нельзя сказать, чтобы Пермь была совсем уж неизвестным городом, но эта известность тоже достаточно парадоксальна. Все более популярным становится сегодня международный фестиваль «Дягилевские сезоны: Пермь—Петербург—Париж». Но... в Европе. В России о нем знают немногие. А памятник пермскому уроженцу Дягилеву работы Эрнста Неизвестного стоит в гимназии имени Дягилева, пугая первоклашек. Один из самых читаемых современных писателей — пермяк Алексей Иванов. Древняя Пермь в его произведениях — край загадочный, мистический, притягательный своей необычностью. Но многие ли сейчас читают — хотя бы и модных писателей...

А вот в массовом сознании имидж Перми до последнего времени был совершенно не сформирован. То ли Пермь, то ли Пенза, все одно — медвежий угол. Насколько я знаю, была идея, обыграв образ пермского периода, сделать в городе парк динозавров. Я попросила своего семнадцатилетнего сына поговорить с его приятелями-студентами по поводу того, какие ассоциации вызывает у них выражение «пермский период». Так вот, выражение «пермский период» вызывает ассоциации с Пермью и никакой дополнительной смысловой нагрузки для не сильно обремененной знаниями современной молодежи не несет. Так что, судя по всему, динозавры здесь не помогут. Тем более что, будем откровенны, в пермский период их и не было.

Но я не случайно оговорила в начале предыдущего абзаца — имидж Перми не был сформирован до последнего времени. Страшная авиакатастрофа, случившаяся в городе на следующий день после окончания экономического форума, не только стала личной трагедией для многих его жителей, но и нанесла тяжелейший ущерб имиджу города. Как ни печально, подобные факты, не имея прямого отношения к городу как таковому, являются, тем не менее, серьезнейшими источниками формирования негативного эмоционального восприятия территории.

Некоторое время назад в Иркутске я попыталась обсудить, почему удивительное архитектурное богатство города — уникальная городская деревянная застройка, потрясающие образцы сибирского барокко — так слабо используется в «раскрутке» городского имиджа. И услышала в ответ: «А у нас уже сложился имидж — Байкал и самолеты падают». К сожалению, Пермь угрожает аналогичная ситуация. Только без Байкала.

Но вернемся к экономическому форуму. Наряду с диагнозом «обычный город» была высказана еще одна гипотеза по поводу того, почему город теряет людей.

⁷ Пермский футбольный клуб «Амкар» успешно выступает в российской Премьер-лиге и также мог бы использоваться для формирования лица города. Однако, в отличие от «Трактора», который однозначно ассоциируется с Челябинском, то, что этот клуб является пермским, никак не следует из его названия и неизвестно широкой публике.

*Диагноз 2: «им овладело беспокойство,
охота к перемене мест»*

Второй диагноз — особая мобильность пермского населения. По словам одного из экспертов, пермяки — «лучше упакованные в современной жизни люди», более свободные, самостоятельные, легкие на подъем, ответственные за свое будущее. И там, где житель Самары или Екатеринбурга, пусть и недовольный своими перспективами, поворчит и останется на месте, пермяк поедет за лучшим будущим в Питер, в Москву, за границу. Этот тезис в последнее время звучит столь часто, что стал уже общим местом. А потому, наверное, еще больше нуждается в проверке.

Детальное изучение миграционных процессов в крупных городах, необходимое для подтверждения либо опровержения этого тезиса, выходило за рамки моих возможностей при подготовке к Форуму. Поэтому ограничусь лишь данными тех же социологических опросов, о которых говорилось выше. Если рассматривать сопоставимый возрастной интервал, доля желающих уехать из Перми — около 30%, из Челябинска — почти 40%. Из этих сорока более половины стремятся в столичные города и за границу, остальные хотят вернуться в то место, откуда они родом. И хотя, как уже говорилось выше, количественные оценки напрямую плохо сопоставимы и включение в опрос как коренных челябинцев, так и иногородних не могло не повлиять на результаты, можно смело утверждать, что на уровне пожеланий и стремлений молодежь Перми не намного более мобильна, чем молодежь Челябинска⁸.

Поэтому вполне возможно, что Пермь не больше теряет населения, а меньше привлекает. Из тысячи случайно выбранных для проведения опроса студентов челябинских вузов лишь около половины оказались коренными челябинцами. Еще немногим более трети относятся к уроженцам челябинской области, примерно 12% — выходцы из других стран и регионов. И значительная часть приезжих, особенно из сельской местности, хотят остаться в Челябинске. Аналогичные данные по Перми мне не известны. Но, по словам Натальи Зубаревич, в редкозаселенных территориях потенциал стягивания людей в городской центр заведомо меньше и то, что может вытянуть Пермь из своего региона, несопоставимо, например, с Краснодаром. Но это все, опять-таки, предположения; вопрос явно нуждается в дальнейшем и очень серьезном изучении. И строить здесь политику на основе непроверенных стереотипов было бы, наверное, неправильно.

Теперь о самой политике, которая предлагается в связи с повышенной мобильностью пермского населения. Ей была посвящена большая часть выступления главы администрации города. Основная идея — не стремиться удержать активное, мобильное население в городе, а позиционировать Пермь как город возможностей, как стартовую площадку для дальнейшей карьеры. Поэтому люди должны приезжать в Пермь с перспективой перейти затем на следующие ступени роста, возможно в каком-то другом месте. А самореализовавшись, должны возвращаться в город на высокие, статусные должности. И на протяжении всей жизни не терять связи с городом, сохранять здесь жилье, бизнес, контакты. При этом должны приносить во

⁸ Это подтверждают и результаты глубинных интервью, в соответствии с которыми более 60% коренных челябинцев планируют остаться в городе, около 30% — уехать в другие города и менее 10% сомневаются и пока еще не приняли решения. Для студентов, приехавших учиться из области, характерна несколько иная картина: более 50% собираются закрепиться в Челябинске, около 15% — переехать в другие крупные города, более 20% сомневаются и только 10–12% собираются вернуться к себе в областной город.

внешний мир позитивный имидж Перми и превращать свои личные успехи в городской имиджевый ресурс.

Надо сказать, что эксперты достаточно прохладно отнеслись к подобной трактовке городской политики, хотя и отдали должное ее оригинальности. Основной риск, на который указывали участники круглого стола: фокусируясь на мигрантах, город забывает о собственных жителях. Вот несколько типичных высказываний, прозвучавших в ходе оживленной дискуссии по этому вопросу.

«Кто является субъектом стратегии, о которой Вы говорите? Это что, такой прогрессистский проект „сверху“? И что означает предложенная Вами стратегия для людей, которые не собираются уезжать, и будут сопротивляться до последнего, не уезжая отсюда? И как их успешность совпадает с Вашей стратегией? Вот о чем нужно разговаривать».

«Что хочет Пермь? Насколько я слышу, все направлено куда-то вовне. Мне кажется, что в этом ошибка. Потому что самих жителей в городе не видят. Кто сейчас живет здесь — нам не важно. Нам важно, чтобы к нам кто-то приехал. И даже не важно, чтобы они остались здесь жить. Поживут три—пять лет, а дальше пусть приезжают новые».

«То, что предлагается — это оболочка стратегии, а внутри есть три разные стратегии. Первая стратегия — это город, в котором хорошо своим, и это означает, что человек, который приехал к нам, совпал с нами на три года, и для того, чтобы быть успешным, должен чуть-чуть стать пермяком. Или это город, в котором хорошо всем. Или это город, в котором хорошо чужим — такое тоже возможно».

Пожалуй, в наиболее сконцентрированной форме общие опасения высказала президент фонда «Институт экономики города» Надежда Косарева: ориентируясь на временщиков, власть создает отчужденную среду для населения города, которое отсюда не уезжает, а если и соберется уезжать, то именно из-за такой стратегии. Этот парадоксальный вывод безусловно заслуживает того, чтобы к нему прислушаться.

«Дай миллион»?!

Отвлечемся еще на некоторое время от дискуссий на Форуме и попробуем взглянуть на проблему, так сказать, «с высоты птичьего полета». Я начала свои рассуждения с того, что если ориентироваться на традиционные критерии, то Пермь выглядит достаточно успешным городом. А на какие критерии мы, собственно, должны ориентироваться? Какие процессы позволят нам говорить, что Пермь развивается успешно в рамках страны, мира, современной цивилизации?

На прошлом экономическом форуме городская администрация давала на этот вопрос вполне однозначный ответ — критерием успеха пермской стратегии является возвращение городу статуса миллионника. Теперь позиция гораздо более осторожная. Попытаемся разобраться, можно ли измерять успех города ростом численности его жителей.

В действительности ответ на этот вопрос зависит от того, в какой логике мы рассматриваем будущее города. В условиях индустриальной эпохи количественные измерители вполне подходили для оценки качественных процессов; во многих случаях между «больше» и «лучше» можно было ставить знак равенства. Растущее количество все более крупных заводов, создающих либо преобразующих под свои нужды жизненное пространство; все бóльшие

массы работников, участвующих в производственном процессе; все более крупные скопления людей в одном месте для обеспечения рабочей силой этих заводов. Собственно, во многом именно так формировались и жили так называемые старопромышленные города, назначение которых в первую очередь сводилось к обслуживанию производства. В том числе и Пермь. Именно к этому толкала их логика индустриализма⁹.

Но времена меняются. И во второй половине XX века на Западе многие индустриальные центры стали переживать глубокие кризисные явления. На фоне дорожающей рабочей силы, борьбы за экологию и энергетических кризисов 1970-х и 1980-х годов основные промышленные производства в развитых странах стали выводиться в государства «третьего мира». Города лишались своей экономической базы. В этой ситуации их перспектива могла быть двойной: либо превращение в город-призрак, либо радикальное обновление всех сторон городской жизни.

Показателен в этом контексте пример Питтсбурга — металлургической столицы США. В отдельные годы там производилось до 50% американской стали. Другие производства не играли никакой существенной роли, жизнь в созданном в 1930-х годах университете еле теплилась. При этом город оказался на грани экологической катастрофы, и находиться в нем без респиратора становилось все труднее.

После закрытия металлургических заводов Питтсбурга население города сократилось более чем вдвое — с 1950 по 2000 год число жителей снизилось с 677 до 335 тыс. человек. Но при этом город активно реализовывал планы по модернизации городского центра, развитию транспортной инфраструктуры, завершению вывода экологически вредных предприятий, рекультивации городской среды в целом. В результате Питтсбург занимает высокие места в различных рейтингах качества жизни: входит в десятку самых чистых американских городов, находится на 13 месте по привлекательности для молодых специалистов, и наконец, в 2007 году оказался первым в одном из ведущих рейтингов комфортности проживания (в оценке учитывались такие факторы, как стоимость жизни, безопасность и культурная среда).

Естественно, было бы неправильно считать, что все городские проблемы успешно решены. В городе сохраняется высокий уровень бедности. По некоторым данным, все еще актуальны вопросы загрязнения воздушного бассейна. Не все проекты обновления городских районов можно признать успешными. Но, тем не менее, нельзя не признать, что качество городской среды подверглось принципиальным изменениям.

Не менее радикально изменилась и экономическая база. В городе активно развиваются высокотехнологичные производства, в том числе робототехника, ядерная энергетика, передовые медицинские технологии. Крупнейшим работодателем стал образовательный кластер, в городе работает несколько известных университетов. Сейчас по доле занятых в экономике образование вполне способно конкурировать с металлургической промышленностью,

⁹ Хочется привести две очень любимые мною цитаты, характеризующие эту эпоху глазами как современников, так и потомков. «Мы идем к невиданно-объективной демонстрации вещей, механизированных толп и потрясающей открытой грандиозности, не знающей ничего интимного и лирического» (*Гастев А.* О тенденциях пролетарской культуры // Пролетарская культура. 1919. № 9—10. С. 45). «То было время громадных марширующих колонн, грандиозных собраний, гигантских спортивных состязаний и масштабных театральных представлений, равно как и массового производства в промышленности и масштабных строительных форм в архитектуре» (*Peukert Detlev J. K.* The Weimar Republic: the Crisis of Classical Modernity. London: Penguin Books, 1991. P. 161).

существовавшей 50 лет назад. Кроме того, Питтсбург является одним из ведущих центров корпоративного управления. В нем расположены центры восьми корпораций, входящих в перечень 500 самых крупных, по данным журнала «Форчун», и еще семи корпораций из тысячи крупнейших. Город входит в десятку американских метрополий с наиболее благоприятными условиями для развития бизнеса.

При этом численность населения города, имеющая негативный тренд с 1950-х годов, и сегодня продолжает падать. К началу 2008 года она составила уже 313 тыс. человек, и с высокой степенью вероятности можно предположить, что к 2010 году в городе будет проживать не более 300 тыс. жителей.

Об опыте Питтсбурга на круглом столе рассказал мой коллега Алексей Хрусталеv. Но многие вопросы так и остались без ответа. Можно ли считать Питтсбург успешным городом в условиях сокращающегося населения? И был ли он более успешен тогда, когда его население приближалось к 700 тысячам (заметьте, даже тогда существенно не дотягивая до миллиона), либо сейчас, когда его привлекательность для жизни значительно возросла? И наконец, что из всего этого следует с точки зрения проблем Перми?

Пермь, как и другие российские старопромышленные города, пока не ощущает серьезного дискомфорта от своей производственной специализации. Именно традиционная промышленность позволяет обеспечивать городу те лидирующие позиции в инвестициях, заработках, бюджетных доходах, о которых говорилось выше. И городские лидеры не видят ни особого конфликта между традиционной и новой экономикой, индустриальным и постиндустриальным трендом развития города, ни прямой связи между характером экономической базы и оттоком молодежи. Но верно ли это?

Вернемся к результатам социологических опросов. Очевидно, что решение о продолжении жизни в родном городе либо об отъезде принимается как некая результирующая причин, которые удерживают человека на родине, и стимулов, которые влекут его в другие места. В пермском опросе данные факторы не подвергались специальному рассмотрению. Поэтому нам снова придется обратиться к данным по Челябинску, тем более что они достаточно показательны. В своем городе людей удерживает круг общения (родственники, друзья), жилье и работа. А вот уезжать их заставляет стремление к более интересной, разнообразной, творческой жизни, дающей большие возможности для самореализации. Основные стимулы — более высокооплачиваемая работа, причем по специальности; больше возможностей для профессионального роста и самореализации; более высокое качество жизни; более высокий уровень культуры, в том числе позитивное восприятие нового и прогрессивного. То есть, другими словами, профессиональная сфера и культурная среда играют принципиально важную роль при принятии решения об отъезде из города.

Возникает вопрос: может ли старопромышленный город обеспечить те потребности молодежи, которые сейчас, не находя удовлетворения, заставляют ее искать новые места для приложения своих сил. Достаточно ли для этого просто улучшить работу городской администрации, уделять больше внимания качеству городской среды, предоставлять более разнообразные услуги? Хотя нельзя отрицать, что все эти меры могут дать определенный положительный эффект, тем не менее представляется, что вряд ли они способны радикально решить проблему в целом. Индустриальная база городской экономики частично напрямую определяет важнейшие параметры городской среды (например, плохую экологию), частично воздействует на нее через формирование требований к массовым работникам, так называемым синим воротничкам. И эти требования, к сожалению, не предполагают ни

высокого культурного уровня, ни заинтересованного отношения к своему городу, ни отсутствия вредных привычек. По удачному выражению Ольги Вендиной, «индустриальная экономика — это экономика дешевого человека»¹⁰, не предполагающая крупных вложений в его образование и культуру. Поэтому стандарты экологии, безопасности, благоустройства в старопромышленном городе при прочих равных условиях всегда будут ниже, чем в городе постиндустриальном.

Готова ли молодежь мириться с этими проблемами? В рамках челябинского опроса респондентам задавались два вопроса: «Каким бы Вы лично хотели видеть Челябинск в будущем?» и «В каком направлении, скорее всего, Челябинск реально будет развиваться?». Так вот, молодые люди хотели бы видеть свой город центром развития науки и образования, современных управленческих, консалтинговых и финансовых услуг, центром экологических инноваций, и наконец, центром развития культуры и досуга. А в реальности почти 60% предполагают, что Челябинск останется центром металлургии и машиностроения, хотя желали бы видеть его таким менее 20% опрошенных. Вот такой впечатляющий разрыв. При этом обследование показало, что выпускники вузов и на практике не стремятся идти работать на промышленные предприятия, предпочитая им другие сферы занятости. В своем городе... или в чужом.

Теперь о возможности эволюционного перехода. Собственно, и на нынешнем, и на предыдущем экономическом форуме в Перми много говорили о задачах развития новой экономики в городе. Планы здесь весьма масштабные: новые отрасли промышленности с высокой добавленной стоимостью, кластеры образования и здравоохранения, привлечение центров крупных корпораций и многое другое. Но возможно ли бесконфликтное развитие всех этих сфер в условиях старопромышленного города? Совершенно неожиданный ответ на этот вопрос был получен в ходе круглого стола, когда его участникам предложили обсудить проект под интригующим названием «Город N».

Суть проекта в следующем. Крупная энергетическая компания, стремясь укреплять свои долгосрочные конкурентные преимущества, обсуждает перспективы комплексного развития непроизводственных, постиндустриальных видов деятельности — исследований и разработок, обучения персонала и т. п. Естественно, возникает вопрос о выборе места, где мог бы разместиться корпоративный центр принятия решений и могла бы осуществляться вся эта многообразная, поддерживающая этот процесс деятельность. Собственно, подобного рода активность во многом и формирует экономическую базу постиндустриальных городов. Так вот, по совокупности критериев, которые для себя определила компания в таких сферах, как социокультурный профиль территории, транспортная доступность, экология, безопасность и другие характеристики городской среды, и наконец, в сфере отношения власти и бизнеса, не подошел ни один из 22 субъектов Федерации и из пяти городов-миллионников, где эта компания работает. Соответственно возник проект «Города N» — небольшого компактного городского образования, созданного специально под цели корпоративного развития.

Но дело сейчас не в самом проекте — его идеология на форуме подверглась серьезной критике, поскольку, по мнению участников круглого стола, идея корпоративного города давно себя исчерпала¹¹. Основная проблема

¹⁰ Вендина О. Гипноз роста // Эксперт Урал. 2008. № 25. С. 14.

¹¹ По удачному выражению известного урбаниста Вячеслава Глазычева, это «мертворожденный труп дохлого человека».

в том, что, имея достаточно широкий выбор, компания не нашла для себя комфортного места для развития постиндустриальных видов деятельности среди существующих городов. И это заставляет задуматься о том, насколько возможно преодоление индустриального прошлого естественным, бесконфликтным, эволюционным путем.

Мне импонирует, когда какую-либо проблему, в том числе и выбор между индустриальным и постиндустриальным сценарием развития, можно представить наглядно, в виде зрительного образа. И этот образ вновь связан у меня с Челябинском. Практически посреди современного города, в излучине реки стоит электрометаллургический завод. Чудовищно загрязняет атмосферу. Создает вокруг себя лунный пейзаж. На заводе работает 10 тыс. человек. И пока этот завод стоит в центре города, Челябинску, каким бы формально успешным он ни был, никогда не вырваться за рамки индустриальной эры, не стать органичной частью современной цивилизации. И пусть вопрос о выводе этого предприятия за пределы города — это вопрос не сегодняшнего и даже не завтрашнего дня, в какой-то момент городу придется решать, что для него важнее — количество или качество, 10 тыс. рабочих мест или возможность скачка в постиндустриальное будущее.

Но вернемся к тому вопросу, в котором мы пытались разобраться в этой небольшой главе. Является ли численность населения города, ее рост или снижение, показателем успешности городского развития? Наверное, города, существующие в индустриальной логике, просто обречены измерять свой успех «числом, а не уменьем»: количеством населения, объемами производства, ростом новых районов и т. п. Ситуация с постиндустриальными городами иная. Ресурс, за который они конкурируют, — высокопрофессиональные, активные люди, те, кого все чаще называют креативным классом, — в любом случае не является массовым и не измеряется по головам. Поэтому для подобных городов показатели качества жизни, комфортности, привлекательности для профессионалов оказываются важнее, чем количественные критерии. Описание города Питтсбурга в энциклопедии¹² содержит ссылки на 5—6 пользующихся доверием рейтингов различных аспектов качества жизни и бизнес-климата, в которых город занимает достаточно высокие места, и именно это считается критерием его успешного развития.

2. Вместо выводов: бремя власти

В этом эссе гораздо больше вопросов и меньше ответов чем, наверное, хотелось бы управленцам-практикам. Как строить будущее города, на какие цели ориентироваться, какие пути выбирать — это в любом случае сфера ответственности городской власти. И проделанной работы явно недостаточно, чтобы давать какие-либо комплексные рекомендации о том, какова должна быть стратегия города. Но несколько замечаний на эту тему хотелось бы сделать.

Обсуждение на форуме показало, что простого, очевидного, быстроедействующего решения проблем Перми не просматривается. Конкурентные преимущества города можно наращивать лишь постепенно, кирпичик к кирпичику, «набором непростых многослойных мер» (снова слова Натальи Зубаревич). В число этих мер должно входить и обеспечение определенных (пусть для начала и не столь высоких, как хотелось бы) стандартов предоставления базовых муниципальных услуг, и изменение архитектурного облика города, и имиджевая политика.

¹² http://en.wikipedia.org/wiki/Pittsburgh,_Pennsylvania

Но при этом необходимо помнить, что политика есть искусство возможного. В выступлении главы городской администрации на форуме один слайд из 30 был посвящен «базовым ценностям превращения Перми в город возможностей», к которым были отнесены:

- комфортная пространственная организация;
- современная система образования;
- качественное здравоохранение;
- культура;
- высокий стандарт безопасности;
- благоустройство;
- комфортные места общего пользования;
- доступность жилья в различных сегментах рынка;
- внутригородские коммуникации.

Очевидно, что содержание одного этого слайда способно сформировать программу деятельности администрации на долгие годы, и не очевидно, что ее в принципе возможно выполнить в полном объеме. Но даже если городские власти считают все эти цели достижимыми, необходимо выработать систему определения приоритетов и последовательности действий. Все-таки искусство управления — это постоянное разрешение конфликта между безграничными потребностями и ограниченными ресурсами.

Теперь о ресурсах. У меня создалось впечатление, что городская администрация не до конца использует те ресурсы, которые возникают на основе взаимодействия с местным сообществом и порождаются доверием населения власти. Здесь ситуация также достаточно парадоксальная. Власти и Пермского края, и города Перми известны как высококвалифицированные управленцы, использующие наиболее передовые управленческие технологии, в том числе заимствованные из частного сектора. Но при этом специфика высокопрофессиональных подходов остается во многом непонятной жителям; власть пока не всегда умеет говорить с городским социумом на одном языке. А ведь, если рассматривать эту проблему в логике корпоративного управления, население — это и акционер компании под названием «город», и его клиент. То есть весьма важные для любой корпорации действующие лица.

И наконец, необходимо признать, что стратегическое развитие — это всегда выбор из альтернативных подходов, содержательных развилок. И выбирая один из возможных вариантов, мы неизбежно что-то приобретаем и что-то теряем, получаем одни преимущества и отказываемся от других. Как говорят англичане, нельзя одновременно съесть пирог и оставить его целым. И тяжкое бремя власти — этот выбор *делать*.

ГОСУДАРСТВЕННО–ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В ОБЛАСТИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Виктор ЧЕРЕПОВ

доктор медицинских наук, профессор,
директор департамента
взаимодействия с отраслевым
объединением Российского Союза
промышленников и предпринимателей

Оικονομία • Πολιτικά

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • POLITIKA

В последнее время только ленивый не критикует нынешнюю систему здравоохранения, но редко кто предлагает принципиально новые варианты решения накопившихся проблем. Идут непрерывные дискуссии на различных уровнях государственного управления и медицинской общественности. Это говорит о том, что проблема развития и совершенствования здравоохранения — важная, насущная, касающаяся всех жителей России.

Задачи превращения России в глобального лидера мировой экономики диктуют новые требования к системе здравоохранения, связанные как с ростом ценности здоровья в системе приоритетов общества и с изменениями в демографической структуре населения, так и с развитием медицинских технологий, значительно повышающих возможности медицинских служб реально влиять на показатели здоровья населения.

Российская система здравоохранения пока еще не обеспечивает снижение заболеваемости и инвалидизации населения, достаточность государственных гарантий медицинской помощи, доступность и высокое качество медицинских услуг.

Крупные государственные инвестиции в сферу здравоохранения последнего времени — а это и реализация национального проекта «Здоровье», и материнский капитал, и некоторые другие инициативы последних 4 лет, — конечно же, улучшили, но радикально не изменили ни систему здравоохранения, ни состояние здоровья нации.

Отставание здравоохранения от развитых стран значительно сильнее, чем во многих других ключевых отраслях экономики. Вот несколько

цифр: финансирование здравоохранения на одного человека в год в России — 486 долл., в США — 5401, во Франции — 3374, в Канаде — 3326, в Германии — 3287, в Великобритании — 2724, в Польше — 243 долл. При огромной сети лечебно-профилактических учреждений — а у нас на 1000 человек приходится 10,9 койки (в США — 2,7) — и среднем пребывании на койке 13,1 дней очевидна неэффективность использования даже тех средств, которые отпущены на здравоохранение. И на этом фоне по уровню смертности от всех причин Россия сегодня значительно опережает все перечисленные страны. Таким образом, напрашивается закономерный вывод: в России при недостаточном финансировании выстроена затратная и малоэффективная система здравоохранения и отсутствие радикальных изменений в отрасли приведет к нарастанию демографических проблем.

В настоящее время есть немало идей по реформированию здравоохранения, но утвержденной и внятной концепции на данный момент нет. Если сопоставить концепцию реформирования здравоохранения из блока Концепции долгосрочного развития Российской Федерации до 2020 года, бюджетную стратегию до 2023 года и некоторые другие программные документы, то многие цифры в них не совпадают.

Общеизвестно, что демографическая ситуация в нашей стране ухудшается и будет продолжать ухудшаться. И в России, как и во всем мире, будет неизбежно происходить удорожание системы здравоохранения. Виной тому и появление новых дорогостоящих медицинских технологий, и старение населения, и снижение рождаемости. Чтобы сохранить имеющийся трудовой потенциал, придется вкладывать все больше и больше денег. Сейчас в сферу здравоохранения финансируется 3,1% от ВВП, в бюджетной стратегии до 2023 года эта цифра увеличивается до 5,4%; по данным же Всемирной организации здравоохранения, она должна быть не ниже 6%. Таким образом, заранее планируется недофинансирование отрасли, а это значит, что необходимо искать такие пути привлечения инвестиций и реформирования здравоохранения, чтобы адекватная система здравоохранения реагировала на изменяющиеся показатели здоровья населения.

Помимо отсутствия целостной государственной политики реформирования отрасли, решение проблем здравоохранения усугубляется еще и низким качеством оказываемой медицинской помощи, связанной со слабостью управления и технологического оснащения, и структурными диспропорциями, и проблемами квалификации кадров, в том числе управленческих. В стране происходит развитие теневой медицины на базе государственных учреждений. Ни для кого не секрет, что на государственном оборудовании практически в рабочее время оказываются платные услуги, которые не учитываются, с них не уплачиваются налоги — а это, по подсчетам, составляет около 10 млрд долл. ежегодно. И особо следует отметить неэффективность системы медицинского страхования в целом — как добровольного, так и обязательного медицинского. С 1993 года в этой области не произошло почти никаких изменений. Закон о медицинском страховании принимался совсем в другой России, с другими социально-экономическими условиями. Но мы упорно пытаемся втиснуть наши проблемы в устаревшую, громоздкую систему.

Наконец, серьезным препятствием являются административные барьеры. Очень трудно разговаривать с представителями министерств, ведомств и доказывать, что бизнес может и должен участвовать в реализации многих программ, в том числе и программы государственных гарантий. Рассчитывать только на государственное здравоохранение невозможно даже по той простой

причине, что более 50% промышленных предприятий России являются приватизированными. На них работает более 40 млн человек трудоспособного возраста. Поэтому бизнес должен и может отвечать за состояние здоровья занятых на своих предприятиях.

Какие варианты здесь можно предложить? Есть несколько базовых направлений государственно-частного партнерства, принятых во всем мире. Это: аутсорсинг отдельных видов услуг, строительство новых объектов и их оснащение, проектирование, строительство и управление недвижимостью в сфере здравоохранения. Можно полностью отдать это в ведение бизнеса, можно — частично.

Переход на современные методы в управлении отраслью предполагает, что для участия в выполнении госзаказов мы должны обеспечить равный доступ к этому бизнесу частным клиникам, частнопрактикующим врачам и государственным лечебным учреждениям по единым тарифам, рассчитанным экономическими способами. Это позволит повысить конкурентоспособность и рыночную стоимость всей сети здравоохранения.

Мы много говорим об одноканальном финансировании здравоохранения. Предлагаемый Минздравсоцразвития России путь финансирования через фонды обязательного медицинского страхования, возможно, и хорош, но мы со своей стороны предлагаем организовать и опробовать пилотные проекты в виде больничных касс, расчетно-кассовых центров и других форм, которые доказали бы свою эффективность наряду с существующими формами финансирования.

Второй путь: развитие современной инфраструктуры оказания медицинской помощи. Бизнес может участвовать в реализации государственных целевых программ путем проектирования и строительства объектов. Ведь строительство не обязательно должны осуществлять органы управления здравоохранением. Бизнес также мог бы участвовать, например, в создании системы банков крови, в строительстве диализных центров и многих других объектов. При остроте стоящей перед нами задачи снижения травматизма — как производственного, так и дорожного, бизнес мог бы строить больницы скорой медицинской помощи вдоль магистральных трасс. У бизнеса также имеются наработки в области IT-технологий, которые позволили бы осуществить переход к инновационным информационным технологиям обеспечения лечебно-диагностического процесса.

Еще одно направление государственно-частного партнерства в здравоохранении — повышение квалификации медицинского персонала, в том числе на основании мирового опыта. По количеству врачей на 10 тыс. населения Россия находится в числе лидеров, но у нас не просто много врачей — у нас также много и плохих врачей. Поэтому кроме сертификации лечебных учреждений необходима и сертификация каждого врача. Возможности негосударственного инвестора могли бы значительно расширить взаимодействие с зарубежными клиниками, повысить уровень организации зарубежных стажировок молодых специалистов в Германии, Швейцарии, США и пр., способствовать приглашению зарубежных специалистов в Россию.

Государственно-частное партнерство предполагает создание условий равного участия государственного и частного сектора в государственном здравоохранении. Здесь и участие бизнеса в разработке необходимой законодательной базы, в реализации пилотных проектов по автономизации, корпоратизации и/или в приватизации государственных медицинских объектов, в инициировании и организации создания национальной саморегулируемой организации в сфере частного здравоохранения.

У реформирования системы здравоохранения силами одного государства есть два плюса. Это возможность сохранения существующих институтов и высокий уровень контроля за ситуацией. Но минусов гораздо больше. В их числе — отсутствие мотивации к оптимизации рынка, низкая вероятность достижения необходимых результатов, сохранение теневых платежей населения.

В числе плюсов государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения — появление экономически заинтересованных партнеров, дополнительного источника инвестиций, высокая мотивация к оптимизации расходов и возможность технологического прорыва в социальной сфере. Есть, конечно, и минусы — необходимость изменения нынешних институтов управления в области здравоохранения, а также разработки специальных механизмов для сохранения контроля за ситуацией.

Изложенные здесь схема и предложения по основным направлениям государственно-частного партнерства обсуждены в бизнес-сообществе и направлены в Правительство Российской Федерации. Многие наши предложения поддерживаются полностью, многие положения вызывают споры, а многие требуют доработки. Таким образом, у бизнеса и власти пошел нормальный процесс обсуждения. Надеемся, что этот диалог приведет к хорошим результатам и государственно-частное партнерство станет надежным инструментом реализации социальной политики государства.

ТИПОЛОГИЯ КОРРУПЦИИ: РЕЛЕВАНТНЫЕ МЕРЫ И ГРУППЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ

Леонид ГРИГОРЬЕВ

кандидат экономических наук,
президент фонда «Институт
энергетики и финансов»,
декан факультета менеджмента
Международного университета в Москве

Максим ОВЧИННИКОВ

заместитель начальника
Аналитического управления
Федеральной антимонопольной службы,
аспирант экономического факультета
МГУ имени М. В. Ломоносова

О
к
о
н
о
м
и
я
•
П
о
л
и
т
и
к
а

OIKONOMIA • POLITIKA

П
р
а
к
т
и
к
а

1. Постановка проблемы

Определение действенных мер противодействия коррупции, а также оценка их эффективности требует понимания всех ее специфических особенностей. В зависимости от сферы распространения коррупция оказывает различное воздействие на экономический рост, в то время как сравнительные выгоды и издержки коррупционных форм поведения формируют стимулы экономических агентов, на которые, в свою очередь, следует обратить внимание при разработке мер противодействия. Идентификация существенных характеристик коррупционных трансакций позволит сформировать комплекс эффективных мер в отношении различных видов коррупции с точки зрения сравнительных выгод и издержек противодействия. В данном случае мы исходим из функционального подхода к исследованию проблемы, что предполагает определение альтернативных мер противодействия коррупции, выявления сравнительных преимуществ и недостатков соответствующих альтернатив. При такой постановке вопроса верховая коррупция — приоритетное направление борьбы с точки зрения соотношения издержек и выгод при создании оптимального сдерживания нарушений формальных правил¹.

¹ *Stigler G. J.* The Optimum Enforcement of Laws // *Journal of Political Economy*. 1970. Vol. 78. No 3. Более подробно о влиянии верховой административной коррупции и коррупции с «захватом государства» см.: *Григорьев Л., Овчинников М.* Коррупция как препятствие модернизации (институциональный подход) // *Вопросы экономики*. 2008. № 2.

Реализация коррупционных трансакций может осуществляться в рамках как частного, так и политического рынков институтов. «Рынок институтов — это процесс, который позволяет индивидам выбирать правила игры в их сообществе. Посредством своих добровольных взаимодействий индивиды оценивают уже существующие правила, определяют и проверяют пригодность новых»². Выделяются два типа рынков институтов — политический и частный. На политическом рынке институтов действия сводятся к изменению существующего институционального устройства (явные институциональные сделки). В случае с частным рынком происходит выбор определенной институциональной формы поведения (неявные институциональные сделки). Таким образом, коррупционные трансакции³, реализуемые на частном рынке институтов, позволяют обеспечить выгоды и преимущества взяткодателю в условиях действующих институтов. Коррупционные трансакции, реализуемые на политическом рынке институтов, обеспечивают данные выгоды посредством изменения существующего институционального устройства (введения новых, изменения старых институтов регулирования).

Используя классификацию Всемирного банка⁴, можно сказать, что механизмом распространения административной коррупции⁵ является частный рынок институтов, а коррупции с «захватом государства» — политический рынок институтов. Аналогично процессу распространения любого института (с точки зрения его выбора и использования экономическими агентами) коррупционная трансакция, реализуемая на уровне политического рынка институтов, определяет характеристики частного рынка, а значит — степень распространения и характеристики административной коррупции. Подкуп лиц, принимающих стратегические решения, узкими группами интересов обеспечивает последним перераспределительные преимущества следующего рода: перераспределение дохода, перераспределение экономических возможностей, перераспределение экономических преимуществ⁶. Перераспределение

² Pejovich S. The Markets for Institutions Versus the Strong Hand of the State: The Case of Eastern Europe // Economic Institutions, Markets and Competition / B. Dallago, L. Mittone (eds.). Cheltenham: Edward Elgar, 1996. P. 117.

³ Под коррупционной трансакцией понимается действие индивида (взяткодателя) в форме отчуждения прав собственности на те или иные блага в пользу взяткополучателя в обмен на перераспределительные, экономические и иные преимущества, возникающие в результате изменения существующего институционального устройства (явные институциональные трансакции) или же выбора институциональной формы поведения, их обеспечивающей (неявные институциональные трансакции).

⁴ Hellman J., Kaufmann D. Confronting the Challenge of State Capture in Transition Countries // Finance and Development. 2001. September; Hellman J., Jones J., Kaufmann D. Seize the State, Seize the Day: State Capture, Corruption and Influence in Transition Economies / World Bank Policy Research Working Paper 2444. 2000. September; Anticorruption in Transition A Contribution to the Policy Debate / World Bank. 2000; Anticorruption in Transition 2 Corruption in Enterprise-State Interactions in Europe and Central Asia 1999—2002 / World Bank. Washington, DC, 2004.

⁵ Наш подход несколько отличается от подхода Всемирного Банка: (1) «захват государства» реализуется за счет разнообразных действий, включая и коррупционные явные трансакции, поэтому мы будем говорить о коррупции с «захватом государства» как элементе «захвата»; (2) административная коррупция не является однородной с точки зрения участвующих групп, размеров взяток, масштабов, механизмов сдерживания, поэтому данный вид будет разделен на три подвида. Это позволит определить существенные характеристики административной коррупции на каждом из ее уровней, дееспособные механизмы борьбы и существующие ограничения их реализации. Более того, такое разделение позволит более аккуратно проводить эмпирические исследования и осуществлять межстрановые сравнения их результатов.

⁶ Bromley D. W. Economic interests and institutions: The conceptual foundations of public policy. N.Y., 1989. P. 130; Тамбовцев В. Л. Экономическая теория институциональных изменений. М.: ТЕИС, 2005. С. 73.

экономических возможностей и преимуществ, как правило, ассоциируется с ухудшением институциональной среды функционирования частных субъектов, не участвующих в «захвате», что, в свою очередь, создает благоприятные условия (возможности вымогать административную ренту) для развития административной коррупции, распространяющейся посредством частного рынка институтов. Именно такой подход позволяет объяснить логику инициирования коррупционных сделок со стороны бизнеса и граждан, так же как искусственное создание барьеров (дефицита — если речь идет о государственных услугах) для бизнеса может быть по существу «принуждением к коррупции».

Если «захват» подразумевает добровольность обмена, то административная коррупция — как вымогательство со стороны чиновника (если существует возможность расширительной трактовки нормы регулирования), так и инициирование коррупционной транзакции со стороны частного субъекта. Можно сказать, что по уровню централизации и неопределенности коррупция с «захватом государства» более централизованна⁷ и ассоциируется (при прочих равных) с меньшим уровнем неопределенности (особенно если группа «захватчиков» и «захватываемых» остается стабильной), по сравнению с административной коррупцией (табл. 1), однако размеры взяток, уровень воздействия на экономический рост намного значительнее. Указанные характеристики коррупционных транзакций имеют ключевое значение с точки зрения стимулов как должностных, так и частных лиц, которые, принимая их во внимание, отбирают для себя наиболее эффективные модели поведения на частном рынке институтов.

Т а б л и ц а 1

Типология коррупции

| Тип | Субъект | | Сфера возникновения и распространения | Добровольность коррупционного обмена | Степень централизации | Уровень неопределенности |
|---|--|---|---------------------------------------|--|------------------------|--------------------------|
| | взяткополучатель | взяткодатель | | | | |
| Низовая административная 1 | Работник бюджетной сферы, рядовой чиновник* | Граждане | Частный рынок институтов | Добровольный, недобровольный обмен | Менее централизованная | Высокий |
| Низовая административная 2 | Рядовой чиновник* | Бизнесмены | | | | |
| Верховая административная | Местные и федеральные чиновники руководящих должностей | Бизнесмены, местные и региональные чиновники | Политический рынок институтов | Недобровольный обмен (<i>business capture</i>) | Более централизованная | Низкий |
| Коррупция с «захватом государства» (верховая коррупция) | Элементы политической элиты** | Бизнесмены, региональные и федеральные чиновники руководящих должностей | | Добровольный обмен | | |

* Следует допускать возможность передачи части коррупционных доходов вверх по административной лестнице.

** Возможная продажа должностей («кормление») цементирует систему коррупционных отношений.

⁷ В данном случае под централизацией понимается наличие возможности взяткополучателя координировать коррупционную транзакцию по отношению к остальным коррупционерам.

Как с точки зрения воздействия коррупции на экономический рост, так и с точки зрения мер противодействия указанные ее виды следует рассматривать в рамках разграничения низовой и верховой коррупции. Верховая коррупция — с точки зрения «общей классификации» — охватывает коррупцию «с захватом государства», а также наиболее масштабные коррупционные трансакции частного рынка институтов (верховая административная коррупция). Низовая коррупция представлена низовой административной коррупцией (низовая административная 1, 2), обладает всеобщностью и охватывает в каждой стране массу населения и фирм в отношениях с мелкими чиновниками различных ведомств. Нужно отметить, что деление коррупции на низовую и верховую достаточно условно, поскольку зависит от контекста исследования и характера исследуемого объекта. Указанные в табл. 1 типы коррупции не являются изолированными друг от друга, так как возможны различные варианты их взаимозависимости. Распространение коррупции одного типа может создавать благоприятные условия для другого. Например, распространение коррупции с «захватом государства», как правило, ассоциируется с ухудшением защиты прав собственности и качества институтов регулирования хозяйственной деятельности. В первом случае создаются условия для распространения захвата бизнеса государством (*business capture*), во втором — для распространения административной коррупции. В рамках же административной коррупции между различными ее уровнями возможна как конкуренция за административную ренту, так и взаимное сотрудничество с осуществлением передачи части коррупционной ренты вверх с целью обеспечения необходимого уровня лояльности вышестоящих должностных

Т а б л и ц а 2

Предмет коррупционной трансакции, релевантные и общие эффекты

| Типы коррупции | Основание | Релевантный эффект | Общий эффект |
|---|--|---|--|
| Низовая административная 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Услуга; ускорение законного решения • Обход санкции за нарушение законодательства | Перераспределение личных доходов, вытеснение индивидов с низкими доходами из потребления государственных услуг, снижение их качества, социальные конфликты | <ul style="list-style-type: none"> • Ухудшение состояния институциональной среды функционирования бизнеса, создание и воспроизводство инфраструктурных ограничений |
| Низовая административная 2 | Административные барьеры | <ul style="list-style-type: none"> • Перераспределение прибылей в личный доход (вычет из инвестиций), повышение уровня неопределенности • Воспроизводство ошибок первого и второго рода, снижение качества регулирования • Создание спроса на «захват государства» | <ul style="list-style-type: none"> • Рост неопределенности, связанный с непредсказуемым изменением правил игры (смена «захвата»), а также с отсутствием механизма координации и защиты коррупционных трансакций |
| Верховая административная | Распределение государственных расходов, захват частных активов чиновниками | Переход бюджетных средств в руки фирм, искажение структуры государственных расходов в пользу высокотратных проектов в ущерб улучшению использования существующей инфраструктуры, снижение эффективности государственных текущих и инвестиционных расходов, снижение качества реформы государственного сектора | <ul style="list-style-type: none"> • Ухудшение качества государственного управления |
| Коррупция с «захватом государства» (верховая коррупция) | Перераспределительные преимущества | Перераспределение власти, расходных полномочий, смещение целей управления в пользу интересов узкой группы, создание благоприятных условий для развития административной коррупции (ухудшение качества защиты прав собственности и контрактов, рост административных барьеров) | <ul style="list-style-type: none"> • Снижение доверия общества к государству |

лиц. В табл. 2 представлена взаимосвязь типов коррупции, предмета коррупционных трансакций и экономического эффекта.

2. Меры противодействия и группы поддержки

Методы борьбы, барьеры на пути коррупции зависят от четкой спецификации как типа исследуемых коррупционных сделок, так и институциональных условий, приводящих к их возникновению и распространению. Попытка использовать унифицированные методы борьбы («универсальное лекарство») для всех сфер воспроизводства коррупции будет иметь низкую эффективность, а также может привести к возникновению отрицательных внешних эффектов в виде роста масштабов коррупции в ряде сфер. Политический режим, поставивший своей задачей борьбу с коррупцией из политических, моральных и экономических соображений, должен обладать устойчивостью в течение достаточно долгого времени, с тем чтобы коррупционная карьера перестала быть приемлемой, нормальной, «планируемой» карьерой. Без движения сверху навстречу потребностям общественных групп и экономики коррупцию искоренить, разумеется, сложно, а решимость политической элиты на такие действия не гарантирована.

Разработанная классификация ориентирована прежде всего на фрагментацию типов коррупции в зависимости от характеристик ее воспроизводства и релевантного в плане экономического роста эффекта. Поэтому при рассмотрении четырех типов коррупции мы будем выделять специфические ее виды с точки зрения мер противодействия.

Опыт азиатских стран показывает, что эффективность антикоррупционных мер определяется как минимум двумя факторами: адекватностью мер по борьбе с коррупцией; характером стимулов политических элит⁸. Так, антикоррупционные меры должны иметь целью устранение источников коррупции, а не только пресечение ее отдельных фактов. В большинстве развивающихся стран с высоким уровнем коррупции основными ее причинами являются: низкий уровень заработной платы чиновников, широкие возможности осуществления коррупционной деятельности (что зависит от масштабов и характера регулирования), невысокая степень ожидаемой тяжести наказания.

Экономические агенты (в том числе должностные лица) выбирают оптимальные для себя модели поведения в условиях действующего институционального устройства. Даже самые эффективные правила (с точки зрения их проектировщика) могут не иметь ничего общего с фактическим поведением индивидов, если эти правила противоречат их частным интересам, а факт девиантного поведения легко скрыть. Механизм принуждения к исполнению правил — ключевой элемент, но не достаточный для полного соответствия поведения индивидов предписанной норме, поскольку обеспечение достаточной для этого вероятности наказания ассоциируется с запретительными издержками (особенно если речь идет о низовой коррупции или о коррупции, характеризующейся избирательным обменом). Институциональные изменения, направленные на снижение масштабов коррупции, входят в конфликт с интересами ресурсных групп, способных блокировать или имитировать соответствующие изменения (выгоды от соответствующих изменений достаются обществу в целом, а издержки несут отдельные группы, причем, как правило, ресурсные группы). Именно поэтому наряду с ограничениями необ-

⁸ *Quah Jon S. T.* Corruption in Asian Countries: Can It Be Minimized? // *Public Administration Review*. 1999. Vol. 59. No 6. P. 483—494.

ходимы и компенсации в различных их проявлениях, а также формирование коалиций как внутри, так и вне государства, способных преодолеть вето ресурсных групп. В процессе формирования коалиций приоритетное значение приобретают их переговорная сила, достоверные обязательства/угрозы относительно действий групп интересов *ex post*. Формирование достоверных обязательств при выявлении латентных случаев коррупции, как и в случае с компенсациями, смягчающими противодействие вводимым нормам, имеет важное значение, так как определяет стимулы одной из сторон к выявлению коррупционной трансакции. Такого рода обязательства можно создать лишь при наличии гаранта антикоррупционных норм, обладающего достоверной и достаточной мощностью, а также безупречной репутацией.

Проблема формирования коалиции, опора на которую позволит эффективно бороться с коррупцией, выглядит по-разному при рассмотрении административной коррупции или коррупции с «захватом государства». В рамках борьбы с «захватом государства» вероятность формирования широкой коалиции намного выше, чем при борьбе с административной коррупцией, поскольку последняя по своему составу — «низовая 1», «низовая 2», «верховая» — не является однородной, а интересы групп, релевантных данным типам коррупции, могут характеризоваться высокой степенью гетерогенности. В силу этого обстоятельства характер взаимоотношений групп интересов и процесс компенсаций будет различен.

Нетрудно заметить, что имеется связь между выбором мер и структурой стимулов основных релевантных общественных групп. Так, повышение уровня заработной платы чиновников и работников бюджетной сферы может значительно облегчить процесс борьбы с низовой административной коррупцией. В условиях переходного кризиса заработная плата чиновников (особенно в регионах) была достаточной только для реализации стратегии выживания, что создало благоприятную почву для коррупции (это относится прежде всего к низовой административной коррупции и к чиновникам на нижнем уровне иерархии⁹). С каждым годом коррупционная модель поведения в условиях низкой вероятности наказания и отсутствия легальных путей поддержания достойного уровня жизни становилась все более привычной не только для чиновников — служащих бюджетной сферы, но и для рядовых граждан, которые в большинстве своем продолжают использовать ее для решения своих проблем. Поэтому необходимо не только повышать альтернативные издержки для государственных служащих, но и воздействовать на стимулы частных лиц. Первое означает расширение горизонта планирования государственного служащего, повышение привлекательности государственной службы по отношению к альтернативным видам деятельности. Другими словами, потеря должности и смена места работы для должностного лица должны ассоциироваться со значительными издержками не только в краткосрочной, но и в среднесрочной перспективе (в настоящее время это не относится к должностным лицам нижнего уровня иерархии государственного аппарата). Второе предполагает четкую спецификацию санкций за применение практики коррупционных отношений, повышение данных санкций до уровня, способного сдерживать нарушения в соответствующих сферах. При этом санкции и ответственность в виде возмещения убытков, связанных с осуществлением коррупционной сделки, должны носить персональный характер.

⁹ Для верховой административной коррупции и коррупции с «захватом государства» наибольшее значение имеет репутация, потеря которой ассоциируется с потерей должности, а также внешние ограничения в форме общественного контроля.

В настоящее время уровень заработной платы чиновников приемлем (в бедных регионах он относительно высок по отношению к частному сектору), но еще не является конкурентоспособным по сравнению с показателями оплаты труда в частном секторе в развитых регионах или в крупных компаниях. Дифференциация заработных плат в различных секторах варьируется по регионам (при бюджетном выравнивании у госслужащих и пенсионеров), и чем она сильнее, тем больше потенциал коррупции.

Во-первых, высокая дифференциация в оплате труда порождает чувство несправедливости у чиновника, который пытается самостоятельно решить эту проблему. Во-вторых, чем выше дифференциация заработных плат, тем острее проблема негативного отбора кадров в государственном секторе. Исследования, проведенные в различных странах, демонстрируют наличие отрицательной связи между уровнями образования и преступности (включая и коррупцию)¹⁰. Казалось бы, Россия является исключением, поскольку высокий уровень коррупции в нашей стране сочетается с относительно высоким уровнем образованности населения, однако различия между уровнем образования элит и бизнесменов, с одной стороны, и чиновников — с другой, довольно велики. В-третьих, в условиях низкой заработной платы стимулы руководителя, стремящегося удержать конкурентоспособных исполнителей, с точки зрения борьбы с коррупцией явно недостаточны. Обеспечивая низкую вероятность наказания за коррупционную деятельность, он получает возможность применять политику «кнута и пряника» (поддерживая лояльность подчиненных). В этом проявляется опасность перекоса в сторону силовых методов борьбы с коррупцией без осуществления необходимых институциональных изменений. Такая стратегия может привести к сохранению или даже к увеличению масштабов коррупции.

Сокращение дифференциации доходов служащих в частном и государственном секторах при адекватной вероятности наказания за коррупционную деятельность, что определяется внедрением эффективных механизмов контроля, стимулирования (ориентации чиновника на результат) и подотчетности обществу, изменят структуру выгод и издержек, а значит — и структуру стимулов.

Т а б л и ц а 3

Субъекты и объекты коррупции — аналитические группы

| Тип | Взятополучатель (бенефициар — приобретатель преимуществ) | Взятодатель (плательщик или те, кто пред- ставляет преимущества) |
|---|--|---|
| Низовая административная 1 | Региональные чиновники | Средние и бедные слои общества |
| Низовая административная 2 | Региональные и федеральные (низовые) органы | Средний и малый бизнес |
| Верховая административная | Представители федеральной и региональной бюрократии | Бизнес, включая часть крупного бизнеса |
| Коррупция с «захватом государства» (верховая коррупция) | Представители политической элиты | Крупный бизнес, региональные и федеральные чиновники руководящих должностей |

¹⁰ *Usher D.* Education as a Deterrent to Crime // *The Canadian Journal of Economics / Revue canadienne d'Economie*. V. 30. No 2. 1997. P. 367—384; *Lochner L., Moretti E.* The Effect of Education on Crime: Evidence on Prison Inmates, Arrests, and Self-Reports // *The American Economic Review*. 2004. Vol. 94. No 1. P. 155—189.

В табл. 3 представлены субъекты и объекты коррупции, которые при определенных условиях могут рассматриваться в качестве коалиций противодействия.

Образованное население, развитый бизнес и повышение уровня благосостояния не только представителей бизнеса, но и более широких слоев среднего класса, включая чиновничество, создают условия для снижения уровня коррупции, перелома в сознании граждан (поворот к идее неприемлемости коррупции) и принятия крупным бизнесом решения о необходимости изменения правил игры¹¹.

Вопрос о том, какие общественные группы реально готовы к борьбе с коррупцией, является основным¹². Авторы исходят из предположения о «естественной» антикоррупционной позиции интеллектуальной элиты, бедных и средних слоев населения, малого и среднего (регионального) бизнеса, причем по отношению как к низовой, так и к верховой коррупции.

Сложнее положение региональных властей, находящихся (при нынешней системе распределения доходов) в состоянии постоянного лоббирования своих интересов. Власти регионов (особенно благополучных) заинтересованы в ликвидации зависимости от федеральных чиновников, у которых, по существу, им приходится выпрашивать свои же налоговые платежи для инвестирования в инфраструктуру. Безусловно, они заинтересованы в сокращении «федеральных проблем» (однако при этом не обладают достаточной переговорной силой), но локальную борьбу с низовой и «региональной» административной коррупцией, а также с коррупцией с «захватом государства» на региональном уровне они вести не заинтересованы.

Намного сложнее положение крупного бизнеса, который в меньшей степени страдает от административной коррупции, но вряд ли может отказаться от воздействия на государственные органы в своих интересах. Крупный бизнес (как и наиболее состоятельные 20% населения) объективно заинтересован в хорошем государственном аппарате, в высоких рейтингах страны. Проблема заключается в том, что отдельные ФПГ имеют традиционные преимущества в решении своих проблем и отказ от них в пользу конкурирующих групп и лоббистов выглядит нереалистичным. Те представители бизнеса, которым недоступен «захват государства», заинтересованы в снижении уровня его распространения (как правило, это относится к малому и среднему бизнесу); при этом чем меньше для них проблема «захвата» смягчается административной коррупцией (что определяется сравнительными издержками коррупционных и легальных трансакций), тем больше данная заинтересованность.

Федеральная бюрократия и политическая элита всегда выступают против коррупции, но эффективность их борьбы подрывается постоянным давлением частных групп интересов, оппортунистическим поведением должностных лиц. Поэтому стимулы данной группы в отношении борьбы с верховой административной коррупцией и с коррупцией с «захватом государства» находятся на крайне низком уровне. В сфере противодействия низовой административной коррупции 1 и 2 рассматриваемая группа может иметь весомые стимулы, однако успех противодействия зависит от преодоления оппортунистического поведения должностных лиц на нижнем уровне

¹¹ В конце 1920-х годов несколько крупных бизнесменов Чикаго образовали секретный орган для борьбы с Аль-Капоне и мафией. Им принадлежит заслуга смены мэра и осуществления других шагов по ограничению преступности, которые остались в некоторой тени по сравнению с действиями «федералов».

¹² См.: Григорьев Л. М. Конфликты интересов и коалиции // Pro et Contra. 2007. Сентябрь. С. 114. Табл. 4.

иерархии государственного аппарата. Это свидетельствует о необходимости координации антикоррупционных мер и реформы государственной службы, а также бюджетной реформы, предусматривающей создание информационной инфраструктуры внутриведомственного, общественного контроля и механизмов стимулирования. Во всяком случае, при разработке любых схем борьбы с коррупцией необходимо видеть возможные конфликты интересов. Естественной стратегией было бы постепенное отсечение тех или иных сфер от административной коррупции с одновременным ограничением возможностей «захвата государства».

3. Коррупция «низовая административная 1»

С точки зрения мер противодействия рассматриваемому типу коррупции определяющее значение имеет добровольность обмена¹³. Уровень добровольности коррупционного обмена формирует стимулы его участников, а следовательно, и издержки выявления и противодействия коррупции. В свою очередь, добровольность обмена зависит от сравнительных преимуществ и недостатков коррупционных форм поведения по отношению к легальным формам. Так, с точки зрения индивидуального выбора для должностного лица основные факторы сравнения — текущие и ожидаемые выгоды, ассоциируемые с реализацией легальной стратегией поведения, вероятность наказания за коррупционные сделки, тяжесть такого наказания. Для хозяйствующего субъекта при вступлении в отношения с работником бюджетной сферы или с чиновником значение имеют сравнительные выгоды той или иной формы поведения, выражающиеся в минимизации затрачиваемых временных и материальных ресурсов осуществления действия (получения разрешения, справки и т. п.), а также уровень неопределенности при реализации коррупционных сделок.

*Коррупция «низовая административная 1»,
характеризующаяся добровольным обменом в сфере
применения санкций за нарушение законодательства*

В рамках добровольной коррупционной трансакции стимулы ее участников таковы, что выявлять латентные случаи коррупции посредством формирования одной из сторон сигнала невозможно (поскольку стороны заинтересованы в сокрытии факта коррупционной трансакции), а повышать вероятность наказания за коррупционную деятельность до уровня, позволяющего сдерживать нарушение закона, запретительно дорого для государства. Поэтому при добровольной коррупционной трансакции оптимальный (с точки зрения выгод и издержек) вариант противодействия — повышение уровня альтернативных издержек для должностных лиц и тяжести наказания за коррупционную деятельность для всех участников коррупционной трансакции. Другими словами, необходимо снижать сравнительные (по отношению к легальным формам) выгоды и повышать издержки коррупционных форм поведения. Если рассматривать коррупционные трансакции, целью которых является избежание санкций за нарушение законодательства, то основная проблема здесь — ослабление роли закона (выражающееся в том,

¹³ Добровольная коррупционная трансакция — это трансакция, при которой, как правило, инициатором выступает взяткодатель и коррупционное действие основано не на «запросах» (явных или неявных) должностного лица, а на рациональном выборе взяткодателя.

что в рамках индивидуального выбора норма не принимается во внимание). В такой ситуации повышение тяжести наказания за нарушение норм соответствующего закона (например, размера штрафа за нарушение правил дорожного движения) приведет к параллельному росту среднего размера взятки в соответствующей сфере, что усилит механизм сдерживания. Однако в этом случае существуют значительные риски того, что при очень высоких штрафных санкциях за нарушение закона должностные лица будут провоцировать или симулировать нарушения индивидов с целью вымогательства¹⁴. Это говорит о том, что данный метод применим лишь в некоторых сферах, таких, например, как контроль соблюдения правил дорожного движения, и неприменим в сферах, где нарушение может быть спровоцировано должностным лицом (такими как налоговый контроль).

В случае если имеет место конфликт по поводу возникновения ущерба вследствие нарушения законодательства лицом или группой лиц, в действие вступают механизмы разрешения гражданско-правовых споров. Основная проблема здесь — возникновение ошибок первого и второго рода, однако в отличие от предыдущего случая факт коррупционной трансакции скрыть сложнее. Поэтому необходимо создавать стимулы для индивидов, которым был нанесен ущерб, формировать соответствующие сигналы. Очевидно, что особую роль играет наличие гаранта, способного разрешать такого рода конфликты, его репутация, механизмы возмещения ущерба, а также качество внесудебных механизмов разрешения конфликтов (сам факт возможности их использования может оказать положительное воздействие на сдерживание нарушений законодательства должностными лицами).

*Коррупция «низовая административная I»
(добровольная и недобровольная)
в сфере предоставления услуг населению*

Административная низовая коррупция в сфере государственных услуг возникает вследствие возможностей должностного лица ограничивать объем или качество предоставляемых им услуг либо осуществляемых действий. Как и в предыдущем случае, важным фактором при определении методов борьбы с коррупцией выступает добровольность обмена. При этом если в предыдущем разделе речь шла только о проблеме воспроизводства сигнала одной из сторон коррупционной трансакции с целью выявления их латентных случаев, то в случае с предоставлением государственных услуг речь идет об ограничении применения некоторых «общепринятых» методов противодействия коррупции. Примером может служить так называемая коррупция с кражей (в более общем смысле — коррупция, создающая в результате экономические выгоды взяткодателю в ущерб эффективному распределению государственных ресурсов или поступлению средств в бюджет), которая предполагает добровольность коррупционного обмена и, как правило, отсутствие явного распределительного конфликта вне коррупционной трансакции. В таком случае применение мер, направленных на увеличение конкуренции между должностными лицами, предоставляющими услуги, может спровоцировать рост масштабов «коррупции с кражей» (рост конкуренции => снижение среднего размера взятки => вход новых участников на коррупционный рынок

¹⁴ По сути, речь идет о том, что данный метод может спровоцировать воспроизводство ошибок второго рода вследствие намеренного создания условий для нарушения или симулирования такого нарушения должностным лицом.

со стороны спроса (смена конкурирующей модели поведения на частном рынке институтов) => рост масштабов коррупции), особенно если рост частоты коррупционных транзакций не ассоциируется для должностного лица с повышением вероятности наказания. Поэтому при таких характеристиках коррупции данного типа меры должны сочетаться с ощутимым повышением вероятности наказания должностного лица.

Воздействие на стимулы должностных лиц и адресатов услуг возможно посредством создания стандартов качества услуг и процедур их предоставления (сроков, раскрытия информации о каналах обращения, возможностях обжалования решений и действий должностного лица), что особенно важно в условиях недобровольной коррупции. Такого рода стандарты должны формироваться с участием заинтересованных граждан и находиться в открытом доступе для всех желающих, а также дополняться наличием внесудебных механизмов разрешения споров. Кроме того, необходимо оценивать качество исполнения соответствующих стандартов путем различных механизмов. Изменение поведения адресатов услуг в плане формирования сигнала о нарушении их законных прав зависит от того, как они оценивают выгоды от действий в форме жалоб на должностное лицо, нарушавшего должностной регламент. Это означает, что необходимо наличие гаранта указанных стандартов и регламентов предоставления услуг с достоверными достаточными полномочиями и мощностью, а также механизма компенсаций адресатам соответствующих услуг при нарушении их прав.

4. Коррупция «низовая административная 2»

Основным методом борьбы с «низовой административной коррупцией 2» является устранение административных барьеров входа и функционирования бизнеса, снижение дискреционных зон для должностного лица. При этом на начальных стадиях необходим пересмотр роли государства в экономике. Другими словами, нужно определить сферы экономической деятельности, где необходимо присутствие государства (в данном случае в роли регулятора), масштабы и характер такого присутствия. Для того чтобы получить адекватную картину, отражающую совокупность проблем бизнеса, характеристик коррупционного обмена в соответствующих сферах, необходимо провести независимое исследование, структурированное в соответствии с существующими типами коррупции. Наиболее проблемные сферы следует подвергнуть анализу на предмет применения альтернативных способов регулирования деятельности хозяйствующих субъектов или устранения регулирования как такового. Осуществление системных институциональных изменений в сфере регулирования требует привлечения институтов гражданского общества и экспертного сообщества. Особую роль в этом случае играет переговорная сила данных групп в плане учета их мнения при принятии окончательного решения. Поэтому процедуры фиксации позиции экспертов и представителей адресатов регулирования, а также высокий уровень прозрачности процесса принятия решений органами власти — необходимое условие для создания эффективного механизма принятия стратегических решений (более подробно об отборе альтернатив регулирования см. в разделе «Коррупция с „захватом государства“»). Ключевая проблема состоит в том, что федеральные органы власти, являющиеся регуляторами, должны сужать масштабы регулирования и тем самым урезать свои полномочия и полностью сворачивать часть деятельности. Данную проблему невозможно решить без формирования коалиций, способных преодолеть вето при принятии стратегических решений,

а также без компенсаций для групп, несущих издержки в процессе институциональных изменений.

При противодействии «низовой административной коррупции 2» в условиях действующих форм институционального регулирования деятельности экономических агентов необходимо, как и в случае с «низовой административной коррупцией 1», учитывать характеристики коррупционной трансакции с точки зрения уровня добровольности обмена.

*Коррупция «низовая административная 2»,
характеризующаяся добровольным обменом*

Причинами возникновения избирательной «низовой административной коррупции 2», как правило, являются высокие административные барьеры входа на рынок и функционирования бизнеса, наличие возможностей для должностного лица осуществлять коррупцию «с кражей» или предоставлять преференциальный режим регулирования конкретному субъекту. В этих условиях меры противодействия (помимо выделенных в разделе 2) должны быть направлены на четкую регламентацию действий должностного лица (например, в случае с предоставлением разного рода льгот — определение предоставляющего льготы субъекта, а также характеристик адресата льгот) и контроль исполнения процедур, установленных регламентом. Если существует внешний по отношению к коррупционной трансакции распределительный конфликт (например, при дискриминации хозяйствующих субъектов должностным лицом в процессе предоставления льгот), необходимо создавать прозрачную систему обжалования действий должностного лица, а также механизмы компенсаций пострадавшей стороне.

*Коррупция «низовая административная 2»,
характеризующаяся неизбирательным обменом*

Причинами возникновения «низовой административной коррупции 2», характеризующейся недобровольным обменом являются, как правило, существующие дискреционные зоны в законодательстве (что позволяет должностному лицу трактовать норму в своих интересах и навязывать коррупционную модель поведения), злоупотребления должностным лицом служебным положением. Первое предполагает сокращение зон неопределенности в законодательстве, возможностей расширительной трактовки норм в действующих нормативных правовых актах, обеспечение консультационной поддержки адресатам регулирования, способствующей снижению их издержек при изучении правил, а также выявлению случаев дезинформирования должностными лицами адресатов регулирования. Второе предполагает повышение персональной ответственности должностных лиц, злоупотребляющих служебным положением, создание механизмов разрешения споров и обжалования решений должностного лица (которые позволяли бы решать конфликтные ситуации с относительно низкими издержками и в короткие сроки) в совокупности с информационной инфраструктурой таких механизмов.

В случае с реализацией разрешительных норм (например, лицензирование), оставляющих для должностного лица возможности создавать барьер входа экономического агента на рынок, действенным является повышение конкуренции между субъектами, реализующими такого рода властные услуги, что, разумеется, не искоренит коррупцию в соответствующей сфере, однако приведет к снижению транзакционных издержек адресата регулирования.

5. «Верховая административная» коррупция

Перераспределение государственных ресурсов при реализации масштабных инфраструктурных проектов, государственных заказов на поставки работ (услуг) для государственных нужд подвержены значительным коррупционным рискам. Данные риски наиболее высоки в условиях сращивания бизнеса и государства, высокого уровня асимметрии информации между лицами, отвечающими за процесс перераспределения соответствующих ресурсов, и обществом а также в условиях высокого значения субъективного фактора при выборе направлений (что предполагает формирование целей), исполнителя и способа реализации бюджетных средств. Указанные причины воспроизводства «административной верховой» коррупции невозможно полностью свести на нет, можно лишь смягчить их воздействие, поэтому на начальном этапе следует исходить из презумпции неэффективности государства в сфере производства каких-либо благ, что означает вывод государства из сфер инвестиционной политики, в которых отсутствуют провалы рынка (речь в том числе идет и о национальных корпорациях), или ориентацию на альтернативные самостоятельному производству способы создания инфраструктуры (например, посредством коммерческой концессии) там, где такие провалы существуют. Последнее, в свою очередь, означает необходимость создания благоприятных условий для реализации частно-государственных партнерств (при этом нужно понимать, что данная сфера также подвержена коррупционным рискам, поэтому процедуры отбора контракторов представляют собой значимый компонент). Как и в случае с «низовой административной коррупцией 2», подобные решения приводят к потере скрытого дохода ряда должностных лиц, как правило участвующих в процессе принятия решений в области инфраструктурных и иных инвестиций государства. Именно поэтому необходимо привлекать внешних экспертов, представителей бизнеса и общественных организаций при формировании переговорной силы данных групп, достаточной для учета их мнения, что предполагает обеспечение максимальной прозрачности процесса принятия решений и учета (фиксации) мнения заинтересованных лиц. Эти эксперты должны участвовать в процессе отбора не только альтернативных способов достижения цели, но и определения соответствующей цели. В противном случае лица, принимающие стратегические решения, будут исходить из презумпции неэффективности рынка с целью подмены рынка «эффективным государством» (так как это увеличит объем перераспределяемых ресурсов, а значит — и потоки ренты).

В тех сферах, где государственное участие неизбежно, следует обратить особое внимание на разделение бизнеса и власти, что требует выявления аффилированных с государством групп и контроля за их деятельностью. Разделение бизнеса и власти имеет ключевое значение с точки зрения преодоления как добровольной, так и недобровольной верховой административной коррупции, которая в большинстве случаев представляет собой не что иное, как захват бизнеса государством (*business capture*).

Важнейшее значение для противодействия добровольной «административной верховой» коррупции имеют три направления: размещение государственных или муниципальных заказов на поставки работ (услуг) для государственных нужд; предоставление государственной или муниципальной помощи; распределение прав на государственные ресурсы (недвижимость, земельные, водные, лесные ресурсы и т. п.). Следует обратить внимание на то, что в данных сферах высока вероятность перераспределительного конфликта

вне коррупционной трансакции, а следовательно, выявление коррупционной трансакции возможно с минимальными для государства издержками.

Первое из указанных направлений предполагает формирование эффективных норм, регламентирующих процесс размещения государственного заказа, отбор поставщиков, оценку эффективности реализации бюджетных средств, а также создание гаранта, обладающего необходимой мощностью для адекватного сдерживания нарушений данных норм. Изменение норм необходимо осуществлять в части снижения значения субъективного фактора при отборе исполнителя (в первую очередь это касается НИР), а также проработки вопроса публичности процесса размещения государственного заказа и расходования бюджетных средств (сопоставление издержек и достигнутого результата). В тех случаях, когда единственным значимым фактором выступает цена контракта, целесообразно использовать электронные торги или товарные биржи, сводящие возможность сговора практически к нулю. С точки зрения масштабных инвестиционных проектов государства следует осуществлять независимый экономический аудит, включающий оценку обоснованности издержек как *ex ante* (то есть планируемых расходов), так и *ex post*. Последнее относится и к субъектам естественных монополий, которых при этом необходимо стимулировать к выводу непрофильных видов деятельности и к отбору поставщиков на конкурсной основе (по крайней мере, в тех случаях, где единственным значимым критерием выступает цена контракта).

В части предоставления государственной или муниципальной помощи необходимо четкое законодательное определение характеристик такой помощи, субъектов, обладающих правом предоставлять государственную или муниципальную помощь, объекта помощи и процедур ее предоставления. Механизмы обжалования решений должностных лиц, информационная инфраструктура института государственной помощи, включающая консультационную поддержку экономических агентов, — также необходимые условия снижения коррупционных рисков в данной сфере.

Третье направление предполагает введение аукционных форм распределения государственных ресурсов, что, как и в случае с размещением государственного заказа, требует четкой конкретизации норм, обеспечения публичности процесса распределения государственных ресурсов, механизмов контроля соблюдения процедур.

Важнейшие факторы противодействия коррупции — координация деятельности органов власти, контролирующих процесс расходования бюджетных средств и распределения государственного имущества (прокуратура, Счетная палата, ФАС России и т. д.), а также создание действенного механизма санкций за нарушение процедур (размещения государственного заказа, распределения государственных ресурсов и предоставления государственной помощи). Данный механизм должен включать санкции экономического и административного характера, накладываемые на отдельных должностных лиц, а тяжесть этих санкций должна соответствовать тяжести преступления и ущербу от коррупционной деятельности, а не заработной плате должностного лица.

6. Коррупция «с захватом государства»

Большинство стран с переходной экономикой попали в так называемую ловушку равновесия на низком уровне (*low-level equilibrium trap*), в которой реформы, угрожающие концентрации экономической и политической

власти ресурсных групп интересов, были свернуты на начальном этапе или дискредитированы в ходе их реализации. Существующие ресурсные группы интересов оказывают влияние на лиц, принимающих стратегические решения, обеспечивая им разного рода выгоды. Данные группы могут быть различными по своим характеристикам — как в плане интересов (узкие или широкие), так и в плане тех выгод, которые они могут предоставлять должностным лицам (голоса на выборах, помощь в продвижении, материальные выгоды). Решения о том, в пользу какой из групп распределять права или ресурсы, а также о характеристиках таких прав принимаются в контексте политических, административных и экономических выгод. Из сказанного следует, что чем выше уровень политической конкуренции в стране и выше значимость репутации, тем в большей степени лица, принимающие стратегические решения (то есть решения, определяющие траекторию институциональных изменений и характер распределения государственных средств), ориентируются на политические или административные выгоды и тем менее они заинтересованы в сохранении коррупционных отношений. По сути, меры, имеющие целью снижение уровня коррупции с «захватом государства», направлены на реформирование процесса ввода новых институтов и формирование долгосрочных ориентиров экономической политики. Данная проблема не имеет универсального решения, и меры по ее решению должны базироваться на определении заинтересованных в эффективном государстве групп, обладающих достаточной переговорной силой для снятия перераспределительного конфликта. Речь здесь идет о так называемом рынке влияния¹⁵, который характеризуется двумя весомыми факторами: прозрачностью влияния и уровнем конкуренции. Разумеется, чем выше уровень прозрачности «рынка влияния», а также уровень конкуренции, тем ниже вероятность воспроизводства «равновесия на низком уровне» (то есть тем ниже вероятность «захвата государства», результатом которого является перераспределение выгод в пользу узких групп интересов и в ущерб общему благосостоянию).

Выделяются четыре основные причины воспроизводства коррупции с «захватом государства»:

- низкое качество институтов, регулирующих процесс финансирования политических партий;
- низкий уровень социальной организации, организации коллективного действия;
- высокая концентрация экономической власти;
- отсутствие институтов, регулирующих процесс «открытого» влияния.

В соответствии с этими причинами комплекс мер противодействия коррупции с «захватом государства» следует сосредоточить на трех направлениях:

- увеличение конкуренции на «рынке влияния» посредством обеспечения широкого доступа групп к «рынку»;
- формирование эффективных механизмов производства новых правил;
- повышение качества правил и механизмов контроля финансирования частными организациями политических партий.

Первая группа мер включает следующее: развитие бизнес-ассоциаций, реализующих общие, а не частные интересы; создание эффективных институтов антимонопольного регулирования, препятствующих повышению уровня

¹⁵ *Hellman J. S. Strategies to Combat State Capture and Administrative Corruption in Transition Economies. Background Paper Prepared for the Conference “Economic Reform and Good Governance: Fighting Corruption in Transition Economies”. 2007.*

экономической концентрации и устраняющих антиконкурентные преимущества; создание консультативных советов в сфере экономической политики, включающих представителей бизнеса (ассоциаций), экспертного сообщества и должностных лиц, принимающих стратегические решения. Особое значение имеет переговорная сила данных групп, которая, в свою очередь, зависит и от процедур принятия решений; следовательно, данная группа мер должна рассматриваться в совокупности со второй группой мер (см. далее).

Вторая группа мер предполагает выстраивание процедур проектировки, согласования, отбора наиболее эффективных правил, нацеленных на общественное благосостояние. Другими словами: вводятся правила, регулирующие производство новых правил, эффективно реализующих принципы институционального проектирования¹⁶, частным случаем которых является оценка регулирующего воздействия. В данном случае важнейшая составляющая — механизм включения гражданского общества в процесс проектировки и ввода новых правил игры (например, механизм публичного слушания).

В третью группу входят действия, направленные на создание прозрачных, легальных механизмов финансирования политической деятельности, а также на раскрытие информации о доходах и расходах должностных лиц, принимающих стратегические решения.

Т а б л и ц а 4

Предмет коррупционной трансакции, релевантные и общие эффекты

| Типы коррупции | Виды коррупционных трансакций | Релевантные меры противодействия | |
|----------------------------|-------------------------------|---|---|
| Низовая административная 1 | добровольная трансакция | <ul style="list-style-type: none"> • Повышение альтернативных издержек для должностных лиц • Повышение ожидаемой тяжести наказания за коррупционную деятельность | |
| | недобровольная трансакция | <ul style="list-style-type: none"> • Формирование стандартов качества услуг, регламентов и правил предоставления услуг • Развитие механизмов защиты потребителей услуг, включая досудебные механизмы разрешения споров • Создание информационной инфраструктуры (информационно-консультативной поддержки защиты прав потребителей) | |
| Низовая административная 2 | добровольная трансакция | <ul style="list-style-type: none"> • Пересмотр роли государства (сокращение масштабов регулирования, изменение характеристик регулирования, устранение регулирования вообще) • Снижение дискреционных зон в законодательстве | <ul style="list-style-type: none"> • Регламентация исполнения должностным лицом установленных функций (в некоторых сферах включающая процесс согласования решений с релевантным гарантом) • Контроль соблюдения процедур исполнения установленных функций |
| | недобровольная трансакция | <ul style="list-style-type: none"> • Повышение альтернативных издержек для должностных лиц • Повышение ожидаемой тяжести наказания за коррупционную деятельность | <ul style="list-style-type: none"> • Повышение конкуренции между субъектами, реализующими властные услуги • Развитие внесудебных механизмов разрешения конфликтов, предусматривающих компенсацию ущерба, и информационной инфраструктуры данных механизмов • Повышение уровня персональной ответственности должностного лица в случае злоупотребления служебным положением и нарушения должностного регламента |

¹⁶ Тамбовцев В. Л. Экономическая теория институциональных изменений.

| Типы коррупции | Виды коррупционных транзакций | Релевантные меры противодействия |
|---|-------------------------------|---|
| Верховая административная | добровольная транзакция | <ul style="list-style-type: none"> • Вывод государства из сфер инфраструктурной политики, где отсутствуют провалы рынка • Ориентация на привлечение частных инвестиций в создание инфраструктуры (например, посредством коммерческой концессии) • Развитие институтов, регулирующих сферу размещения государственных или муниципальных заказов на поставки работ (услуг) для государственных нужд • Развитие институтов, регулирующих предоставление государственной или муниципальной помощи • Развитие институтов, регулирующих распределение прав на государственные ресурсы • Создание эффективных механизмов координации деятельности органов власти, контролирующих процесс расходования бюджетных средств и распределения государственного имущества |
| Коррупция с «захватом государства» (верховая коррупция) | добровольная транзакция | <ul style="list-style-type: none"> • Увеличение конкуренции между группами интересов на «рынке влияния» (что предполагает демонаполизацию их переговорной силы) — развитие бизнес-ассоциаций, реализующих общие, а не частные интересы; создание эффективных институтов антимонопольного регулирования, препятствующих повышению уровня экономической концентрации и устраняющих антиконкурентные преимущества; создание консультативных советов в сфере экономической политики • Формирование эффективных публичных механизмов производства новых правил, предусматривающих учет мнения бизнес-ассоциаций и экспертного сообщества • Повышение качества правил и механизмов контроля финансирования частными организациями политических партий |

ВЛИЯНИЕ МОДЕРНИЗАЦИИ СЕТИ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ДОРОГ НА РЕГИОНАЛЬНУЮ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЮ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Максим ПЕТРОНЕВИЧ

преподаватель кафедры
экономической теории ГУ-ВШЭ,
ведущий эксперт фонда экономических
исследований «Центр развития»

Оικονομία • Πολιτικά

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • ΠΟΛΙΤΙΚΑ

Т е о р и я

Проблематика влияния развития сети федеральных автодорог на экономический рост мало исследована в отечественной науке. В зарубежных работах применялись разные подходы к анализу вопроса, но по ряду причин (о которых будет сказано ниже) эти методы не могут быть применены к анализу российской действительности.

Исследование показало, что интенсивность межрегионального товарооборота потребительских товаров обратно пропорционально зависит от времени в пути между двумя регионами. На этой основе был разработан показатель, который позволяет оценить транспортную доступность региона с учетом экономического размера соседних регионов. Показатель транспортной доступности продемонстрировал значимую (0,38) корреляцию с приростом товарооборота (в постоянных уенах) в регионах за 2004—2006 годы.

Изменения показателей транспортной доступности в результате модернизации сети федеральных автодорог свидетельствуют об усилении дифференциации между центральными и восточносибирскими регионами. Наиболее высокие темпы роста показателя наблюдаются в тех регионах, которые либо соседствуют с крупными территориями, либо находятся вдоль основных экономических «осей»: южная ось «Москва—Краснодар», северная ось «Москва—Санкт-Петербург»; восточная ось «Москва—Нижний Новгород—Казань—Уфа». Кроме того, выявлена проблема недостаточ-

ной перспективной модернизации некоторых участков федеральных дорог, которые являются единственной связующей нитью между некоторыми регионами и остальной частью федеральных дорог РФ.

1. Введение

В настоящее время из-за несоответствия уровня развития дорожной сети спросу на автомобильные перевозки экономика и население страны несут значительные потери. Россия существенно отстает от ведущих зарубежных стран по показателям подвижности населения, скорости доставки грузов, плотности дорожной сети. Это приводит к снижению конкурентоспособности отечественных производителей, к высокой доле транспортной составляющей в себестоимости продукции, к сдерживанию роста производительности труда, межрегионального товарооборота и объемов инвестиций. Неравномерное развитие дорожной сети препятствует выравниванию уровней социально-экономического развития субъектов Российской Федерации — в настоящее время около 40% территории РФ, на которой проживает 1,3% населения России, не имеет выхода на опорную сеть автодорог.

Несмотря на высокую значимость дорожной сети федеральных автодорог для социально-экономического развития страны, изучению данного вопроса не уделялось достаточного внимания в отечественной науке. Это можно объяснить тем, что в большинстве развитых стран строительство дорог рассматривалось либо в контексте ликвидации последствий экономического роста (то есть при уже выраженной нехватке пропускной способности), либо в рамках инвестиционных проектов развития крупных производств или логистических узлов. Как правило, строились дороги между уже развитыми к тому моменту регионами, динамизм которых в значительной степени зависел от других факторов. Насколько известно автору статьи, только в трех развитых странах — США, Германии и Китае — вопрос о строительстве автодорог рассматривался в контексте стимулирования роста и выравнивания уровня развития регионов. В США впервые этот вопрос был поднят при строительстве сети федеральных дорог (*interstates*) и региона Аппалачей в 1955—1965 годах, в Германии — при возобновлении строительства сети автобанов (*autobahn*) в 1950-х годах, в Китае — в настоящее время.

Размеры выделенных из различных бюджетов средств на строительство (в общей сложности более 2 трлн руб. в ценах 2007 года), равно как и предполагаемая общая протяженность строительства и реконструкции дорог (более 16 тыс. км), обуславливают необходимость проведения исследований, позволяющих оценить эффективность вложений в развитие автодорог¹, в том числе с учетом топологии. Последнее важно, поскольку в условиях большой региональной дифференциации эффективность вложенного рубля существенно зависит от того, где именно была произведена модернизация или строительство дороги. Кроме того, подобные исследования о влиянии

¹ В США вопрос о повсеместном развитии дорог вызвал бурные дебаты, так как между «вложением крупных средств в наименее развитые регионы для активизации экономического роста» и распространенной практикой «сосредоточения инвестиций на территориях, в наибольшей степени обладающих возможностями для последующего роста», явно ощущалось противоречие. Наибольшую известность тогда получила критика Манро. Основным его аргументом было то соображение, что «...выгоды от развития системы автомагистралей никогда и никем не были ясно сформулированы» (*Munro J. M. Planning the Appalachian Development Highway System: Some Critical Questions // Land Economic. 1969. Vol. 45. No 2. P. 150—161*). Также был непонятен механизм торможения экономического роста из-за отсутствия дорог.

строительства дорог на рост грузо- и пассажиропотока между регионами могут стимулировать приток частного капитала в развитие автодорог.

Региональный подход к проблеме анализа влияния развития автодорог применительно к российской действительности представляется более доступным и адекватным по сравнению с отраслевым или макроэкономическим подходом. Во-первых, региональный подход позволяет принимать во внимание топологию дорог, что в перспективе дает возможность произвести анализ обратного влияния — развития регионов на загрузку магистральных дорог. Во-вторых, учет топологии очень важен, поскольку в противном случае влияние строительства дорог на рост макропоказателей будет инвариантно относительно местоположения дороги, что неверно вследствие значительной территориальной дифференциации РФ.

К сожалению, по большей части подходы зарубежных исследователей к оценке эффективности строительства дорог² не удается адаптировать к российской экономике по ряду существенных причин.

Во-первых, не удается найти данные (по крайней мере, их нет в открытом доступе) о качестве, протяженности и интенсивности движения на дорогах в прошлом; вероятно, таких данных просто не существует.

Во-вторых, использование параметрических подходов, основанных на анализе глубоких ретроспективных данных, затруднено, поскольку российская экономика на протяжении последних двадцати лет функционировала в различных экономических режимах. Говорить об однородности механизмов спроса на инфраструктурный капитал или его влияния на развитие экономики в подобных условиях не представляется возможным. Американская и немецкая экономики на протяжении всего рассматриваемого в работах периода (с 1956 года) являлись рыночными.

В-третьих, все изученные автором подходы представляют собой исторический *ex post* анализ конкретной реализованной «схемы» магистральных дорог и ни в одной из работ не ставился вопрос о том, что было бы, будь план автомобильных магистральных дорог иным. Применительно к поставленной проблеме это является серьезным недостатком, поскольку модернизация дорог только планируется.

В настоящей работе рассматривается влияние модернизации сети федеральных дорог на рост товарооборота в РФ и его региональную структуру. Оценить влияние строительства и реконструкции сети федеральных дорог, предусмотренных подпрограммой «Автомобильные дороги» федеральной

² В работах, посвященных исследованию влияния на экономический рост развития системы федеральных дорог в США (Interstate Highway System), применялись абсолютно разные подходы: были попытки измерить прямое влияние на такие показатели, как время в поездке и транспортные расходы (FHWA Office of Freight Management and Operations Public Policy Impacts on Freight Productivity. 2006); исследовалось влияние на образование заторов на федеральных дорогах (NCHRP Report 463. Economic Implications of Congestion. 2001), стимулирование роста в слаборазвитых регионах (Rephann T., Isserman A. New highways as economic development tools: An evaluation using quasi-experimental matching methods // Regional Science and Urban Economics. 1994. Vol. 24. P. 723—751); некоторые исследователи пытались оценить влияние инвестиций в развитие федеральных дорог на масштабы экономики, темпы ее роста и роста производительности в отраслевом разрезе (Nadiri M., Manuneas T. Contribution of Highway Capital to Output and Productivity Growth in the U.S. Economy and Industries. 1996. Refereed Report Prepared for the Federal Highway Administration Office of Policy Development. USA, 1996. P. 1—126). Последний подход представлен известной работой Надири и Манунеаса, результаты которой включены во все последние доклады Национальной исследовательской программы скоростных дорог (NCHRP: National Cooperative Highway Research Programme). В данной работе было исследовано влияние на издержки и производительность в 35 видах экономической деятельности, а также была сделана попытка оценить норму социальной отдачи от инвестиций.

целевой программы «Развитие транспортной системы Российской Федерации (2010—2015 годы)», предлагается с помощью нового показателя автотранспортной доступности регионов. Основой для показателя автотранспортной доступности регионов является анализ объема регионального товарооборота в зависимости от удаленности соседей-регионов и их экономического размера.

2. Анализ интенсивности региональной торговли и удаленности регионов

В России не существует статистики, которая показывала бы одновременно объем и направление перевозок между регионами. Так, отдельно существует статистика по объему региональных автомобильных перевозок, выраженных в тонно-километрах, без указания пункта прибытия, и отдельно — матрицы межрегионального ввоза-вывоза некоторых товаров и товарных групп, выраженные в рублях или в физических единицах измерения, но без разделения на виды транспорта. Поскольку объем автомобильных региональных перевозок во многом определяется интенсивностью межрегиональной торговли, которая, в свою очередь, зависит от состояния автомобильных дорог, то настоящий анализ базируется преимущественно на статистике ввоза-вывоза продукции, а не на статистике автомобильных перевозок. Безусловно, использован ряд упрощающих гипотез.

Во-первых, в качестве референтной группы товаров, наиболее точно описывающих направление и объем грузовых автомобильных перевозок, выбрана сводная группа потребительских товаров. Конечно, потребительские товары не являются полностью репрезентативной группой: на автомобильном транспорте могут перевозиться товары инвестиционного машиностроения и транспорта, товары промежуточного спроса (например, строительные) и т. д. Часть потребительских товаров может доставляться морским путем («северный завоз»), по железной дороге, воздушным путем либо по дорогам, не относящимся к федеральным. Об этом свидетельствуют положительные объемы движения потребительских товаров между регионами, не имеющими выхода на опорную сеть федеральных дорог, то есть эти товары не могут быть доставлены посредством перемещения по федеральным дорогам. Тем не менее мы исходим из того, что доминирующая часть этих перевозок осуществляется именно автомобильным транспортом.

Кроме того, мы использовали дополнительное упрощающее предположение, что грузоемкость рубля продукции, перевозимой автомобильным транспортом, не зависит от вида перевозимого товара. Сопоставление объемов перевозок потребительских товаров между регионами (выраженных, напомним, в рублях) и объемов автомобильных региональных грузоперевозок, которые выражены в тонно-километрах и не имеют направления назначения перевозок, не представляется возможным на данном уровне исследования.

На основе исходных данных мы сконструировали синтетические таблицы 1—3, которые дают представление о движении потребительских товаров. Весь объем перевозимых товаров можно разделить на:

- перевозки внутри одного региона (внутрирегиональные перевозки);
- перевозки между различными регионами одного федерального округа;
- перевозки между различными регионами разных федеральных округов;
- экспорт в другие страны мира.

Структура завоза потребительских товаров указывает на то, что в большей части регионов около 35% от их потребляемого объема завозится из других федеральных округов, в то время как 65% продукции производится и потреб-

ляется в одном федеральном округе. Исключением здесь стал Приволжский федеральный округ, который, видимо, благодаря своему местоположению и структуре производства ввозит только 30% потребляемых потребительских товаров; более того, это единственный федеральный округ в России, который имеет положительное сальдо региональных товарных потоков со всеми федеральными округами Российской Федерации. Уральский федеральный округ, наоборот, существенно зависит от импорта товаров из ЦФО и ПФО, которые обеспечивают более трети рынка его потребительской продукции. Скорее всего, это является следствием «переутяжеленной» еще в советское время структуры производства в УФО с низкой долей производств потребительского спроса.

Согласно полученным данным, наиболее активными региональными экспортерами товаров являются Северо-Западный (экспортирует 60% производимой потребительской продукции), а также Южный и Приволжский федеральные округа, которые экспортируют более 40% производимой потребительской продукции. Основные межрегиональные потоки потре-

Т а б л и ц а 1

Структура завоза потребительских товаров в различных федеральных округах, 2006 год

| Федеральные округа | Внутри-региональный завоз | Завоз из других регионов федерального округа | Завоз из других федеральных округов, всего | в том числе: | | | | | | |
|--------------------|---------------------------|--|--|--------------|------|-----|------|-----|------|------|
| | | | | ЦФО | СЗФО | ЮФО | ПФО | УФО | СФО | ДВФО |
| ЦФО | 33,2 | 31,5 | 35,3 | — | 15,8 | 6,0 | 12,2 | 0,6 | 0,6 | 0,3 |
| СЗФО | 46,1 | 18,8 | 35,1 | 19,5 | — | 1,6 | 11,5 | 1,1 | 1,4 | 0,1 |
| ЮФО | 45,7 | 14,9 | 39,4 | 15,8 | 4,9 | — | 17,3 | 0,6 | 0,7 | 0,0 |
| ПФО | 58,2 | 21,4 | 20,4 | 11,1 | 3,9 | 2,7 | — | 1,8 | 0,9 | 0,0 |
| УФО | 40,8 | 7,4 | 51,7 | 12,3 | 6,7 | 2,4 | 20,2 | — | 10,1 | 0,0 |
| СФО | 44,8 | 21,7 | 33,5 | 14,5 | 4,1 | 3,3 | 7,9 | 2,8 | — | 0,8 |
| ДВФО | 51,2 | 17,7 | 31,1 | 11,9 | 4,6 | 1,1 | 2,9 | 1,3 | 9,4 | — |
| Экспорт | — | — | 100,0 | 20,6 | 24,5 | 5,7 | 25,0 | 2,1 | 10,2 | 12,0 |

Источники: Росстат, расчеты автора.

Т а б л и ц а 2

Межрегиональное движение потребительских товаров в экономике России, 2006 год (млрд руб.)

| Федеральные округа | Вывезено продукции, всего | в том числе: | | | | | | | | |
|--------------------|---------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------------------------|
| | | внутри-региональные перевозки | экспорт в федеральные округа | | | | | | | экспорт в другие страны |
| | | | ЦФО | СЗФО | ЮФО | ПФО | УФО | СФО | ДВФО | |
| ЦФО | 1161,2 | 442,9 | 420,7 | 67,1 | 44,1 | 55,5 | 27,1 | 46,0 | 12,6 | 45,2 |
| СЗФО | 553,6 | 158,6 | 210,6 | 64,6 | 13,7 | 19,6 | 14,8 | 13,2 | 4,8 | 53,8 |
| ЮФО | 297,6 | 127,6 | 80,0 | 5,5 | 41,7 | 13,4 | 5,3 | 10,5 | 1,1 | 12,5 |
| ПФО | 775,7 | 291,0 | 162,3 | 39,4 | 48,3 | 107,3 | 44,4 | 25,2 | 3,0 | 54,8 |
| УФО | 143,2 | 89,8 | 8,1 | 3,6 | 1,8 | 8,9 | 16,3 | 8,9 | 1,3 | 4,5 |
| СФО | 284,3 | 142,4 | 7,4 | 4,7 | 2,0 | 4,4 | 22,2 | 68,9 | 9,9 | 22,4 |
| ДВФО | 105,9 | 54,1 | 3,6 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 2,5 | 18,7 | 26,4 |
| Всего | 3321,0 | 1306,0 | 893,0 | 185,0 | 152,0 | 209,0 | 130,0 | 175,0 | 52,0 | 220,0 |

Источники: Росстат, расчеты автора.

бительских товаров приходится на три направления: ЦФО—СЗФО (более 270 млрд руб.), ЦФО—ПФО (более 210 млрд руб.) и ЦФО—ЮФО (более 120 млрд руб.). Такая конфигурация основных потоков объясняется связующим положением Центрального федерального округа по отношению к названным округам, высокой частотой сети федеральных дорог в этих регионах, а также высоким уровнем доходов в ЦФО. Об этом, в частности, свидетельствует тот факт, что ЦФО является крупным нетто-импортером потребительской продукции по отношению к этим округам. Увеличение транспортных потоков ЦФО с УФО, СФО и ДВФО ограничивается как удаленностью от него соответствующих регионов, так и существованием только одной основной федеральной дороги, по которой производятся грузоперевозки и в СФО, и в ДВФО. Отсутствие альтернативных дорог серьезно ограничивает объемы торговли с этими регионами.

На структуру межрегиональных перевозок, помимо региональной структуры производства и межрегионального распределения доходов, оказывает влияние и расстояние до региона. Так, данные, представленные в табл. 3, свидетельствуют о том, что доля региона-потребителя в общем объеме вывоза потребительских товаров из региона-производителя убывает с увеличением расстояния между ними. Например, если рассмотреть структуру экспорта из СЗФО, то максимальным объемом экспорта будет приходиться на ЦФО (38%), а минимальный — на ДВФО (около 0,9%). Однако подобный анализ направлений вывоза продукции («по горизонтали»), очевидно, искажается в силу различного масштаба экономик регионов-потребителей: для примера, доля вывоза продукции в Сибирский федеральный округ для ЦФО и ЮФО выше, чем в Уральский федеральный округ, несмотря на то, что УФО находится ближе. Однако в данном случае результат объясняется тем, что внутреннее потребление в СФО в два раза больше, чем в УФО.

Чтобы избежать искажений, вызванных различными размерами экономик регионов-потребителей, можно фиксировать каждый регион-потребитель и проанализировать долю экспорта в данный регион в различных регионах-производителях. В этом случае подобное «сравнение по столбцам» не зависит от масштабов округа-потребителя (хотя зависит от размера округа-производителя). Базовая гипотеза в данном случае заключается в том, что доля вывоза продукции (в общем объеме вывоза региона-производителя) в какой-либо регион-потребитель, *в сравнении с другими регионами*, убывает по мере увеличения расстояния.

Действительно, если рассмотреть экспорт в Уральский федеральный округ, то наиболее высокие доли экспорта в этот регион наблюдаются у двух ближайших федеральных округов — Сибирского и Поволжского, которые экспортируют в УФО 7,8 и 5,7% от своего товарооборота соответственно. Доля УФО в структуре вывоза продукции из остальных регионов, по сравнению с показателями СФО и ПФО, значительно меньше и убывает пропорционально увеличению расстояния между округами. Несложно проверить, что подобная зависимость доли от расстояния между округами характерна и для других федеральных округов. Поскольку модернизация федеральных дорог прежде всего способствует сокращению времени в пути между регионами, то вероятно ожидать интенсификации межрегиональной торговли и роста регионов. С этой точки зрения строительство автодорог может способствовать не только развитию регионов, но и их выравниванию.

Должна наблюдаться положительная зависимость межрегионального товарооборота от фактической пропускной способности магистрали, ведущей к региону-соседу, а отрицательная — от времени в пути до него. Поскольку

**Структура вывоза продукции потребительских товаров
в экономике России, 2006 год**

| Федеральные округа | Вывезено продукции, всего | в том числе: | | | | | | | | |
|--------------------|---------------------------|-------------------------------|------------------------------|------|------|------|------|------|------|-------------------------|
| | | внутри-региональные перевозки | экспорт в федеральные округа | | | | | | | экспорт в другие страны |
| | | | ЦФО | СЗФО | ЮФО | ПФО | УФО | СФО | ДВФО | |
| ЦФО | 100,0 | 38,1 | 36,2 | 5,8 | 3,8 | 4,8 | 2,3 | 4,0 | 1,1 | 3,9 |
| СЗФО | 100,0 | 28,6 | 38,0 | 11,7 | 2,5 | 3,5 | 2,7 | 2,4 | 0,9 | 9,7 |
| ЮФО | 100,0 | 42,9 | 26,9 | 1,8 | 14,0 | 4,5 | 1,8 | 3,5 | 0,4 | 4,2 |
| ПФО | 100,0 | 37,5 | 20,9 | 5,1 | 6,2 | 13,8 | 5,7 | 3,2 | 0,4 | 7,1 |
| УФО | 100,0 | 62,7 | 5,7 | 2,5 | 1,3 | 6,2 | 11,4 | 6,2 | 0,9 | 3,1 |
| СФО | 100,0 | 50,1 | 2,6 | 1,7 | 0,7 | 1,5 | 7,8 | 24,2 | 3,5 | 7,9 |
| ДВФО | 100,0 | 51,1 | 3,4 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 2,4 | 17,7 | 24,9 |
| Всего | 100,0 | 39,3 | 26,9 | 5,6 | 4,6 | 6,3 | 3,9 | 5,3 | 1,6 | 6,6 |

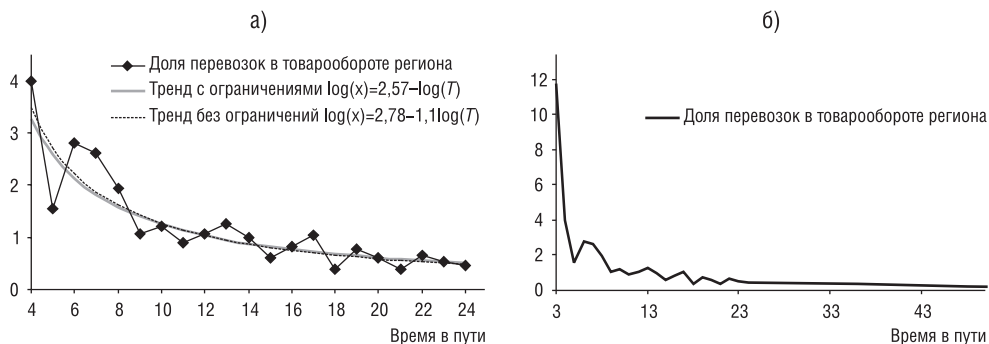
Источники: Росстат, расчеты автора.

фактическая загруженность магистрали и фактическое время пути до него являются обратно зависимыми величинами (при постоянстве пропускной мощности дороги — а это справедливо для каждого фиксированного момента времени), то в качестве опорного из этих двух показателей было выбрано время в пути. Действительно, решение о том, куда возить потребительские товары или где сооружать производственные либо складские мощности, при прочих равных условиях, зависит от времени в пути, которое является более универсальным показателем, поскольку имплицитно учитывает в себе не только технические характеристики дороги, ее пропускную способность и уровень ее текущей загрузки, но и такие слабо поддающиеся анализу факторы, как наличие и конфигурация светофоров, наличие и протяженность действия знаков, ограничивающих движение или запрещающих обгон, текущее качество покрытия, наличие постов ГИБДД и т. д.

Для анализа этой зависимости мы построили показатель $\hat{x}(k)$, характеризующий долю вывоза продукции в регион, время в пути до которого находится в пределах от k до $k+1$ часов, в общем объеме розничного товарооборота региона. Для этого мы использовали данные Росстата по объемам межрегиональных перевозок и, одновременно, данные Научно-исследовательского и проектного института территориального развития и транспортной инфраструктуры г. Санкт-Петербурга (НИПИТРИТИ) по загруженности и средней скорости на автодорогах. Зная расстояния между любыми двумя регионами и средние скорости движения между ними, мы можем отыскать время в пути между этими пунктами. Была построена таблица, ставившая в соответствие долю вывоза $x_{ij} = X_{ij}/X_i$ в регион j и время в пути t_{ij} до него для каждого региона i , имеющего выход на опорную сеть федеральных автодорог. Далее было произведено усреднение всех значений x_{ij} в рамках каждого временного интервала $T_k = (k; k+1)$ часов, то есть

$$\hat{x}(k) = \sum_{t_{ij} \in T_k} \frac{x_{ij}}{n_k}, \quad (1)$$

где: n_k — количество наблюдений, в которых время в пути между регионами t_{ij} попадало во временной интервал T_k .



Источники: Росстат, НИПИТРИТИ, расчеты автора.

Примечание: усреднение показателей было произведено при помощи простого среднего. Использование средневзвешенных значений привело бы к искажению зависимости крупными регионами: городами Москвой и Санкт-Петербургом, Краснодарским краем и Московской областью, что сделало бы картину более размытой.

Рис. 1. Доля экспорта потребительских товаров в другие регионы (в % от общего объема перевозок потребительских товаров, включая перевозки внутри региона) в зависимости от времени пути до пункта назначения (в часах); различия в масштабе по оси абсцисс

Последовательность полученных значений $\hat{x}(k)$ приведена на рис. 1а и 1б (график 1а является масштабированной версией графика 1б в окрестности $T=[4;23]$). Эконометрический анализ выявленной последовательности позволил не отвергнуть следующую зависимость: доля экспорта потребительских товаров в другие регионы строго обратно пропорциональна времени в пути.

Так, эконометрическое уравнение данной зависимости на временном интервале от 3 до 36 часов имеет вид (снизу приведены показатели стандартного отклонения оцениваемых коэффициентов):

$$\log(x) = 2,78 - 1,107 \log(T). \quad (2)$$

(0,311) (0,121)

В уравнении (2) нас прежде всего интересует гипотеза о равенстве коэффициента при $\log(T)$ минус единице, так как в этом случае зависимость доли вывоза товаров от времени примет строго обратно пропорциональный характер. Гипотеза о равенстве коэффициента при $\log(T)$ минус единице не отвергается на 95-процентном уровне доверительной вероятности. Соответствующее значение P-value равно 0,38.

Резкое — двукратное — снижение доли перевозок (с 0,35 до 0,18 п.п.) происходит при преодолении рубежа времени в 36 часов, и еще раз (с 0,18 до 0,07 п.п.) снижение происходит в том случае, когда регионы разделяет более 3 суток пути. При этом доля экспорта внутри промежутков (36; 72) и (72, ...) изменяется слабо. Последние скачкообразные изменения доли перевозок могут быть связаны с технологическими ограничениями на экспорт продукции: например — со сроком хранения перевозимой продукции.

Полученная выше зависимость иллюстрирует процесс сокращения интенсивности межрегионального товарооборота по мере удаления экономических центров регионов. Так, к примеру, на регионы, находящиеся в пределах 4—8 часов пути от рассматриваемого региона, приходится около 12% объема перевозок, в то время как на регионы, находящиеся в 8—12 часов пути, — только 7%. Общая площадь под графиком $\hat{x}(k)$, которая должна соответствовать общей доле межрегиональных перевозок, приблизительно равна 61%

товарооборота, что соотносится с данными Росстата, согласно которым уровень внутрирегиональных перевозок равен 39% товарооборота. Сближение же регионов в результате модернизации автодорог должно приводить к росту объемов межрегиональной торговли относительно внутрирегионального объема товарооборота в регионах. Кроме того, характерная зависимость доли экспорта потребительских товаров в другие регионы (см. уравнение 2) подразумевает, что от уменьшения времени в пути в результате модернизации автодорог в максимальной степени выиграют те регионы, которые находятся в непосредственной близости к другим регионам, и в меньшей степени — достаточно удаленные регионы. Более того, согласно графику 1а, рост доли экспорта в отдаленные регионы (время в пути более 36 часов) в результате модернизации дорог будет иметь место только в случае сокращения времени в пути до «пороговых» значений в 36 или 72 часа.

Подобный характер поведения коэффициентов транспортной доступности при модернизации согласуется с исследованиями американских экономистов.

Так, согласно некоторым исследованиям³, наиболее основательный, продолжительный и благоприятный эффект от строительства дорог на совокупный доход наблюдается в местностях, прилегающих к мегаполисам. Облегчая городским жителям доступ к пригородным территориям, дорога способствует децентрализации жилых мест и рассредоточению деловой активности.

В этих районах наблюдается значительный рост населения — в основном за счет притока мигрантов, который в результате стимулирует практически все отрасли экономики, но в первую очередь — розничную торговлю и услуги. Приток мигрантов обуславливает лавинообразный положительный эффект в обрабатывающей промышленности, строительстве и сфере коммунальных услуг, однако, как правило, на более поздних стадиях функционирования дороги⁴. Расширение городской зоны приводит к тому, что объекты обрабатывающей промышленности располагаются не в самом городе, а в области прилегающих территорий, в так называемой зоне спилловера⁵. Охват спилловера напрямую зависит от развития транспортной инфраструктуры и обычно составляет 100—120 км.

Любопытно также проследить за тем, что в мегаполисах рост заработной платы, как правило, опережает рост доходов жителей мегаполиса, о чем свидетельствует и рост трансфертных платежей между мегаполисом и его окружением. Это предполагает, что развитие автодорог делает загородные резиденции более привлекательными, что, во-первых, обуславливает переток жителей из мегаполиса на окраины и, во-вторых, вовлечение в сферу экономики мегаполиса жителей близлежащих городов.

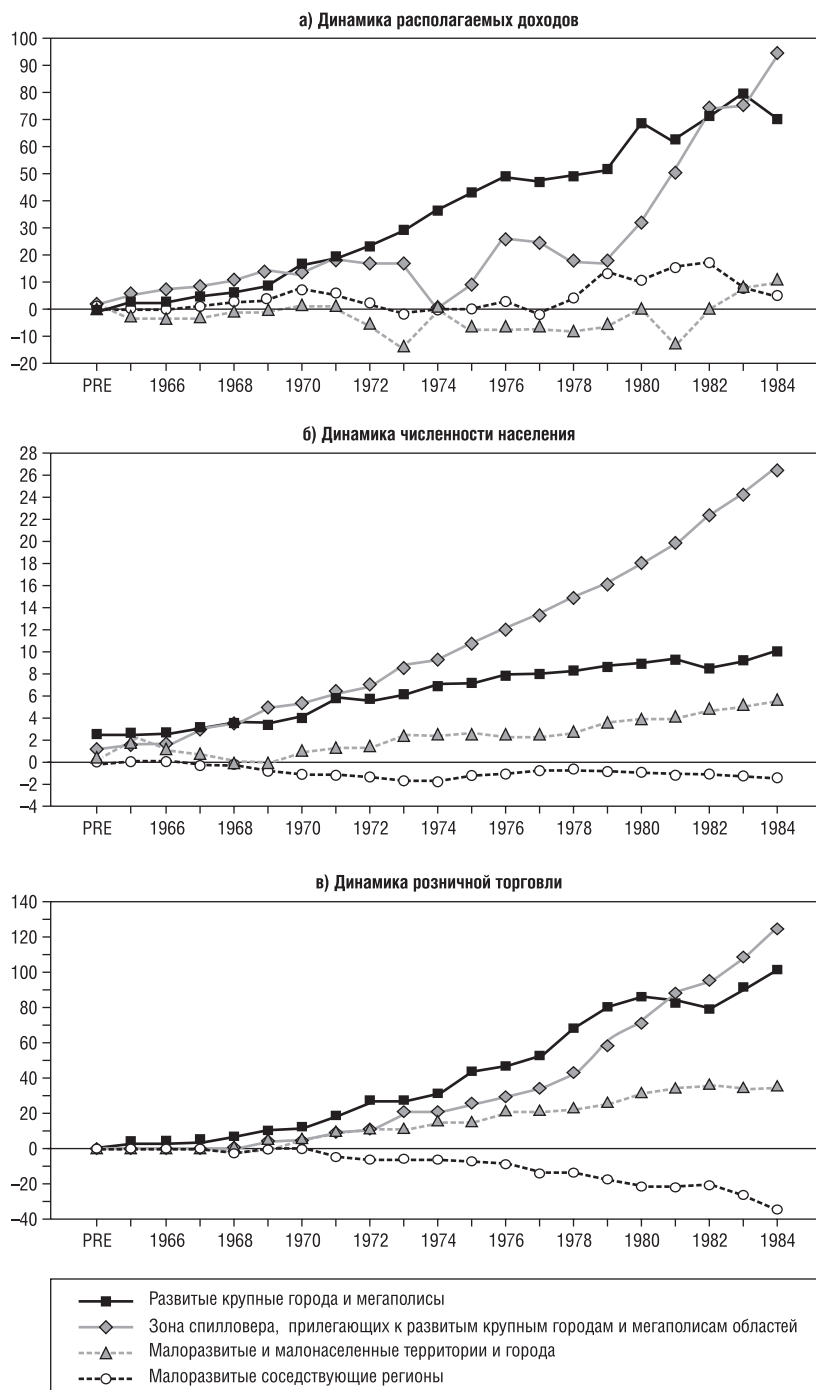
Ниже приведен ряд графиков, показывающих динамику различных социально-экономических показателей в разных регионах США (рис. 2, 3).

Однако рост агломераций, обусловленный улучшением транспортной инфраструктуры, ведет к существенным негативным эффектам. Наряду с такими положительными результатами, как доступ к новым рынкам и позитивное воздействие со стороны притока мигрантов, может обостриться конкуренция среди товаров, предназначенных для внутреннего потребления. Особенно акту-

³ *Berenchman J.* Urban and regional economic impacts of transportation investment: A critical assessment and proposed methodology // *Transportation Research*. 1994. Vol. 28. No 4. P. 351—362; *Chandra A., Thompson E.* Does public infrastructure affect economic activity? Evidence from the rural interstate highway system // *Regional Science and Urban Economics*. 2000. No 3. P. 457—490; *Rephann T., Isserman A.* *Op cit.*

⁴ *Rephann T., Isserman A.* *Op cit.*; *Chandra A., Thompson E.* *Op cit.*

⁵ От англ. *spillover* — перелив, избыток.



Примечание: по вертикальной оси — разница в индексах прироста между аналогичными областями, в которых производилось строительство федеральных (*interstate*) дорог, и тех, где строительство произведено не было.

Источник: Rephann T., Isserman A. Op. cit. P. 742—743.

Рис. 2. Динамика региональных макропоказателей в зависимости от места проведения федеральной дороги

альна эта проблема для России, поскольку большая часть обрабатывающей промышленности сосредоточена в центральной части страны (53% по обороту предприятий сконцентрировано в Центральном и Приволжском федеральных округах, 79% — с добавлением Уральского и Северо-Западного федерального округа), обслуживающей остальные регионы. В данных обстоятельствах развитие дорог может способствовать проникновению предприятий Центральной России на юг и восток страны и усугублению регионального неравенства. Улучшение транспортной доступности и рост числа мигрантов приводит к городской и торговой застройке большой площади пригородных сельскохозяйственных угодий. В России данный процесс может приобрести большие масштабы, так как помимо роста непосредственно городских территорий происходит интенсивная застройка близлежащих земель дачами и загородными домами. В западных странах культура владения одновременно городской и ближней загородной резиденциями не так распространена. Отчасти это объясняется тем, что транспортная инфраструктура позволяет в разумное время (два—три часа) добраться до мест, достаточно удаленных от мегаполиса (200—300 км), и потому многие предпочитают владеть дальней загородной резиденцией для отдыха и ближней загородной или городской для проживания в рабочие дни. Масштабная застройка пригородных сельскохозяйственных угодий привела к более чем четырехкратному росту транспортного плеча для снабжения мегаполиса сельскохозяйственными продуктами и способствует усилению поляризации между жителями мегаполисов и населением сельской местности⁶.

Как представляется, развитие региона в значительной степени зависит от динамики межрегионального товарооборота с другими регионами. Отметим, что именно федеральные дороги являются главным каналом, посредством которого происходит доставка конечных товаров, поскольку железнодорожное сообщение в большей степени предназначено для перевозки пассажиров или для обслуживания сложных производственных цепочек — поставка песка, руды и т. д. Поэтому от развития сети федеральных дорог зависят перспективы роста межрегионального товарооборота и интенсификации межрегиональных отношений в целом.

Кроме того, из-за урбанизации производственных территорий под строительство офисов и жилую застройку бизнес также склонен перемещать производство и складские помещения в пригородные регионы, оставляя в центре мегаполиса только свои офисы, что способствует росту инвестиций не только в самих этих регионах, но и в близлежащих. Именно по этой причине имеет смысл рассматривать транспортную доступность не только с общепринятой точки зрения межрегионального движения товаров или населения, но и с точки зрения межрегионального движения инвестиций. Так, например, области, которые граничат сразу с несколькими активно развивающимися крупными регионами, могут испытать существенный приток инвестиций со стороны сразу многих из них (особенно при наличии хорошей, в том числе транспортной, инфраструктуры), вслед за чем в этих областях может начаться быстрый экономический подъем.

3. Показатель транспортной доступности и его связь с темпами роста товарооборота

Таким образом, можно сделать вывод о том, что перспективы роста межрегионального товарооборота напрямую зависят от близости региональных

⁶ *Rephann T., Isserman A. Op. cit.*

центров и от их экономических размеров. Данную зависимость мы используем для построения интегрального показателя, характеризующего привлекательность региона с точки зрения показателя товарооборота. Основными характеристиками интегрального показателя должны быть следующие:

а) положительная зависимость от размера соседних регионов — так, например, чем богаче регион-сосед, тем выше должно быть значение соответствующего показателя;

б) однородность показателя первой степени по размеру регионов. Эта предпосылка необходима по двум причинам: во-первых, многие процессы в экономике (прежде всего макроэкономические) обладают постоянством масштаба (то есть однородны первой степени); во-вторых, количественная оценка «эффекта масштаба» затруднительна и имела бы недостаточное обоснование применительно к конструируемому показателю.

В общем виде предлагаемый вид показателя можно выразить следующим образом:

$$iRET_i = \sum_{j=1}^{i-1} RET_j g(T_{ij}) + \sum_{j=i+1}^N RET_j g(T_{ij}), \quad (3)$$

где: $iRET_i$ — значение показателя, рассчитанного на основе показателя товарооборота, для региона i ; RET_j — размер товарооборота для региона j ; $g(T_{ij})$ — некоторая нестрогая убывающая функция, характеризующая убывание влияния региона по мере возрастания времени в пути по автомобильной дороге между регионами i и j .

Таким образом, предложенный показатель $iRET_i$ монотонно положителен по значениям RET , нестрогая убывает по показателям T_{ij} в силу свойств функции $g(T)$, а кроме того, является однородным первой степени по RET . Действительно:

$$iRET_i(\alpha RET) = \sum_{j=1}^{i-1} \alpha RET_j g(T_{ij}) + \sum_{j=i+1}^N \alpha RET_j g(T_{ij}) = \alpha iRET_i(RET). \quad (4)$$

Соотношение результирующих показателей iZ_i между различными регионами во многом зависит от конкретного выбора вида функции $g(T)$. В нашем конкретном случае используем $g(T) = x(T)$ зависимость (3), выведенную нами. Таким образом, приводим конкретный вид используемого интегрального показателя:

$$iRET_i = \sum_{j=1}^{i-1} \frac{RET_j}{T_{ij}} + \sum_{j=i+1}^N \frac{RET_j}{T_{ij}} \quad \text{при } T_{ij} \in (3;36). \quad (5)$$

Кроме того, в пользу использования функции $x(T_{ij})$ говорит тот факт, что функция $x(T_{ij})$ на большей части временного отрезка обратно пропорциональна расстоянию между ними; в этом случае итоговый показатель будет иметь более интерпретируемую размерность в виде руб./час.

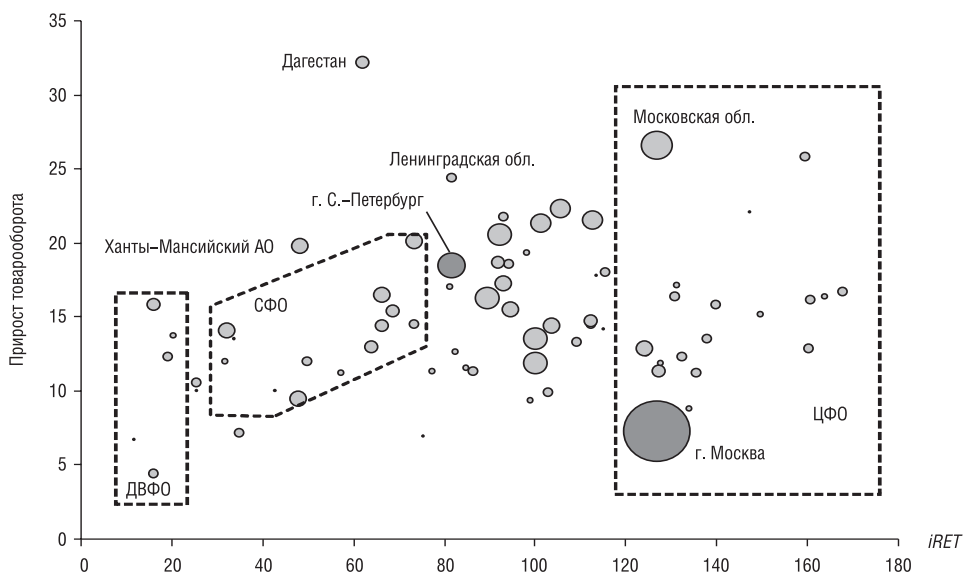
Значения приведенных индексов были просчитаны на основе данных НИПИТРИТИ (по расстоянию между регионами и средней скорости на дороге), а также по региональным данным субъектов РФ, опубликованным Росстатом за 2005 год. Сразу оговоримся, что наиболее правильно было бы использовать данные не только по автомобильной доступности региона, но и железнодорожной, морской и авиационной. Поэтому к рассчитанным коэффициентам необходимо относиться с осторожностью.

Для удобства показатель транспортной доступности нормирован по среднему по Российской Федерации уровню показателя в 2005 году. Расчеты

выполнены на основании перспективных значений интенсивности, загрузки и качества покрытия дорог, предоставленных НИПИТриТИ. При расчете перспективных показателей показатель времени в пути T_{ij} между регионами рассчитывался как время между столицами данных регионов.

В расчете не учитывалось влияние реализации программы на те регионы, которые не имеют выхода на опорную сеть федеральных дорог. К таким регионам мы отнесли: Ненецкий автономный округ, Калининградскую область (так как она является анклавом Российской Федерации), Коми-Пермяцкий автономный округ (входит в Пермский край), Ямало-Ненецкий автономный округ, Таймырский (Долгано-Ненецкий) и Эвенкийский автономные округа (входят в состав Красноярского края), Камчатскую область, Корякский автономный округ, Сахалинскую область и Чукотский национальный округ. Также предполагается, что центрами Московской и Ленинградской областей являются города Москва и Санкт-Петербург, поскольку, во-первых, они являются анклавами этих областей, а во-вторых, тесно связаны с ними в плане факторов производства — многие жители Ленинградской и Московской областей, несмотря на постоянное проживание в этих регионах, имеют работу в соответствующих городах.

Рис. 3 подтверждает существование положительной зависимости между показателем транспортной доступности и приростом товарооборота в регионах за три года (2004—2006 годы). Отметим, что из общей тенденции несколько «выпадают» регионы Центрального федерального региона, транспортная доступность которых должна была способствовать более высокому уровню прироста товарооборота (20—25 процентных пунктов против 10—15 п.п.). Однако положительная зависимость внутри этих регионов сохраняется.



Примечание: площадь круга пропорциональна объему товарооборота в 2005 году в регионах. Города Москва и Санкт-Петербург должны рассматриваться отдельно от других регионов, поскольку являются регионами-городами.

Источники: Росстат, НИПИТриТИ, расчеты автора.

Рис. 3. Прирост товарооборота в регионах за 2004—2006 годы (% в постоянных ценах) и значение показателя доступности iRET (2005 год)

Коэффициент корреляции между данными показателями принимает значения от 0,26 до 0,38 в зависимости от методики его расчета⁷. Столь высокое для подобного показателя транспортной доступности значение коэффициента корреляции дает основания предполагать значимость данного показателя и в более сложных моделях региональной динамики товарооборота. Тем не менее полученные результаты не позволяют утверждать существование *прямой* связи между транспортной доступностью и темпами роста товарооборота — скорее, это является некоторой характерной зависимостью, когда само влияние транспортной доступности может быть опосредовано, например, ростом располагаемых доходов населения. На основе полученной зависимости мы предлагаем гипотезу, в соответствии с которой более высокий рост транспортной доступности, при прочих равных условиях, способствует более высоким темпам роста регионального товарооборота.

Так, наименьший прирост товарооборота был зафиксирован в Дальневосточном и Сибирском федеральных округах (11,7 и 14,6% соответственно), которые в наибольшей степени удалены от финансового центра страны. Однако столь же удаленный Ханты-Мансийский автономный округ и Республика Дагестан демонстрировали значительно более высокий прирост товарооборота, прежде всего по причине значительного роста доходов населения⁸.

Наименее удачное расположение с точки зрения показателя транспортных связей имеют регионы Дальневосточного федерального округа и Читинская область: значения исследуемого показателя в этих регионах составляют менее 30% от среднероссийского уровня (соответствующего 100%). Наиболее высокие значения (+30% к среднероссийскому уровню) зафиксированы в регионах Центрального федерального округа (за исключением Белгородской, Брянской, Курской и Смоленской областей) и в некоторых регионах Приволжского федерального округа. Невысокое среднее значение показателя по Уральскому федеральному округу (80% от среднероссийского уровня) существенным образом смещено вниз под влиянием Ханты-Мансийского автономного округа с индексом 48% в зависимости от базисного показателя. Без учета влияния этого округа ситуация в УФО по уровню немного уступает среднероссийской.

4. Перспективные расчеты показателей транспортной доступности в результате модернизации федеральных дорог

Для оценки перспективы роста товарооборота за счет изменения показателей доступности регионов мы рассчитали их перспективные значения, которые учитывают модернизацию и строительство автодорог в результате выполнения работ, предусмотренных подпрограммой «Автомобильные дороги» федеральной целевой программы «Развитие транспортной системы Российской Федерации (2010—2015 годы)» в части строительства и реконструкции сети федеральных дорог. При расчете перспективных показателей учитывались базисные показатели товарооборота 2005 года, а показатель времени в пути T_{ij} между регионами рассчитывался как время в пути между столицами данных регионов.

Расчеты показывают (табл. 4), что в результате реализации подпрограммы «Автомобильные дороги» федеральной целевой программы «Развитие

⁷ Коэффициент корреляции составляет 0,26, в случае если регионы считать однородными, 0,38 — если вес региона (наблюдения) определять пропорционально объему товарооборота.

⁸ Для Ханты-Мансийского автономного округа это во многом связано с более чем двукратным ростом мировых цен на углеводороды.

транспортной системы Российской Федерации (2010—2015 годы)» улучшение геоэкономических показателей в среднем по России составит около 13%, но итоговые данные расчетов сильно варьируются по регионам. Более того, полученные данные позволяют сделать вывод об увеличении разрыва в региональных показателях между центральными регионами России и регионами Сибири и Дальнего Востока. Так, прирост значений этих показателей после осуществления программы в ЦФО, СЗФО, ЮФО и ПФО составит в среднем 13,5—15%, в УФО — 9%, а в ДВФО и СФО — только 2—4%. Согласно нашей гипотезе о взаимосвязи темпов роста товарооборота и показателя транспортной доступности, это — при прочих равных условиях — должно привести к росту дифференциации в темпах роста регионального товарооборота между регионами.

Однако рост дифференциации можно объяснить тем, что улучшение качества автомобильных дорог в наибольшей степени востребовано в центральной части России. В этом случае разница в темпах роста соответствующего показателя объясняется более высокой плотностью расположения экономических центров, а соответственно и более низкими затратами на строительство дорог при одинаковой экономической эффективности.

Наиболее серьезные изменения показателей транспортной доступности будут наблюдаться в Ленинградской области и в г. Санкт-Петербурге (+16,8%), в Воронежской области (+21,3%), в Краснодарском крае и в Ростовской области (17%), в Республике Чувашия (+23%). Кроме этого, высокий рост показателей демонстрируется в регионах, прилегающих к следующим «осям»:

- южная ось «Москва—Краснодар». Средний прирост показателя транспортной доступности в прилегающих регионах составит 17,5 п.п.;
- северная ось «Москва—Санкт-Петербург». Средний прирост показателя транспортной доступности в прилегающих регионах составит 16,1 п.п.;
- восточная ось «Москва—Нижний Новгород—Казань—Уфа». Средний прирост показателя транспортной доступности в прилегающих регионах составит 16,5 п.п.

Кроме того, недостаточное внимание уделено тем федеральным дорогам, которые для некоторых регионов являются единственной связью с остальной частью сети федеральных дорог РФ. Так, слабое изменение показателей транспортной доступности в Тыве и Хакасии связано с тем, что в этих республиках федеральное автотранспортное сообщение с регионами РФ целиком зависит от единственной дороги, связывающей их с Красноярском. Реконструкция федеральной дороги на Красноярск будет осуществлена в недостаточной степени, по сравнению с соседними регионами — Алтайским краем, Новосибирской и Кемеровской областями, а также с Республикой Алтай, где планируется расширение дороги до четырех—шести полос и доведение ее до первой категории (вместо двух—трех полос и второй—четвертой категории на дороге Кызыл—Красноярск).

В слабо развитых регионах, которые не соседствуют с крупными территориальными образованиями и в то же время не находятся в стороне от основных экономических «осей», экономический эффект от строительства автодорог может быть очень невелик, поскольку нехватка и недостаточная квалификация трудовых ресурсов, а также неразвитость инфраструктуры не позволяют таким регионам реализовывать потенциал от улучшения доступа к рынкам и от снижения транспортных издержек. Обычно в этих территориях соответствующий экономический эффект ограничен ростом строительства придорожных предприятий сферы услуг и ростом производства товаров и услуг локального потребления.

Т а б л и ц а 4

**Коэффициенты внутрироссийских геоэкономических связей
(постоянные цены 2005 года, средний уровень РФ принят за 100)**

| | <i>iRET</i> | | Отношение |
|--|-------------|------------------------|-------------|
| | 2005 | перспективные значения | |
| Российская Федерация, в среднем | 100 | 113 | 1,13 |
| Центральный федеральный округ | 129 | 147 | 1,14 |
| Белгородская область | 94 | 100 | 1,06 |
| Брянская область | 113 | 130 | 1,16 |
| Владимирская область | 164 | 180 | 1,10 |
| Воронежская область | 127 | 158 | 1,24 |
| Ивановская область | 131 | 132 | 1,01 |
| Калужская область | 161 | 176 | 1,10 |
| Костромская область | 125 | 132 | 1,06 |
| Курская область | 116 | 126 | 1,09 |
| Липецкая область | 140 | 162 | 1,16 |
| Московская область | 127 | 145 | 1,14 |
| Орловская область | 134 | 144 | 1,07 |
| Рязанская область | 160 | 174 | 1,09 |
| Смоленская область | 103 | 114 | 1,11 |
| Тамбовская область | 138 | 165 | 1,20 |
| Тверская область | 160 | 179 | 1,12 |
| Тульская область | 168 | 188 | 1,12 |
| Ярославская область | 131 | 146 | 1,11 |
| г. Москва | 127 | 145 | 1,14 |
| Северо-западный федеральный округ | 74 | 85 | 1,15 |
| Республика Карелия | 57 | 63 | 1,10 |
| Республика Коми | 64 | 70 | 1,09 |
| Архангельская область | 50 | 53 | 1,06 |
| Вологодская область | 99 | 110 | 1,11 |
| Ленинградская область | 82 | 96 | 1,18 |
| Мурманская область | 35 | 38 | 1,08 |
| Новгородская область | 100 | 117 | 1,17 |
| Псковская область | 78 | 89 | 1,15 |
| г. Санкт-Петербург | 82 | 96 | 1,18 |
| Южный федеральный округ | 92 | 106 | 1,15 |
| Республика Адыгея | 115 | 130 | 1,13 |
| Республика Дагестан | 62 | 67 | 1,08 |
| Республика Ингушетия | 91 | 105 | 1,15 |
| Республика Кабардино-Балкария | 85 | 98 | 1,16 |
| Республика Калмыкия | 101 | 115 | 1,14 |
| Республика Карачаево-Черкесия | 114 | 119 | 1,04 |
| Республика Северная Осетия-Алания | 81 | 94 | 1,16 |
| Чеченская Республика | 76 | 84 | 1,11 |
| Краснодарский край | 90 | 105 | 1,17 |
| Ставропольский край | 95 | 111 | 1,17 |
| Астраханская область | 83 | 90 | 1,09 |
| Волгоградская область | 104 | 117 | 1,13 |
| Ростовская область | 100 | 119 | 1,18 |

О к о н ч а н и е т а б л и ц ы 4

| | <i>iRET</i> | | Отношение |
|--|-------------|------------------------|-------------|
| | 2005 | перспективные значения | |
| Приволжский федеральный округ | 109 | 124 | 1,14 |
| Республика Башкортостан | 101 | 119 | 1,18 |
| Республика Марий-Эл | 148 | 169 | 1,15 |
| Республика Мордовия | 128 | 140 | 1,09 |
| Республика Татарстан | 113 | 131 | 1,16 |
| Республика Удмуртия | 109 | 128 | 1,17 |
| Республика Чувашия | 150 | 185 | 1,24 |
| Пермская область | 93 | 109 | 1,17 |
| Кировская область | 86 | 96 | 1,11 |
| Нижегородская область | 124 | 142 | 1,14 |
| Оренбургская область | 93 | 102 | 1,10 |
| Пензенская область | 133 | 143 | 1,08 |
| Самарская область | 100 | 111 | 1,10 |
| Саратовская область | 113 | 118 | 1,05 |
| Ульяновская область | 136 | 152 | 1,12 |
| Уральский федеральный округ | 87 | 94 | 1,09 |
| Курганская область | 98 | 109 | 1,11 |
| Свердловская область | 93 | 100 | 1,08 |
| Тюменская область | 92 | 104 | 1,13 |
| Ханты-Мансийский АО — Югра | 48 | 51 | 1,05 |
| Челябинская область | 106 | 117 | 1,11 |
| Сибирский федеральный округ | 57 | 59 | 1,03 |
| Республика Алтай | 59 | 62 | 1,07 |
| Республика Бурятия | 32 | 33 | 1,03 |
| Республика Тыва | 34 | 34 | 1,01 |
| Республика Хакасия | 43 | 43 | 1,01 |
| Алтайский край | 69 | 71 | 1,03 |
| Красноярский край | 48 | 49 | 1,03 |
| Иркутская область | 32 | 33 | 1,02 |
| Усть-Ордынский Бурятский АО | 62 | 71 | 1,15 |
| Кемеровская область | 67 | 69 | 1,03 |
| Новосибирская область | 73 | 76 | 1,03 |
| Омская область | 67 | 70 | 1,05 |
| Томская область | 73 | 74 | 1,02 |
| Читинская область | 26 | 27 | 1,04 |
| Агинский Бурятский АО | 29 | 31 | 1,07 |
| Дальневосточный федеральный округ | 18 | 18 | 1,04 |
| Республика Саха (Якутия) | 16 | 17 | 1,04 |
| Приморский край | 16 | 17 | 1,04 |
| Хабаровский край | 19 | 20 | 1,03 |
| Амурская область | 20 | 21 | 1,03 |
| Магаданская область | 12 | 13 | 1,06 |
| Еврейская автономная область | 26 | 26 | 1,03 |

Примечание: учтены только макроэкономические эффекты, вызванные улучшением федеральных автодорог в результате выполнения работ, предусмотренных подпрограммой «Автомобильные дороги» федеральной целевой программы «Развитие транспортной системы Российской Федерации (2010—2015 годы)» в части строительства и реконструкции сети федеральных дорог.

Источники: НИПИТРИТИ, расчеты автора.

РОСТ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ЭКОНОМИКУ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ В 1881—1903 ГОДАХ

Валерий КИЗИЛОВ
ЭКОНОМИСТ

Оικονομία • Πολιτικά

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • ΠΟΛΙΤΙΚΑ

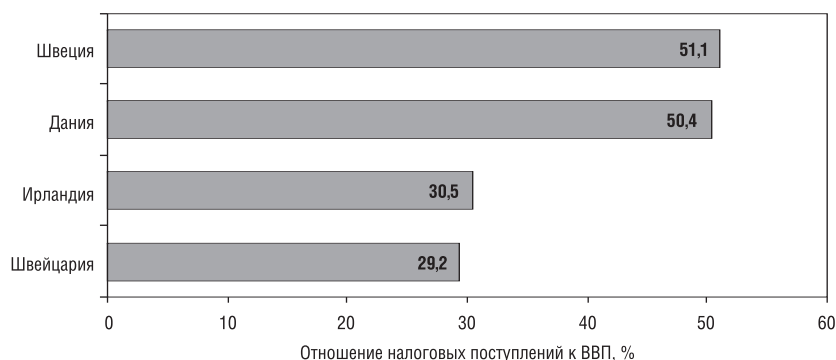
История

Современным экономистам привычно называть отношение суммарных налоговых сборов к валовому внутреннему продукту страны *уровнем налоговой нагрузки*. Данный показатель достаточно четко характеризует принятую в стране модель экономической политики. Так, данные, представленные на рисунке, позволяют сказать, что для нынешних Ирландии и Швейцарии характерны относительно низкие уровни налоговой нагрузки, а для Дании и Швеции — значительно более высокие.

Отслеживание уровня налоговой нагрузки в разных странах имеет большое значение для дискуссии о последствиях государственного вмешательства в рыночную экономику. Но поскольку ВВП начали измерять лишь в середине XX века, для более ранних периодов уровень налоговой нагрузки оценить трудно. А не зная значений этого параметра, нелегко дать характеристику и тогдашней экономической политике, без чего вряд ли можно вести предметную дискуссию о ее эффективности.

Сказанное верно и в отношении Российской империи. Стремительный рост суммарных налоговых поступлений во второй половине XIX века — общеизвестный факт. В 1867 году сумма обыкновенных и чрезвычайных расходов российского бюджета была равна 528 млн рублей, а в 1899 году превысила 1,5 млрд рублей. За период с 1830-х годов до конца XIX столетия бюджет России вырос более чем в 9 раз, тогда как у Британии — в 2,4 раза, у Франции — в 2,8 раза¹.

¹ Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. Том «Россия». Финансовое хозяйство.



Источник: Kane T., Holmes K., O'Grady M. 2007 Index of Economic Freedom. The Heritage Foundation // The Wall Street Journal. 2007. P. 158, 220, 352, 354.

Рис. Уровень налоговой нагрузки в некоторых европейских странах, 2006–2007 годы

Интересно другое: возрастали ли налоговые изъятия такими же темпами, как объемы производства и доходы субъектов российской экономики? Увеличивалась или снижалась налоговая нагрузка? И каким был ее уровень в сравнении с другими державами?

М. Фридман в 1906 году писал, что Россия, наряду с Австро-Венгрией и Италией, должна быть причислена к «странам с тягчайшими налогами», где налоговое бремя достигает 20–25% «народного дохода». Аналогичный показатель для Франции он оценивал в 15%, для Великобритании — 7–8%, для Бельгии — 6%². Однако нам неизвестно, как он получил эти результаты.

Оценив уровень налоговой нагрузки в Российской империи конца XIX — начала XX века, мы сможем гораздо увереннее судить о том, как соотносились в ее экономической модели свободный рынок и государственное регулирование. Во многих странах Европы этот период был временем усиления государственного вмешательства в экономику, развития институтов социального государства, поворота к протекционизму, установления монопольных привилегий, наращивания доходов и расходов бюджета. Экономическая политика России в данный период также сдвинулась в этом направлении. Однако масштаб и характер произошедшего сдвига, а также и роль, сыгранная в нем такими политиками, как Н. Бунге, И. Вышнеградский, С. Витте, В. Коковцев и П. Столыпин, в отечественной литературе разработаны недостаточно.

В данной работе мы попытаемся заполнить этот пробел. В центре нашего внимания период 1881–1903 годов, когда министрами финансов России последовательно были Н. Бунге, И. Вышнеградский и С. Витте. Их налоговые реформы были важной вехой в истории экономической политики. Нам предстоит выяснить, сопровождалась ли они резким ростом налогового бремени и справедлив ли вывод М. Фридмана, фактически утверждающего, что ко времени Русско-японской войны и революции 1905 года Россия была превращена в «налоговый ад».

Основной сложностью этого исследования является определение ВВП Российской империи за интересующий нас период. Наиболее известные попытки оценить его были предприняты Агнусом Мэддисоном и Полом Грегори. Мы подсчитаем налоговую нагрузку при оценке ВВП как по Мэддисону, так и по Грегори.

² Фридман М. Доходы и расходы русского государства. М., 1906. P. 3–4.

1. Оценка ВВП Российской империи в 1881—1903 годах по А. Мэддисону

А. Мэддисон утверждает, что в 1870 году ВВП России был равен 83,7 млрд долл. 1990 года, а в 1913 году — 232,4 млрд долл.³ Таким образом, за 43 года он вырос в 2,774 раза. Чтобы получить из этих данных темп среднегодового прироста, надо извлечь из 2,774 корень 43-й степени, что составит 1,024. Иными словами, между 1870 и 1913 годами российский ВВП увеличивался в среднем на 2,4% в год.

Абстрагируясь от экономических циклов и прочих перепадов, обусловивших неравномерность роста, мы можем допустить, что на протяжении данного периода экономика росла постоянными темпами. Это позволит приблизительно оценить объем ВВП для каждого года с 1870 по 1913 год, в том числе и для интересующего нас периода 1881—1903 годов. Результаты расчетов представлены в табл. 1.

Чтобы эти данные были сопоставимы с имеющимися сведениями о доходах и расходах российского бюджета, их следует пересчитать в царские рубли.

Т а б л и ц а 1

ВВП России в период 1870—1913 годов

| Год | ВВП России, млн долл. 1990 года | Год | ВВП России, млн долл. 1990 года |
|------|------------------------------------|------|------------------------------------|
| 1870 | 83 746 | 1892 | 141 159 |
| 1871 | 85 757 | 1893 | 144 549 |
| 1872 | 87 817 | 1894 | 148 020 |
| 1873 | 89 926 | 1895 | 151 575 |
| 1874 | 92 085 | 1896 | 155 215 |
| 1875 | 94 297 | 1897 | 158 943 |
| 1876 | 96 561 | 1898 | 162 760 |
| 1877 | 98 880 | 1899 | 166 668 |
| 1878 | 101 255 | 1900 | 170 671 |
| 1879 | 103 687 | 1901 | 174 770 |
| 1880 | 106 177 | 1902 | 178 967 |
| 1881 | 108 727 | 1903 | 183 265 |
| 1882 | 111 338 | 1904 | 187 666 |
| 1883 | 114 012 | 1905 | 192 173 |
| 1884 | 116 750 | 1906 | 196 788 |
| 1885 | 119 553 | 1907 | 201 514 |
| 1886 | 122 425 | 1908 | 206 354 |
| 1887 | 125 365 | 1909 | 211 309 |
| 1888 | 128 375 | 1910 | 216 384 |
| 1889 | 131 458 | 1911 | 221 580 |
| 1890 | 134 615 | 1912 | 226 902 |
| 1891 | 137 848 | 1913 | 232 351 |

Источник: расчеты автора.

³ Maddison A. World Population, GDP and GDP per capita, 1—2003 AD. <http://www.ggdc.net/maddison>

2. Оценка чистого национального продукта Российской империи по П. Грегори

Свою оценку предложил и такой крупный специалист по экономике поздней Российской империи, как Пол Грегори. Ему же принадлежит, пожалуй, самая тщательная попытка подсчитать значения экономических показателей дореволюционной России. Однако данные, приводимые ниже (табл. 2), раскрывают информацию не о ВВП, а о другом, хотя и достаточно близком показателе — чистом национальном продукте (ЧНП).

Т а б л и ц а 2

Население, чистый национальный продукт и государственные расходы Российской империи в 1885—1903 годы по данным Пола Грегори

| Год | ЧНП в ценах 1913 года, млн руб. | | Правительственные расходы | | |
|------|---------------------------------|-----------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | вариант 1 | вариант 2 | млн руб. | % ЧНП (по варианту 1) | % ЧНП (по варианту 2) |
| 1885 | 7904 | 8067 | 886 | 11,2 | 11,0 |
| 1886 | 7732 | 7810 | | | |
| 1887 | 9210 | 9258 | | | |
| 1888 | 9009 | 9054 | 888 | 9,9 | 9,8 |
| 1889 | 8527 | 8743 | | | |
| 1890 | 8572 | 8795 | | | |
| 1891 | 7919 | 7654 | 962 | 12,1 | 12,6 |
| 1892 | 8739 | 8510 | | | |
| 1893 | 10 069 | 10 126 | | | |
| 1894 | 11 533 | 12 077 | 1084 | 9,4 | 9,0 |
| 1895 | 10 766 | 11 463 | | | |
| 1896 | 11 950 | 12 597 | 1361 | 11,4 | 10,8 |
| 1897 | 11 842 | 11 880 | | | |
| 1898 | 12 356 | 12 247 | | | |
| 1899 | 13 312 | 13 290 | | | |
| 1900 | 13 327 | 13 520 | 1889 | 14,2 | 14,0 |
| 1901 | 13 869 | 13 940 | | | |
| 1902 | 15 293 | 15 342 | | | |
| 1903 | 14 438 | 14 528 | 2072 | 14,4 | 14,3 |

Источник: Грегори П. Экономический рост Российской империи (конец XIX — начало XX в.): Новые подсчеты и оценки. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2003. С. 146, 232—237.

Эти данные достаточно сильно расходятся с результатами, полученными нами на основании оценок Мэддисона. В частности, рост доли государственных расходов в совокупном продукте оказывается не таким резким, и до 1896 года эта тенденция вообще не наблюдается. Причина в том, что Грегори оценивает стартовый объем производства в российской экономике значительно ниже, чем Мэддисон, а темпы экономического роста в рассматриваемый период считает более высокими. Расхождения между оценками Мэддисона и Грегори можно проследить по данным, приведенным в табл. 3.

Оценки, полученные на основе данных Мэддисона, существенно превышают значения, которые приводит Грегори. Последние, в свою очередь, демонстрируют гораздо более быстрый рост. Нетрудно убедиться,

**Оценки ВВП России по Мэддисону и ЧНП по Грегори
за период 1881—1903 годов**

| Год | ВВП, млн руб. (по Мэддисону*) | | ЧНП (по Грегори, вар. 1) | | ЧНП (по Грегори, вар. 2) | |
|------|----------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|
| | значение, млн руб. | прирост к предыду- щему году, % | значение, млн руб. | прирост к предыду- щему году, % | значение, млн руб. | прирост к предыду- щему году, % |
| 1881 | 10 916 | | — | — | — | — |
| 1882 | 11 178 | 2,4 | — | — | — | — |
| 1883 | 11 447 | 2,4 | — | — | — | — |
| 1884 | 11 722 | 2,4 | — | — | — | — |
| 1885 | 12 003 | 2,4 | 7904 | | 8067 | |
| 1886 | 12 292 | 2,4 | 7732 | −2,2 | 7810 | −3,2 |
| 1887 | 12 587 | 2,4 | 9210 | 19,1 | 9258 | 18,5 |
| 1888 | 12 889 | 2,4 | 9009 | −2,2 | 9054 | −2,2 |
| 1889 | 13 199 | 2,4 | 8527 | −5,4 | 8743 | −3,4 |
| 1890 | 13 516 | 2,4 | 8572 | 0,5 | 8795 | 0,6 |
| 1891 | 13 840 | 2,4 | 7919 | −7,6 | 7654 | −13,0 |
| 1892 | 14 173 | 2,4 | 8739 | 10,4 | 8510 | 11,2 |
| 1893 | 14 513 | 2,4 | 10 069 | 15,2 | 10 126 | 19,0 |
| 1894 | 14 861 | 2,4 | 11 533 | 14,5 | 12 077 | 19,3 |
| 1895 | 15 218 | 2,4 | 10 766 | −6,7 | 11 463 | −5,1 |
| 1896 | 15 584 | 2,4 | 11 950 | 11,0 | 12 597 | 9,9 |
| 1897 | 15 958 | 2,4 | 11 842 | −0,9 | 11 880 | −5,7 |
| 1898 | 16 341 | 2,4 | 12 356 | 4,3 | 12 247 | 3,1 |
| 1899 | 16 734 | 2,4 | 13 312 | 7,7 | 13 290 | 8,5 |
| 1900 | 17 136 | 2,4 | 13 327 | 0,1 | 13 520 | 1,7 |
| 1901 | 17 547 | 2,4 | 13 869 | 4,1 | 13 940 | 3,1 |
| 1902 | 17 969 | 2,4 | 15 293 | 10,3 | 15 342 | 10,1 |
| 1903 | 18 400 | 2,4 | 14 438 | −5,6 | 14 528 | −5,3 |

* Рассчитано автором на основании оценок А. Мэддисона для 1870 и 1913 годов при предположении, что в 1870—1913 годы рост ВВП России происходил с постоянным темпом (см. раздел 1 настоящей работы).

что по Мэддисону российский ВВП в 1903 году был в 1,53 раза выше, чем в 1885 году. Если же следовать цифрам Грегори, то в варианте 1 ЧНП России за этот период увеличивается в 1,82 раза, а в варианте 2 — в 1,8 раза. И все равно для 1903 года оценка Мэддисона заметно выше оценки Грегори. Сохраняется это превышение и для 1913 года: Мэддисон оценивает ВВП этого года в 23,3 млрд рублей, а у Грегори ЧНП 1913 года равен 20,3 млрд.

Обобщая проведенный анализ, можно сказать, что в отношении поздних периодов (после 1900 года) оценки Мэддисона и Грегори довольно близки, а в отношении 1870-х и 1880-х годов они драматически расходятся — Грегори называет гораздо более низкие значения.

3. Аргументы в пользу оценок А. Мэддисона

Мы считаем оценки Мэддисона более точными, нежели оценки Грегори. Последние, на наш взгляд, занижают значения ЧНП России для периода до

1900 года, и особенно сильно — для периода до 1890 года. Соответственно оценки темпов экономического роста в период 1881—1903 годов у Грегори становятся завышенными. Приняв данные, которые приводит Грегори, мы должны констатировать, что рост налоговой нагрузки в России рассматриваемого периода был далеко не столь значительным, как получается при использовании данных Мэддисона. Таким образом, делая выбор между оценками Мэддисона и Грегори, исследователь должен принять и вытекающие из них выводы относительно фискальной политики Н. Бунге, И. Вышнеградского и С. Витте.

Мы склоняемся к использованию оценок Мэддисона по следующим соображениям. Во введении к своей работе Грегори отмечает, что пользовался лишь материалами библиотек Западной Европы и США, и признает, что «использование материалов из российских библиотек и архивов позволило бы добиться лучших результатов»⁴. При этом, однако, он рискует бросить вызов общему мнению множества российских исследователей, которые, как пишет Грегори, практически единодушны в признании того, что в конце XIX века жизненный уровень русских крестьян снижался⁵.

Грегори отрицает, что Россия страдала от аграрного кризиса. Рост недоимок по прямым налогам с крестьян, включая выкупные платежи, он интерпретирует не как следствие их неплатежеспособности ввиду чрезмерного налогового бремени, а как признак того, что российское правительство не обладало «властью, достаточной для того, чтобы заставить крестьян принудительно отдавать произведенную ими продукцию»⁶. Признавая исключительно высокий уровень дореволюционной российской статистики⁷, в наиболее принципиальном вопросе Грегори делает следующую оговорку: «К несчастью, самый простой показатель благосостояния крестьян — поголовье скота — в российской статистике исчислялся с большими ошибками»⁸. Между тем, проигнорированные им данные весьма красноречивы. Описывая эволюцию скотоводства в европейских губерниях России после 1870 года, «Энциклопедический словарь» Ф. Брокгауза и И. Ефрона, высказывается однозначно: «Рост стад значительно отстал от роста населения и запашки, что видно из следующих цифр» (табл. 4).

Т а б л и ц а 4

**Поголовье скота в европейских губерниях России в расчете на душу населения
и площадь обрабатываемых земель**

| | Причиталось голов скота | | | | |
|------|----------------------------------|--------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------|
| | на 1000 десятин удобной земли | на 1000 десятин пашни | на 1000 душ обоего пола | на 1000 рабочих мужчин | на 1000 дворов |
| 1870 | 664 | 1144 | 1456 | 6344 | 9329 |
| 1880 | 655 | 1130 | 1238 | 5416 | 8345 |
| 1890 | 631 | 1062 | 1135 | 4948 | 7294 |
| 1900 | 602 | 887 | 1026 | 4426 | 6474 |

Источник: Энциклопедический словарь. Т. 2А (4): Пруссия — Фома. Россия. Издатели Ф. А. Брокгауз (Лейпциг), И. А. Ефрон (С.-Петербург). Спб.: Типография Акц. Общ. Брокгауз—Ефрон, 1907. С. XLVIII (48).

⁴ Грегори П. Экономический рост Российской империи (конец XIX — начало XX в.). Новые подсчеты и оценки. М., РОССПЭН, 2003. С. 9.

⁵ Там же. С. 17.

⁶ Там же. С. 35.

⁷ Там же. С. 9.

⁸ Там же. С. 36.

Выводы Грегори об отсутствии подавляющего влияния налогов на благосостояние крестьян находят опровержение в работе российского министра земледелия П. Шванебаха «Наше податное дело», вышедшей в 1903 году. П. Шванебах показывает, что в 1880—1890-е годы в ряде губерний (таких как Тульская, Рязанская, Орловская Симбирская, Пензенская) сумма крестьянских обязательств по прямым налогам превосходила максимально возможную выручку от продажи всего урожая зерна, остающегося после вычетов на семена и на пропитание самих крестьян⁹. Это значит, что для полной выплаты налогов крестьяне были вынуждены либо недоедать, либо продавать имущество, либо искать побочные заработки.

Таким образом, приходится сделать вывод, что суждения Грегори об уровне жизни крестьян и динамике их благосостояния не вполне обоснованны и имеют тенденцию к приукрашиванию картины.

4. Пересчет долларов 1990 года в рубли 1900 года

Основная литература и статистика о государственных финансах России конца XIX — начала XX века измеряет денежные величины в золотых рублях. Денежная реформа 1897 года приравняла рубль к 17,424 долям чистого золота. Поскольку 1 доля = 44,43 мг, рубль 1897 или 1900 года соответствовал 774,15 миллиграммам чистого золота.

По данным www.usagold.com, в 1990 году средневзвешенная цена 1 тройской унции золота была равна 400 долларов¹⁰. Следовательно, доллар 1990 года соответствует 1/400 унции золота. Так как тройская унция — это 31,103 г, доллар 1990 года можно приравнять к 77,76 мг золота.

Разделив 774,15 на 77,76, выясняем, что 1 рубль 1900 года = 9,96 долларов 1990 года. Теперь мы можем пересчитать российский ВВП интересующего нас периода в рубли. Результаты представлены в табл. 5.

Т а б л и ц а 5

ВВП России в рублях и долларах, 1881—1903 годы

| Год | ВВП | | Год | ВВП | |
|------|---------------------|--------------------|------|---------------------|--------------------|
| | млн долл. 1990 года | млн руб. 1900 года | | млн долл. 1990 года | млн руб. 1900 года |
| 1881 | 108 727 | 10 916 | 1893 | 144 549 | 14 513 |
| 1882 | 111 338 | 11 178 | 1894 | 148 020 | 14 861 |
| 1883 | 114 012 | 11 447 | 1895 | 151 575 | 15 218 |
| 1884 | 116 750 | 11 722 | 1896 | 155 215 | 15 584 |
| 1885 | 119 553 | 12 003 | 1897 | 158 943 | 15 958 |
| 1886 | 122 425 | 12 292 | 1898 | 162 760 | 16 341 |
| 1887 | 125 365 | 12 587 | 1899 | 166 668 | 16 734 |
| 1888 | 128 375 | 12 889 | 1900 | 170 671 | 17 136 |
| 1889 | 131 458 | 13 199 | 1901 | 174 770 | 17 547 |
| 1890 | 134 615 | 13 516 | 1902 | 178 967 | 17 969 |
| 1891 | 137 848 | 13 840 | 1903 | 183 265 | 18 400 |
| 1892 | 141 159 | 14 173 | | | |

Источник: расчеты автора.

⁹ Шванебах П. Наше податное дело. СПб., 1903. С. 162—166.

¹⁰ <http://www.usagold.com/reference/prices/1990.html>

Таким образом, можно утверждать, что в 1881—1903 годах ВВП Российской империи вырос с 10,9 до 18,4 млрд рублей. Как же эта сумма соотносилась с тогдашними объемами налоговых изъятий и государственных расходов?

5. Соотношение ВВП и государственного бюджета в России в 1881—1903 годы

Объем государственных доходов и расходов России конца XIX — начала XX века оценивается разными авторами по-разному. Причины расхождений коренятся в различных подходах к учету оборотов внебюджетных фондов, доходов и расходов государственных предприятий, а также финансовых операций по конверсии государственного долга.

На наш взгляд, наиболее корректную методику учета государственных доходов и расходов России применил Петр Александрович Сабуров (1835—1918)¹¹.

Т а б л и ц а 6

Государственный бюджет России в абсолютных цифрах и как процент от ВВП, 1881—1903 годы

| ВВП России | ВВП, млн руб. 1900 года | Суммарные доходы бюджета, млн руб. | Суммарные расходы бюджета, млн руб. | Суммарные доходы бюджета, % ВВП | Суммарные расходы бюджета, % ВВП |
|------------|-------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| 1881 | 10 916 | 752 | 840 | 6,9 | 7,7 |
| 1882 | 11 178 | 737 | 788 | 6,6 | 7,1 |
| 1883 | 11 447 | 727 | 804 | 6,4 | 7,0 |
| 1884 | 11 722 | 713 | 816 | 6,1 | 7,0 |
| 1885 | 12 003 | 787 | 913 | 6,6 | 7,6 |
| 1886 | 12 292 | 812 | 945 | 6,6 | 7,7 |
| 1887 | 12 587 | 845 | 931 | 6,7 | 7,4 |
| 1888 | 12 889 | 910 | 927 | 7,1 | 7,2 |
| 1889 | 13 199 | 969 | 963 | 7,3 | 7,3 |
| 1890 | 13 516 | 985 | 1057 | 7,3 | 7,8 |
| 1891 | 13 840 | 933 | 1116 | 6,7 | 8,1 |
| 1892 | 14 173 | 1014 | 1126 | 7,2 | 7,9 |
| 1893 | 14 513 | | | | |
| 1894 | 14 861 | 1247 | 1155 | 8,4 | 7,8 |
| 1895 | 15 218 | 1144 | 1221 | 7,5 | 8,0 |
| 1896 | 15 584 | 1474 | 1484 | 9,5 | 9,5 |
| 1897 | 15 958 | 1473 | 1495 | 9,2 | 9,4 |
| 1898 | 16 341 | 1690 | 1772 | 10,3 | 10,8 |
| 1899 | 16 734 | 1869 | 1787 | 11,2 | 10,7 |
| 1900 | 17 136 | 1801 | 1889 | 10,5 | 11,0 |
| 1901 | 17 547 | 2019 | 1874 | 11,5 | 10,7 |
| 1902 | 17 969 | 2138 | 2167 | 11,9 | 12,1 |
| 1903 | 18 400 | 2235 | 2108 | 12,1 | 11,5 |

Источники: данные за 1881—1886, 1887—1892 и 1894—1903 годы взяты из соответствующих таблиц книги «Русский рубль. Два века истории. XIX—XX вв.» (М.: Прогресс—Академия, 1994) со ссылкой на: Министерство финансов. 1802—1902. СПб., 1902, а также: *Мигулин П.* Русский государственный кредит (1769—1906). Т. 3. Харьков, 1907.

¹¹ *Сабуров П.* Материалы для истории русских финансов 1866—1897. СПб.: Тип. Гл. упр. Уделов, 1899.

Однако его исследование заканчивается 1897 годом и не охватывает весь интересующий нас период. Поэтому мы воспользуемся данными других авторов. Таблица 6 составлена на основе юбилейного отчета министерства финансов за 1902 год, а также по данным из работы П. Мигулина.

6. Альтернативные подсчеты суммарных государственных доходов и расходов России

Хотя полный ряд данных о государственных доходах и расходах доступен только в отношении цифр из юбилейного издания министерства финансов и работы П. Мигулина, интерес представляют и альтернативные оценки. Такие оценки были сделаны в дореволюционную эпоху уже упомянутым П. Сабуровым, а в наше время — П. Грегори. Таблица 7 объединяет данные трех названных источников.

Обнаруженные расхождения не слишком велики. Корреляция данных П. Грегори с данными «Министерства финансов. 1802—1902» П. Мигулина сильнее, чем с цифрами П. Сабурова. В свою очередь, отклонения цифр П. Сабурова объясняются прежде всего тем, что он учитывает сделки по конверсии государственного долга как одновременное получение бюджетом доходов и осуществление расходов. В конце 1880-х и в 1890-х годах обороты кон-

Т а б л и ц а 7

Государственные расходы России в 1881—1903 годы по трем разным источникам

| Год | Государственные расходы России, млн руб. | | |
|------|--|---|--|
| | По Сабурову | По «Министерство финансов. 1802—1902» и по Мигулину | «Правительственные расходы» по Грегори |
| 1881 | 925 | 840 | — |
| 1882 | 829 | 788 | — |
| 1883 | 847 | 804 | — |
| 1884 | 816 | 816 | — |
| 1885 | 888 | 913 | 886 |
| 1886 | 940 | 945 | |
| 1887 | 881 | 931 | |
| 1888 | 877 | 927 | 888 |
| 1889 | 1841 | 963 | |
| 1890 | 1323 | 1057 | |
| 1891 | 1726 | 1116 | 962 |
| 1892 | 1247 | 1126 | |
| 1893 | 1403 | — | |
| 1894 | 2639 | 1155 | 1084 |
| 1895 | 1645 | 1221 | |
| 1896 | 1592 | 1484 | 1361 |
| 1897 | 1625 | 1495 | |
| 1898 | — | 1772 | |
| 1899 | — | 1787 | |
| 1900 | — | 1889 | 1889 |
| 1901 | — | 1874 | |
| 1902 | — | 2167 | |
| 1903 | — | 2108 | 2072 |

версионных операций могли измеряться сотнями миллионов рублей ежегодно, и их влияние на размер бюджета сильно зависит от принятого метода учета.

Так или иначе, за неимением полных рядов данных с альтернативными оценками государственных расходов России, мы должны пользоваться значениями, приведенными в разделе 5.

7. Характеристика политики Н. Бунге, И. Вышнеградского и С. Витте в отношении уровня налоговой нагрузки на экономику

На основании данных табл. 6 можно дать характеристики бюджетной политики Н. Бунге (1881—1886), И. Вышнеградского (1887—1892) и С. Витте (1893—1903). Для периода, когда министерством финансов руководил Бунге, характерна безуспешная борьба с дефицитом бюджета при одновременных попытках снизить налоговое бремя, лежащее на крестьянстве. В 1881 году доходы бюджета составляют 6,9% ВВП, расходы — 7,7% ВВП, дефицит — 0,8% ВВП. В первые три года своего министерства Бунге уменьшает как расходы, так и налоговые доходы государства, причем не только в относительных, но и в абсолютных значениях. Именно в этот период были снижены выкупные платежи (с 1 января 1883 года) и отменена подушная подать для некоторых категорий плательщиков (с 1 января 1883 и с 1 января 1884 года). В результате к 1884 году государственные доходы плавно снижаются до 6,1% ВВП, а расходы — до 7,0% ВВП. При этом дефицит возрастает до 0,9% ВВП и впервые превышает 100 млн рублей. Затем тенденция меняется: после 1884 года вновь вводимые и повышаемые налоги (промысловый, поземельный, новый налог на наследование и дарение, питейный, сахарный и табачный акциз, ввозные пошлины) оказывают на суммарное налоговое бремя более серьезное воздействие, чем те налоги, которые снижаются. К 1886 году государственные доходы составили 6,6% ВВП. Расходы при этом возрастали еще быстрее: в 1886 году были они равны 7,7% ВВП, вернувшись, таким образом, к уровню 1881 года. Размер бюджетного дефицита поднялся до 1,3% ВВП, а в абсолютной величине превысил 130 млн рублей.

В этих условиях Бунге был заменен на Вышнеградского, который возглавил министерство финансов с наступлением 1887 года. Новый министр делает ликвидацию бюджетного дефицита безоговорочным приоритетом. В период до 1889 года включительно абсолютный объем государственных расходов оказывается фактически замороженным, а относительный снижается с 7,7 до 7,2—7,3% ВВП. Одновременно доходы бюджета резко увеличиваются. В 1888 году они достигают рекордного уровня в 7,1% ВВП, а на следующий год — 7,3% ВВП. Бюджет России после долгого перерыва становится бездефицитным. Стоит, однако, отметить, что при этом государственные изъятия из экономики держатся на беспрецедентно высоком уровне. А вот относительное снижение государственных расходов, достигнутое Вышнеградским в 1887—1889 годы, вовсе не выглядит масштабным по сравнению с экономией, которую обеспечил Бунге в 1881—1884 годах. При более решительном ограничении государственных расходов Вышнеградский мог бы достичь бюджетного равновесия при доходах и расходах в размере 7,0% ВВП, а не 7,3% ВВП, как это имело место в действительности.

Начиная с 1890 года бездефицитный бюджет снова исчезает из-за внезапного раздувания расходов, достигших невиданного ранее значения в 7,8% ВВП. Расходы остаются на прежнем уровне, и, таким образом, Россия снова имеет дефицит в 72 млн руб. На следующий год вводится новый, крайне протекционистский таможенный тариф, что совпадает с неурожаем и голодом.

Из-за недоимок доходы государства падают до 6,7% ВВП, а расходы — в силу дополнительных затрат на помощь пострадавшему населению — поднимаются до 8,1% ВВП. В бюджете образуется дефицит размером в 1,4% ВВП; столь большого несоответствия доходов и расходов не было даже во времена Бунге. На следующий год, 30 августа 1892-го, больной и деморализованный Вышнеградский уходит в отставку, уступив место своему единомышленнику Витте. Ему предстоит действовать в условиях, когда проблема бюджетного дефицита еще не решена, а государственные доходы и расходы уже существенно взвинчены и, по мнению ряда критиков, являются непосильным бременем для хозяйственных сил страны.

В фискальной политике Витте получает выражение последовательный курс на резкое увеличение как доходов, так и расходов государства. Доходы увеличиваются несколько быстрее. В отдельные годы сальдо баланса оказывается то положительным, то отрицательным. Начиная с 1898 года образуются своеобразные качели: в четные годы бюджет дефицитен, а в нечетные имеет профицит. Это длится до самой отставки Витте с поста министра финансов в августе 1903 года. Но доля ВВП, проходящая через государственный бюджет, возрастает монотонно. Начиная с 1896 года и доходы, и расходы государства превышают 9% ВВП, с 1898 года преодолевают рубеж 10% ВВП, а в 1902—1903 годы не опускаются ниже 11% ВВП. Сравнивая 1892 год с 1903-м, можно видеть, что за 11 лет управления министерством финансов Витте увеличил государственные доходы с 7,2% до 12,1% ВВП, а расходы — с 7,9% до 11,5% ВВП. Этот прирост особенно впечатляет при сопоставлении с изменениями, произошедшими за предыдущие 11 лет, с 1881 по 1892 год. Доля государственных доходов в ВВП за это время возросла на 0,3 п.п., а расходов — на 0,2 п.п.

Таким образом, можно сделать вывод, что в период, предшествовавший Русско-японской войне и революции 1905 года, в экономической политике России произошел резкий сдвиг. Налоговое бремя, измеряемое как доля доходов государства в ВВП с 1892 по 1893 год, увеличилась в 1,68 раза, а отношение государственных расходов к ВВП — в 1,45 раза. Большая часть дополнительных денег, изъятых из экономики правительством, была вложена в инвестиционные проекты, которые, с точки зрения частных предпринимателей, были нерентабельны и непривлекательны. Самый знаменитый из этих проектов — сооружение Транссибирской магистрали. Сдвиг экономической политики в сторону большего государственного вмешательства очевиден. Вопрос же о том, был ли этот сдвиг оправдан и не была ли революция 1905 года в конечном счете вызвана увеличением налогового бремени на крестьянство, выходит за пределы настоящей статьи.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И ДВИЖЕНИЕ В ЗАЩИТУ ПРАВ СОБСТВЕННОСТИ*

Питер МЕНЕЛЛ

профессор Юридического института
в Беркли (Berkeley School of Law)
при Калифорнийском университете,
директор центра Юридического института
«Право и технологии»

Ойковориа • Полтика

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • ΠΟΛΙΤΙΚΑ

За последние несколько лет Движение в защиту прав собственности (далее — Движение) с особым интересом следило за несколькими делами, рассматривавшимися в Верховном суде. Вряд ли кого-то удивило, что активисты Движения встали на защиту Сюзетт Кело, чей дом решили снести власти города Нью-Лондон. Она утверждала, что снос ее собственности для передачи участка частному застройщику нельзя считать «использованием в общественных целях», а потому это решение нарушает ее конституционные права. Беда, постигшая г-жу Кело, напрямую затрагивает главную сферу деятельности Движения — защиту интересов собственников от посягательств государства. Не стал сюрпризом и тот факт, что организации, входящие в Движение, энергично действовали в связи с делами *Rapanos vs United States*, где речь шла о пределах полномочий федеральных властей по регулированию площадей заболоченных местностей; *San Remo Hotel vs City & County of San Francisco*, где подвергалось сомнению соответствие распоряжения о переустройстве отеля конституционному «Положению о запрете конфискации»; *Lingle vs Chevron USA*, где была сделана попытка отменить статью законодательства штата, ограничивающую арендную плату, которую нефтяные компании взимают с дилеров, берущих в лизинг принадлежащие этим фирмам бензоколонки; или *Tahoe-Sierra Preservation Council, Inc. vs Tahoe Regional Planning Agency*,

* *Menell P. S. Intellectual Property and the Property Rights Movement // Regulation. 2007. Vol. 30. No 3.*

где решался вопрос, не равносильны ли временный мораторий на застройку антиконституционному захвату частной собственности.

И напротив, дело *eBay vs Merc Exchange*, казалось бы, не относится к компетенции Движения. «Собственность», о которой там шла речь, — патент на метод торговли товарами через «электронную сеть консигнационных магазинов» — полностью отличается от недвижимости Сюзетт Кело по характеру и экономическому значению. *Merc Exchange* выиграла иск о нарушении патентных прав и стремилась обязать популярную сеть электронной торговли *eBay* отказаться от дальнейшего использования запатентованного метода в надежде добиться выгодной для себя лицензионной сделки. Сам вопрос о патентах в этой сфере вызывает неоднозначные мнения из-за абстрактного характера заявок на патентование методов ведения бизнеса. Более того, «вмешательство» государства в дела собственности владельца патента было ограничено. Окружной суд отклонил требование *Merc Exchange* о постоянном запрете на использование метода, ссылаясь на готовность владельца патента выдавать лицензии другим лицам, на адекватность возмещения финансового ущерба, на тот факт, что сам владелец патента не применял указанное изобретение в практической деятельности, и на «растущую озабоченность» относительно влияния патентов на методы ведения бизнеса, на конкуренцию и инновации. Апелляционный суд США отменил отказ в постоянном запрете, мотивируя это тем, что подобная мера, «как правило», применяется во всех случаях нарушения патентных прав при отсутствии «особых обстоятельств», таких как серьезная угроза здоровью населения. В результате *eBay* подала апелляцию в Верховный суд, который в конце 2005 года принял дело к повторному рассмотрению.

В экспертном заключении, представленном в Верховный суд от имени «ряда специалистов в области права и экономики», один из ведущих теоретиков Движения, профессор Ричард Эпштейн, утверждал, что патент *Merc Exchange* требует такой же защиты, как и недвижимость. Уподобив нарушение патентных прав вторжению в чужие владения, автор заключения делает вывод, что в таких делах в качестве меры наказания должен применяться постоянный запрет на использование запатентованных методов. Ссылка на прецедент с нарушением границ владения раздвигает пределы патентного права.

Аргументы относительно прав собственности, прозвучавшие в деле *eBay*, знаменуют собой открытие нового важного фронта в ходе кампании за внедрение жесткого и широкого толкования прав собственности и их соблюдения. Тот факт, что в последние годы деятельность профессора Эпштейна по защите прав собственности переместилась и в сферу интеллектуальной собственности, отражает усиливающееся значение нематериальных активов в современной экономике. В результате «цифровой революции» *General Motors* и другие производственные предприятия были сброшены с вершины экономической пирамиды. Воплощением нового экономического порядка стали информационно-технологические компании, такие как *Google*, *Microsoft* и *Apple*.

К усилиям по внедрению «абсолютистской» либертарианской концепции в сферу интеллектуальной собственности присоединились и другие защитники прав владельцев. 21 мая Вашингтонский правовой фонд опубликовал в *New York Times* на правах рекламы статью, открывавшуюся следующим пассажем:

Украденная собственность — украденное будущее. Что если совершенно незнакомые люди устроят вечеринку в вашем саду? Это несовместимо с традицией нерушимости прав частной собственности, которую Америка столь ревностно отстаивает. Но по сути именно это происходит с интеллектуальной собственностью американских компаний за рубежом.

Следует ли столь однозначно приравнивать «интеллектуальную собственность» к материальному имуществу? Несмотря на несомненное наличие исторической связи и функциональных параллелей между «интеллектуальной» собственностью и другими ее формами, философская, правовая, экономическая и политическая база защиты интеллектуальной собственности и материального имущества существенно различаются. Это позволяет предположить, что попытки объединить интеллектуальную собственность с другими ее формами вполне могут привести к контрпродуктивному результату.

1. Семантика и суть

Частная собственность на землю и иные материальные ресурсы представляет собой, вероятно, самый древний из институтов, созданных человечеством; она издавна занимает важное место в сфере философии и права. Но до какой степени интеллектуальная собственность — права на нематериальные ресурсы — вписывается в сравнительно единообразную систему прав на землю и иные материальные объекты?

Право давно уже относит земельную и интеллектуальную собственность к общей категории «собственности». Впервые термин «интеллектуальная собственность» был использован в судебном решении в 1845 году — в деле о патентных правах суд отметил: «либеральное толкование... понятия „патент“ будет поощрять «изобретательность и упорство», и «только так мы можем защитить *интеллектуальную собственность*, труды разума, представляющие собой результат деятельности и заинтересованности человека, такой же плод его честной предприимчивости, как выращенная им пшеница или скот». В статье профессора Джастина Хьюза, опубликованной недавно в *Southern California Law Review*, отмечается, что «суды и законодательные органы постоянно признавали охватываемые авторским правом произведения „собственностью“ в XVII, XVIII и начале XIX века, сопровождая это понятие такими определениями, как „художественная“, „литературная“ и „интеллектуальная“».

Сегодня мало кто сомневается в том, что «интеллектуальные» активы представляют собой одну из форм «собственности». В Законе о патентах четко оговаривается, что «патенты обладают атрибутами личной собственности», и Верховный суд признает это положение. В Законе об авторских правах говорится: «Владение авторскими правами может переходить из рук в руки, полностью или частично, с помощью любых средств такой передачи, или по закону, а также может быть завещано или передано в качестве *личного имущества* в рамках соответствующих законов о наследовании в отсутствие завещания».

Однако признание патентов, авторских прав, торговых марок и коммерческой тайны формами «собственности» не решает вопроса об «очертаниях» этих активов, а также о правах и защите их владельцев. Собственность — не монолитная концепция, и ее трактовка существенно различается в зависимости от категории ресурсов. Главный вопрос заключается не в том, подпадают ли интеллектуальные активы под определение «собственности», а в том, применимы ли к ним традиционные права, ассоциируемые с недвижимостью и иными материальными формами имущества.

Профессор Эпштейн и некоторые другие представители Движения утверждают, что права, ассоциируемые с недвижимостью (например, непререкаемое право на запрет доступа и ограничение государственного вмешательства), должны относиться и к интеллектуальной собственности. Эти ученые хотят

вписать интеллектуальную собственность в идеализированную концепцию Блэкстона об исключительности и нерушимости прав собственности. Однако подобное объединение носит скорее семантический, чем фактический характер. Две указанные сферы покоятся на различных философских фундаментах, воплощают собой различные нормы и институты и отражают разные политические интересы.

2. Философские различия

Джон Локк полагал, что каждый человек с рождения обладает правом владения на собственную личность, а следовательно, и на плоды труда своего тела, при том что «достаточное количество и того же самого качества [предмета труда] остается для общего пользования других». На этой основе Локк пришел к выводу, что права на «жизнь, свободу и собственность» представляют собой неотъемлемые права в справедливо устроенном обществе.

Базируясь на концепции Локка о естественном праве собственности, Движение выступает за «абсолютистский» подход к защите прав собственности и за строгое ограничение государственного вмешательства в сферу частного имущества. Невзирая на то что взгляды отцов-основателей на частную собственность варьировались — Бенджамин Франклин, к примеру, полагал, что «частная собственность... есть порождение общества и подвержена требованиям такового общества в зависимости от его потребностей, вплоть до последнего фартинга», — движение в защиту прав собственности считает, что конституционный запрет на конфискацию означает однозначную защиту прав собственности, основанную на свободе.

Что же касается патентов и авторских прав, то они, напротив, возникли в основном в результате законодательных актов, следовавших конкретному утилитарному конституционному положению о содействии «развитию науки и полезных ремесел». Хотя мы располагаем лишь отрывочными документальными данными об истории принятия этого положения, одно не подлежит сомнению: отцы-основатели считали, что положение об интеллектуальной собственности призвано выполнять совсем другие функции, чем положение о запрете конфискации. В обращении к Конгрессу от 8 января 1790 года президент Джордж Вашингтон подчеркивал: «Ничто не заслуживает вашего покровительства в большей мере, чем поощрение науки и литературы. Знание в любой стране — самая прочная основа счастья народа. А в таком государстве, как наше, где меры правительства непосредственно основаны на стремлении к общему благу, оно, соответственно, имеет очень большое значение».

В ответ на это обращение только что созданная Палата представителей приняла постановление: «Мы разделяем ваше мнение о том... что поощрение науки и литературы способствует устойчивости свободного государства; в наших дальнейших трудах мы не оставим вне поля зрения предметы, столь заслуживающие нашего внимания». Весной того же года Конгресс принял первые законы о патентах и авторских правах.

3. Утилитарный подход

В отношении интеллектуальной собственности мы не должны слепо копировать нормы и институты, связанные с недвижимостью; правильнее всего воспринимать ее как гибкий «пакет» прав, созданных для поощрения научного прогресса и искусства. Более того, различные средства защиты интеллектуальной собственности сильно отличаются от блэкстоновской модели

абсолютных прав — бессрочных, исключительных и нерушимых. Две наиболее распространенные формы интеллектуальной собственности — патенты и авторские права — защищаются на ограниченный срок (хотя в случае с авторскими правами он весьма велик). Более того, эксклюзивность в сфере «интеллектуальной собственности» отнюдь не носит столь же нерушимого характера, как в области традиционных прав собственности. Законы об интеллектуальной собственности представляют собой систему политических рычагов, которые законодательные собрания разрабатывают, а суды интерпретируют в целях поощрения инноваций и защиты целостности рынков в свете постоянно меняющихся технологий и социальных институтов.

Существующие в патентном праве гарантии экспериментального использования и различные исключения (например, жесткие ограничения на применение патентов в медицинской сфере и права бывших пользователей в отношении методов ведения бизнеса) ограничивают исключительность патентных прав. Доктрина «законного использования» в законодательстве об авторском праве, разветвленная система обязательного лицензирования и различные исключения существенно ограничивают и исключительность авторских прав. В области законодательства о торговых марках действуют «доктрина различительной способности», стандарт нарушений и норма о номинативном использовании, что также значительно урезает права собственников в этой сфере. Что же касается законодательства об охране коммерческой тайны, то и здесь действует оговорка о «независимом открытии», которая опять же не предусматривает исключительности прав владельцев. Итак, даже при беглом рассмотрении выясняется, что в данном случае определение «собственность» означает лишь то, что права на интеллектуальные активы имеют владельцы и могут передаваться.

Тем не менее в определенных контекстах квалификация интеллектуальных активов как «собственности» имеет вполне реальный эффект. В частности, они подпадают под Пятую поправку, ограничивающую возможности конфискации частной собственности. Однако, как показало дело *eBay*, само по себе название «собственность» не является стандартом для применения такой меры, как запрет на использование.

В отличие от концепции Локка относительно основанной на принципах свободы материальной собственности, главное экономическое обоснование существования интеллектуальной собственности связано с экономической проблемой более общего порядка: с неспособностью конкурентного рынка обеспечивать эффективный уровень инноваций в некоторых сферах технологической и творческой деятельности — особенно там, где научные исследования и разработки (НИР) требуют больших расходов, новшества легко выявляются, а их копирование обходится относительно дешево и не требует большого времени. В данном случае конкуренция сведет прибыли разработчиков к нулю несмотря на безвозвратные издержки на НИР. Хотя имитация приводит к снижению потребительских цен и позволяет избежать потерь, связанных с использованием монопольного положения на рынке, она приводит и к неоптимальному уровню инвестиций в НИР. Большинство фирм не стало бы вкладывать средства в разработку новых технологий и креативных идей, если бы их соперники могли в любой момент проникнуть на рынок и свести на нет их прибыли до того, как окупятся расходы на НИР с поправками на обычные риски.

В отличие от материальных товаров, знания и продукты творчества представляют собой «общественные блага» в том смысле, что их использование носит неконкурентный характер. Иными словами, их использование

одним субъектом не препятствует другим делать то же самое. Более того, в своем естественном состоянии знание является «неограниченным» в том смысле, что даже если кто-то претендует на обладание теми или иными знаниями, помешать другим пользоваться ими непросто. Законодательство об интеллектуальной собственности представляет собой попытку решить эту проблему правовыми средствами: оно предоставляет автору знаний или творческих произведений право на их исключительное использование и защиту, но с оговорками.

Подобный контроль, однако, по ряду причин приводит к снижению уровня общественного благосостояния. Во-первых, результатом монопольной эксплуатации является ущерб для потребителей за счет ограниченной емкости предложения. Во-вторых, эксклюзивный контроль может воспрепятствовать использованию научно-технических знаний для дальнейших исследований. В-третьих, с точки зрения потенциальных последствий нет никаких гарантий того, что исследовательские задачи будут делегированы наиболее эффективным фирмам и даже нужному количеству фирм.

Система патентного права, к примеру, выстроена таким образом, чтобы попытаться уравновесить эти разноречивые последствия для конкуренции за счет предоставления защиты только в случае значительных (неочевидных) изобретений, ограничения срока такой защиты и требования, чтобы изобретатель сообщил все подробности о своем открытии. В рамках самой простой модели защиты патентов — где изобретения не служат «кирпичиками» для дальнейших инноваций и единственной подлежащей контролю переменной является продолжительность защиты — оптимальный срок защиты патента призван уравновесить такие факторы, как стимулы к изобретательской деятельности и потери от монополистической эксплуатации.

«Накопление» инноваций — когда «первая волна» изобретений становится основой для следующей — существенно затрудняет разработку системы защиты патентов. Чтобы в должной мере вознаградить изобретателей «первой волны» за открытия, способные принести позитивные результаты в виде изобретений «второй волны» (усовершенствований, новых способов применения, аксессуаров), им необходимо предоставить возможность получить доходы от изобретений этой «второй волны». С другой стороны, предоставление даже части доходов изобретателей «второй волны» их предшественникам сокращает стимулы первых к продолжению исследований. Подобная напряженность несколько ослабляется тем, что изобретатели «первой волны» находятся в наилучшем положении с точки зрения проведения исследований «второй волны», а также тем, что порой между изобретателями «первой» и «второй» «волн» налаживается сотрудничество, что позволяет и тем, и другим получать прибыль за счет одного и того же источника.

Накопительная природа инноваций, несомненно, представляет собой основание для разрешения совместных исследований, особенно в отношении взаимодополняющих видов продукции. На практике, однако, одна и та же организация лишь в редких случаях находится в наилучшем положении для осуществления всех проектов «второй волны». Более того, о возможности инноваций «второй волны» становится известно (иначе и быть не может) только после того, как инвестиции в исследования «первой волны» уже сделаны. Тем не менее, поскольку эти средства уже вложены, они превращаются в безвозвратные издержки и не могут использоваться на переговорах о разделе прибыли от изобретения, состоящего из нескольких «волн». Эту проблему можно решить, расширив масштаб и продлив срок патентов по «первой волне» или лишив патенты по «второй волне» всякой защиты.

Результат, однако, зависит в первую очередь от строгих предписаний в плане лицензирования, а также от знаний и разумного поведения изобретателей. На практике существует ряд стратегических соображений, препятствующих лицензированию. Кроме того, новаторы редко располагают достаточной информацией, чтобы определить наилучший путь распространения своих технологий, и лицензии порой стоят дорого.

Утилитарная связь между теорией собственности в целом и интеллектуальной собственностью определяется низкими транзакционными издержками. Экономисты считают энергичную конкуренцию более эффективной силой, подстегивающей изобретательскую и рационализаторскую деятельность, а также лучше способствующей распространению технологий, чем скоординированные действия одного разработчика. По этой причине более узкая и слабая система прав может эффективнее поощрять инновации в определенных областях. Даже профессор Уильям Ландес и судья Ричард Познер признают: «„Десобственнизация“ интеллектуальной собственности может иногда являться наиболее обоснованной с экономической точки зрения политикой». А профессорá Джеймс Бессен и Майкл Мёрер считают, что издержки, связанные с патентами на методы ведения бизнеса и компьютерными программными продуктами (обусловленные изначальной расплывчатостью границ прав в этой области), в целом перевешивают относительно скромные преимущества таких патентов.

4. Структурное единство или утилитарный принцип

Изучая вопрос об интеллектуальной собственности, профессор Эпштейн приходит к выводу о ее «структурном единстве» с собственностью материальной. Он считает фундаментом обеих систем исключительность и право передачи, оставляя при этом без внимания проблему дробления и концентрации в обеих областях. Столь ограниченный подход приводит к преувеличению «единства» между материальной и интеллектуальной собственностью в плане исключительности и свободной передачи и к игнорированию многочисленных структурных различий этих двух форм.

Не подлежит сомнению, что права интеллектуальной собственности могут быть исключительными. Однако они не обязательно являются — а часто и однозначно не являются — таковыми, по крайней мере в той степени, в какой эта характеристика отличает недвижимую собственность. В сфере материальной собственности исключительность служит гарантией от трагических последствий принципа «общее — значит, ничье». Исключительные права на владение землей и иными материальными ресурсами ограничивают чрезмерно интенсивную эксплуатацию этих исчерпаемых ресурсов. Интеллектуальные же ресурсы (знания) не являются исчерпаемыми, а потому не подвержены экстерналиям, связанным с хищнической эксплуатацией. Если относиться к ним так же, как к недвижимости, это может привести к недостаточному использованию таких ресурсов. Мы все можем наслаждаться оперой Моцарта, ничуть не уменьшая возможности других наслаждаться этой музыкой, но мы все не можем пасти свои стада на одном и том же акре земли или наслаждаться единственным стаканчиком шоколадного мороженого, не вредя при этом интересам или наслаждению других. Система защиты интеллектуальной собственности использует предоставление прав (разной степени исключительности) для поощрения технологических инноваций и творческого самовыражения. Однако, как отмечалось выше, прогресс в сфере науки и искусства представляет собой накопительный процесс — в том смысле, в каком

землепользование таковым не является. Цель законов об интеллектуальной собственности — найти баланс между интересами первопроходцев-новаторов и последующих рационализаторов ради поощрения прогресса.

Исключительные права такого же характера, как те, что действуют в сфере материальной собственности, стали бы препятствием технологическому и гуманитарному прогрессу во многих отраслях творческой деятельности. Так, Конгресс не объявляет автора первого изобретения абсолютным владельцем всего своего интеллектуального творчества. В противном случае было бы нарушено конституционное положение об «ограниченном сроке». Но даже если оставить это, в общем расплывчатое, условие за скобками, Конгресс ограничивает права владельцев интеллектуальной собственности и срок их действия в ряде важных аспектов, чтобы достичь нужного соотношения между стимулами к творчеству и возможностями для дальнейшей рационализации изобретений.

Патентные права, пожалуй, находятся ближе к понятию исключительных, однако относительно короткий срок, в течение которого действует защита патентов (20 лет с момента подачи заявки) и предоставляемая следующим изобретателям возможность патентовать свои усовершенствования (хотя для этого им необходимо иметь патентную лицензию на базовое изобретение) ослабляют жесткость контроля в этой сфере. Для законодательства об авторском праве характерен более вариативный подход к принципу исключительности. На самом базовом уровне это законодательство обеспечивает независимое создание работ, охватываемых авторским правом. Оно предусматривает многочисленные исключения, положения об обязательном лицензировании и иные ограничения для владельцев авторских прав, способствуя развитию накопительного творческого процесса и осуществлению других социально значимых задач. Законодательство о торговых марках идет в этом направлении еще дальше: оно допускает целый ряд вариантов использования действующих торговых марок информационными агентствами, конкурентами (в целях сравнительной рекламы) и пародистами. Закон о коммерческой тайне, в свою очередь, не запрещает инженерный анализ технологий конкурентов с целью раскрытия секретов и независимую выработку информации, аналогичной той, что защищена коммерческой тайной.

Суды давно уже признают ограничения исключительности, по определению присущие правам интеллектуальной собственности. Еще в начале XIX века судья Стори разработал доктрины экспериментального использования и законного использования применительно к патентному и авторскому праву. С тех пор юристы развивают эти доктрины, обеспечивая должный баланс между защитой и несанкционированным использованием. Таким образом, было бы явным преувеличением полагать, что исключительность прав в сфере интеллектуальной собственности полностью соответствует аналогичному понятию в контексте прав на недвижимое имущество.

Передача прав интеллектуальной собственности также во многом отличается от аналогичной модели для недвижимости. К примеру, доктрины о неправильном использовании патентов и авторских прав ограничивают свободу их владельцев в навязывании этих прав на других рынках или в препятствовании инновациям. Закон о торговых марках налагает серьезные ограничения на передачу и лицензирование прав. В сфере лицензирования интеллектуальной собственности антимонопольное законодательство играет куда более важную надзорную роль, чем в транзакциях с материальным имуществом.

Помимо исключительности и передачи структура прав материальной и интеллектуальной собственности существенно различается и по ряду дру-

гих важнейших аспектов. Представители Движения, как правило, считают, что большая часть, если не все материальные ресурсы должны находиться в частном владении. Однако законодательство в сфере интеллектуальной собственности основывается на противоположных принципах — из-за «несостоятельности рынка» права интеллектуальной собственности и их защита должны действовать лишь в той степени, в какой они необходимы для решения проблем с распределением доходов. Законодательство о патентах не допускает защиты абстрактных концепций и научных принципов. Законы об авторском праве распространяются только на оригинальные произведения, но не на компиляции, хотя их создание часто также требует большого труда. Сам принцип патентов и авторских прав проникнут идеей о том, что после истечения срока их действия знание не будет находиться в частных руках, а станет достоянием общественности. О системе материальной собственности этого сказать никак нельзя.

Еще одно структурное различие между материальной и интеллектуальной собственностью связано с их пределами и с характером транзакционных издержек. Если материальную собственность, как правило, можно достаточно четко определить, а чтобы удостовериться в ее принадлежности, не нужно больших затрат, то пределы ряда категорий интеллектуальной собственности — особенно программных продуктов и патентов на методы ведения бизнеса — печально известны своей размытостью. Подобные проблемы с определением границ и связанные с ними издержки на соблюдение прав, транзакции и разрешение споров порождают серьезные сомнения в желательности самого существования некоторых разновидностей интеллектуальной собственности.

Материальная и интеллектуальная собственность различаются и с точки зрения издержек на их защиту. Если землю и другие формы недвижимой собственности можно без труда огородить и обеспечить надзор за ними, то контролировать поток знаний необычайно сложно. Именно по этой причине охрана коммерческой тайны представляет собой столь трудное дело. После появления цифровых технологий и Интернета продукция традиционных «контентных» отраслей — музыкальные записи, ноты, фильмы — стала куда уязвимее с точки зрения несанкционированного распространения. Ставя знак равенства между материальной и интеллектуальной собственностью, профессор Эпштейн обходит эти значительные различия.

5. Разногласия среди либертарианцев

У либертарианцев по отношению к концепции интеллектуальной собственности явно нет единства. Если профессор Эпштейн считает практически все ресурсы — материальные или нематериальные — собственностью, которая должна быть защищена исключительными правами, то многие либертарианцы весьма настороженно относятся к экстраполяции прав собственности на материальные ресурсы в нематериальную сферу. Фридрих фон Хайек — вероятно, самый выдающийся теоретик-либертарианец XX века — высказывал серьезные сомнения относительно уравнивания нематериальных ресурсов с материальными:

«Отличие [патентов и авторских прав] от других прав собственности заключается в следующем: если частное владение материальными товарами обеспечивает направление дефицитных средств в сферы, где их использование особенно важно, в случае с нематериальными товарами, такими как литературные произведения и технические изобретения, возможности для их производства также ограни-

чены, но как только они появляются, их можно копировать до бесконечности, и дефицит таких товаров может быть создан только законодательными методами, в целях создания стимула для „производства идей“. Однако отнюдь не очевидно, что такой принудительно созданный дефицит представляет собой самый эффективный способ стимулирования творчества».

Аналогичным образом, несколько теоретиков-либертарианцев считают фундаментальным обоснованием прав собственности не сам процесс создания, а дефицит. По их мнению, признание прав «собственнического типа» в сфере творчества препятствует свободе других пользоваться нематериальными ресурсами и самовыражению. Они опасаются, что права интеллектуальной собственности вредят процессу «творческого разрушения», движущему обществу вперед.

Озабоченность в связи с подобной свободой возникла в 1980-х годах в сфере компьютерного программирования. До этого компьютерщики обладали почти неограниченной свободой использования и адаптации программных продуктов. Однако рост конкуренции вынудил компьютерные фирмы ввести более жесткий контроль над использованием программного обеспечения. Эти ограничения побудили Ричарда Столлмена из Лаборатории искусственного интеллекта при Массачусетском технологическом институте разработать техническую и правовую стратегию для восстановления свободы в сфере использования и адаптации программных продуктов. Его усилия легли в основу движения *Open Source* (открытый код) — системы совместной разработки и выпуска программного обеспечения, невзирая на ограничения, наложенные собственниками на инновационный процесс. За последние десять лет появление целого легиона «киберлибертарианцев» поставило под сомнение права интеллектуальной собственности в киберпространстве.

Таким образом, среди либертарианцев существуют глубокие разногласия в вопросе о том, при каких обстоятельствах можно считать оправданным признание прав интеллектуальной собственности и является ли оно оправданным в принципе. В результате, профессор Эпштейн не может утверждать, что в данном вопросе он выражает мнение либертарианцев.

6. Политические разногласия

Помимо вышеперечисленных философских вопросов следует отметить, что вокруг интеллектуальной собственности и Движения в защиту прав собственности разворачиваются довольно интересные политические процессы. Ниже мы прокомментируем некоторые из них.

Движение тесно связано с консервативными, настроенными против правительства политиками-республиканцами и общественными организациями. Однако владельцы прав интеллектуальной собственности представляют куда более широкий спектр политических пристрастий. Информационно-технологические компании в основном придерживаются нейтральной позиции в отношении различных политических сил, в то время как фармацевтические компании скорее близки к Республиканской партии. «Контентная» индустрия известна традиционными связями с демократическими администрациями и законодателями. Голливудские продюсеры, режиссеры и актеры также в основном поддерживают представителей и цели Демократической партии — например их экологические программы.

Это позволяет предположить, что шансы на налаживание глубоких и стабильных политических связей между Движением и группами, владеющими интеллектуальными активами, невелики. Хотя и те и другие рассматривают

права собственности как залог своего будущего, их концептуальный багаж существенно различается. «Абсолютистский» взгляд Движения на права собственности не соответствует более гибким и прагматичным потребностям динамичной и эффективной системы прав интеллектуальной собственности.

7. Защита реальной собственности

Помогут ли попытки Движения накрыть «зонтиком собственности» интеллектуальные активы достижению целей этого движения — укреплению прав собственности и сведению к минимуму государственного вмешательства в рыночную экономику и в вопросы свободы личности? Куда вероятнее другое: подведение под интеллектуальную и материальную собственность одной и той же теоретической базы скорее приведет к результату, прямо противоположному стремлениям Движения, — к представлению о том, что земельные участки следует воспринимать как изолированные «островки», лишенные любой экологической или социальной взаимозависимости, оправдывающей государственное вмешательство. Однако, как отмечают экологи и другие специалисты — от Пинчота до Леопольда и Сакса — взаимозависимость между земельными и иными природными ресурсами, несомненно, существует и оправдывает определенную роль государства в выработке правил пользования ресурсами. Аргументы в пользу государственного вмешательства и коллективных ограничений на пользование землей и иными ресурсами выглядят все более убедительно в связи с увеличением плотности населения и интенсивности природопользования, наличием коллективных интересов в сфере управления ресурсами и углублением научных знаний о воздействии человека на экосистемы. Включение интеллектуальной собственности в один «пакет» с собственностью материальной привлечет внимание к концепции о взаимозависимости ресурсов.

В пользу этого говорят несколько характеристик интеллектуальных ресурсов и природа инноваций. Во-первых, накопительный характер инноваций означает, что практически все изобретения в той или иной степени связаны с другими. Сегодняшние изобретатели раздвигают границы науки и техники «стоя на плечах гигантов». Аналогичный феномен отличает и художественное творчество. Писатели, художники и музыканты развивают творчество предшественников и реагируют на их достижения. Поэтому в политике по отношению к интеллектуальной собственности справедливо считается неприемлемым взгляд на интеллектуальные ресурсы как на нечто дискретное и изолированное. Интеллектуальные ресурсы взаимозависимы по определению. Таким образом, они скорее соответствуют концепции Леопольда о земельных ресурсах, которые рассматриваются им как система взаимосвязанных элементов, чем идее Движения о том, что каждый участок земли — это изолированный «остров». Аргументы в пользу предоставления изобретателям и авторам мощных исключительных прав основаны на нереалистичном, чересчур оптимистическом отношении к проблеме транзакционных издержек. Процесс «торга» по Коузу вряд ли способен при любых обстоятельствах обеспечить оптимальное использование и углубление знаний.

Это не означает, что права собственности никоим образом не способствуют прогрессу. Их роль очень важна, но в конкретных, связанных с творчеством контекстах необходимо тщательно выверять масштаб прав, их защиты и необходимых мер. Догматическая вера в максимально широкий «пакет» прав собственности во многом игнорирует задачу стимулирования технического и художественного творчества.

Во-вторых, оптимальная система поощрения творчества меняется вместе с обществом и технологиями. Так режим, оптимальный для поощрения традиционных фармакологических инноваций, может быть неприменим к исследованиям генома. Аналогичным образом, правильный баланс защиты авторских прав в эпоху механического размножения литературных произведений может утратить свой оптимальный характер в условиях распространения цифровых технологий. Более того, «цифровая эпоха» будет эволюционировать и дальше, что потребует корректировки прав интеллектуальной собственности. Необходимость адаптации правовых норм и институтов к этой динамике будет работать против статичной концепции прав собственности, за которую выступает Движение. В то же время эволюции системы прав интеллектуальной собственности может препятствовать чересчур «ограничительная» интерпретация положения о запрете конфискации.

В-третьих, характерные для сферы цифровых технологий тенденция к тесному творческому сотрудничеству и высокие издержки соблюдения прав собственников несовместимы с традиционными концепциями владения и контроля. Все большее количество успешных бизнес-моделей в Интернете предусматривает второстепенную роль прав собственников и использование иных методов получения прибыли. Все активнее развивается разработка инфраструктуры по принципу *Open Source*, финансовая поддержка контента и услуг за счет рекламы и реклама по ключевым словам. Дискуссии вокруг «нейтральности сетей» напоминают дебаты о необходимости общественной собственности на автострасы и иные ресурсы. Из-за характера сетевых ресурсов попытки Движения «колонизировать» киберпространство будут встречать все большее сопротивление. В этой сфере значительную роль, несомненно, будут играть другие бизнес-модели — например основанные на принципе *Open Source*.

В этом контексте полезно напомнить о резолюции Верховного суда по делу *eBay vs Merc Exchange*. В ходе выступлений сторон риторика о правах собственности, судя по всему, привлекла внимание судьи Скальи: «Мы здесь говорим о праве собственности, а право собственности — это, несомненно, право запрещать другим ею пользоваться. Вот что такое патентное право. И все о чем он просит — верните мне мою собственность».

В конце концов, однако, даже самые негибкие защитники прав собственности в Верховном суде воспротивились попыткам затолкать интеллектуальные активы под «зонтик» традиционной собственности. В единогласно принятом постановлении, сформулированном судьей Томасом, отмечается: в делах о патентных правах применение запрета не должно считаться само собой разумеющимся — вопрос о возмещении суды должны решать по собственному усмотрению, руководствуясь критериями справедливости. Мнение председателя суда Робертса, к которому присоединились судьи Скалья и Гинзбург, несомненно, может послужить некоторым утешением для Движения — ведь там отмечается, что «давняя судебная практика», предусматривающая применение запретов в подавляющем большинстве дел о патентных правах, основана на «трудностях с защитой права на отказ в доступе за счет денежного возмещения, которое позволяет нарушителю использовать изобретение вопреки желанию владельца патента». Однако в мнении судьи Кеннеди, к которому присоединились судьи Стивенс, Соутер и Брейер, содержится более тонкий и гибкий подход к выбору методов обеспечения прав интеллектуальной собственности: в нем акцент делается на особой специфике патентов на методы ведения бизнеса. Только время покажет, насколько жестко будет обеспечиваться соблюдение прав интеллектуальной собственности,

однако предыдущие решения суда низшей инстанции по делу *eBay vs Merc Exchange* говорят о том, что отход от почти автоматического применения запретов в делах о патентах уже начался.

Таким образом, развитие интеллектуальной собственности вряд ли будет соответствовать программным установкам Движения. Она всегда плохо вписывалась в схему материальной собственности, а присущие интеллектуальным ресурсам атрибуты и растущая взаимозависимость информационных экосистем позволяют предположить, что продвигаемая Движением концепция собственности в данной сфере окажется несостоятельной. «Сливая» интеллектуальную собственность с материальной, поборники прав собственности рискуют размыть отличительные характеристики недвижимости, благодаря которым она удостоилась особого внимания в период основания нашего государства. Эта концепция уже переживает упадок, и растущее значение интеллектуальной собственности, скорее всего, лишь ускорит эту тенденцию. Как заметил судья Бенджамин Кардозо, описывая эволюцию прав на водные ресурсы на американском Западе, «здесь мы видим сознательный отход от известного правила и намеренное принятие новой нормы в ответ на социальную потребность, столь острую и настоящую, что она возоблдала над древней традицией и создала новую». Значение интеллектуальной собственности, как и «водный вопрос», подчеркивает сложность и взаимозависимость ресурсов в современном обществе. Попытки втиснуть правовую защиту таких ресурсов в рамки материальной собственности, несомненно, закончатся неудачей и могут даже ускорить крушение негибкой концепции прав частной собственности на землю и иные материальные активы.

Заключение

Движение в защиту прав собственности руководствуется слишком ограниченным подходом и чересчур тесно связано с «абсолютистской» идеологией, чтобы соответствовать потребностям динамичной, ресурсно-ориентированной системы интеллектуальной собственности. Вряд ли представление о «структурном единстве» недвижимости и интеллектуальной собственности способно принести какую-либо пользу. Напротив, ландшафт самой интеллектуальной собственности отличается большим многообразием. Функционально ориентированный анализ вопроса о правах собственности может внести полезный вклад в правовые и политические дискуссии, но риторика о правах собственности неверна в философском, историческом и прагматическом смысле. Утверждение о том, что интеллектуальную собственность следует воспринимать как часть монолитного здания «собственности», лишь затушевывает фундаментальные различия в этой сфере и отвлекает внимание от действительно важных вопросов.

ПРОПОРЦИОНАЛЬНО ТАЛАНТУ, А НЕ АППЕТИТУ

обсуждая с Евгением Чичваркиным книгу Айн Рэнд
«Атлант расправил плечи» и проблемы, связанные с бизнесом

Оικονομία • Πολίτικα

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • POLITIKA

Хотя роман Айн Рэнд «Атлант расправил плечи» является одной из самых известных в мире антиутопий XX века (см. также № 3 «Экономической политики» за 2008 год), «Евросеть» сегодня, вероятно, единственная в мире компания, в которой эту книгу разрешено читать в рабочее время. В этом интервью научный редактор ЭП Вадим Новиков обсуждает «Атланта» и в связи с идеями книги некоторые вопросы экономической политики с председателем совета директоров «Евросети» Евгением Чичваркиным.

Интервью готовилось для публикации в августовском номере, но по объективным причинам печатается только сейчас. Последние изменения в компании, связанные с продажей акций, в нем не отражены. Тем не менее мы считаем возможным опубликовать это интервью, так как позиция автора осталась неизменной, а само содержание интервью связано не с бизнесом как таковым, а с видением бизнеса Евгением Чичваркиным.

— Должны ли мы понимать вас так, что вы ставите свои интересы превыше интересов общественности? — спросил судья.

— Я утверждаю, что подобные вопросы нельзя задавать в обществе людоедов.

Айн Рэнд. Атлант расправил плечи

ЭП. В США книга Айн Рэнд «Атлант расправил плечи» является очень популярной и имеет весьма известных приверженцев. Однако в России она пока малоизвестна. Поэтому хотелось бы узнать, как Вы впервые узнали об этой книге?

Е.Ч. Про «Атланта» мне рассказал один киевлянин, с которым мы летели в Индию. Книга мне настолько понравилась, что я стал ее активно популяризировать. Раньше мне казалось, что я одинок в своем отношении к капитализму, но оказалось, что у меня есть единомышленники, и это меня очень радовало.

Впрочем, идеи, которые проходят в этой книге красной линией, в том или ином виде, с различными искажениями и социал-капиталистическими дополнениями, разделяют практически все коммерсанты.

ЭП. А что именно вы считаете главной идеей «Атланта»?

Е.Ч. Люди не равны, и каждому должно доставаться пропорционально таланту, а не пропорционально аппетиту. Идея понятна, просто после стольких лет коллективизма очень нелегко принять ее. Поэтому так трудно представить себе, чтобы в нашем государстве подобная идея могла выступать в качестве идеологии.

Но, скажем, в Объединенных Арабских Эмиратах ситуация близка к описываемой. Жесткая центральная власть не противоречит равному применению закона.

ЭП. Вы выделили в качестве центральной идеи книги то, что люди не равны между собой и каждый должен вознаграждаться сообразно таланту. Некоторые герои романа утверждают, что не существует более важной задачи, чем делать деньги. Так что для Вас талант — умение делать деньги?

Е.Ч. Деньги нужны для свободы, для воплощения своих идей и мечтаний. Деньги — это степень обретения этих самых свобод. Поэтому денег всем нужно разное количество. Все по-разному обозначают свои потребности. Конечно, нельзя купить молодость, хотя некоторые и пытаются. Нельзя купить любовь. Но многие другие жизненные ценности можно удовлетворить при помощи денег, например страсть к путешествиям или к коллекционированию.

ЭП. Можно ли сказать, что вам свободы достаточно?

Е.Ч. Мне кажется, что однажды наступит такой момент, когда я найду последнего члена команды и возьму его к себе на борт. Тогда мне наконец удастся освободиться от рутинной работы. Хочется заниматься чем-то большим и красивым, а пока зачастую приходится «тушить пожары». Наверное, свобода и деньги определенным образом взаимосвязаны, но важно также, в какой степени человек сам готов быть свободным, делегировать другим то, чем не хочет заниматься лично.

Кроме того деньги дают возможность переноситься в другие страны мира. Уже хотя бы за это данный эквивалент заслуживает уважения.

ЭП. Какая часть препятствий, о которых вы говорите, связана с деятельностью государства?

Е.Ч. Самый большой враг — внутри нас. Это наша безалаберность и неразвитость.

ЭП. Некоторая часть проблем, вероятно, связана с действиями государства. Вот запись в вашем блоге¹, которую вы сделали после одного совещания в Минэкономразвития: «Мы опять в начале книги [„Атланта“]». Не могли бы вы пояснить свои впечатления от этого мероприятия.

Е.Ч. Минэкономразвития и ФАС хотят заставить субъектов, которые являются доминирующими на той или иной территории, раскрывать договоры поставок со всеми цифрами, данными и принципами ценообразования. Такое чудовищное, «советское» вмешательство в работу торговцев — это позапрошлый век либо уровень наименее развитых государств нынешней Африки; только в самые дремучие головы это могло прийти. Это анти-монопольное регулирование — рычаг для ограбления: высокие оборотные штрафы. Штрафы доходят до 15%, тогда как рентабельность в розничной торговле может быть 1—3%.

ЭП. До последнего времени компания не была вовлечена в политику, а потому Ваше участие в предвыборной кампании Д. Медведева оказалось для многих неожиданным. Благодаря чему Вы согласились?

Е.Ч. Мне понравились люди, которым Д. Медведев доверил подготовку экономической платформы, я этих людей знаю. И мне очень понравилось то, что он говорил на форуме в Красноярске. Если это будет выполнено хотя бы наполовину, государство станет свободнее, чем когда бы то ни было прежде. Поэтому я и отдал свой голос в поддержку этих ценностей.

ЭП. В какой степени та несвобода, которая сейчас существует в нашей стране, объясняется поведением самих бизнесменов?

Е.Ч. Она связана с поведением рядовых граждан. Граждане пребывают в коме. Большинство граждан буквально находятся в анабиозе. Они согласны с тем, что закон применяется ко всем по-разному, и в то же время они готовы к тому, чтобы был социализм и все разделили поровну между всеми.

¹ См.: <http://chich8.livejournal.com/4680.html>.

ЭП. А какие ценности самой компании «Евросеть»?

Е.Ч. Мы пишем свой «Билль о правах», и скоро он будет готов. Согласно ему цель нашей компании — зарабатывание денег, а средство достижения цели — клиентское счастье. Счастье же клиентское достигается только за счет высококлассного сервиса и продаж на высоком позитивном эмоциональном фоне.

С этими идеями непосредственно связаны две книги, которые можно читать в рабочее время, если нет покупателей. Это «Атлант» Айн Рэнд и «Первоклассный сервис как конкурентное преимущество» Джона Шоула.

ЭП. Легко ли объяснять сотрудникам, что на работе можно читать художественную литературу?

Е.Ч. Что-что, а это объяснить просто. Другое дело, что там никого не убивают и не насидают, поэтому читать это многим неинтересно.

ЭП. Так все-таки главная цель бизнеса — это зарабатывание денег?

Е.Ч. Нет. Получение средств — это цель промежуточная. Цель — это блага, свободы, квалификация и чувство причастности к созиданию чего-либо. Это конечная цель.

Зарабатывание денег — это очень замечательно и правильно, но все же это не окончательная цель.

Представим себе спортсменов на Олимпиаде. Цель — добежать первым? Или встать на пьедестал? Так вот деньги — это добежать первым. А другие ценности — встать на пьедестал. Настоящий пьедестал — это когда ты сможешь правильно вложить и потратить заработанное.

ЭП. А как вы в бизнесе определяете «пьедестал» и достижение? Понятно, что большинству людей очень просто представить достижение в производственном секторе — появился принципиально новый товар. А в вашем бизнесе это не настолько заметно.

Е.Ч. Если ты сумеешь создать магазины, где хорошо обслуживают покупателя, прямо-таки «облизывают» его, и сможешь поставить это на поток, то ты станешь миллиардером.

ЭП. Форд создал конвейер для производства автомобилей. А вы пытаетесь создать конвейер, из которого выходили бы магазины?

Е.Ч. Я хотел бы создать конвейер, из которого выходили бы счастливые, удовлетворенные покупатели — люди, которых мы порадовали.

ЭП. Может ли что-то подобное произойти в нашей стране, чтобы Вы, как главные герои «Атланта», решили уйти из бизнеса?

Е.Ч. Если события будут развиваться как в «Атланта» — от первой книги к третьей².

**Основные политические меры, принятые по ходу действия романа
«Атлант расправил плечи»**

1936 год — «Национальный железнодорожный альянс» принял «Правило-против-свар-в-стае», которое запрещало членам альянса заниматься так называемой разрушительной конкуренцией; в определенных регионах запрещалась деятельность более чем одной компании; в таких регионах право перевозок принадлежало старейшей компании, а новые должны были прекратить перевозки в течение 9 месяцев; право определять районы, где действовало ограничение конкуренции, предоставлялось Исполнительному комитету альянса. Скрытая цель — спасти железнодорожную компанию «Таггерт Трансконтинентал» от конкуренции со стороны «Феникс Дуранго».

² См. также: *Каплан Б.* «Атлант расправил плечи» и общественный выбор: очевидные параллели // Экономическая политика. 2008. № 3. — *Прим. ред.*

1937 год — принят закон справедливой доли, запрещающий любому лицу или корпорации совмещать несколько видов бизнеса. Формально речь идет о необходимости обеспечить конкуренцию и предоставить гражданам расширенные возможности для занятия бизнесом. Реальная цель — подорвать успешную деятельность сталелитейной компании «Риарден Стил», имеющей собственный бизнес в области железной руды, в пользу компании «Ассошиэйтед Стил», не имеющей надежного поставщика.

1937 год — в ответ на экономическое процветание в Колорадо и отток бизнесов из других регионов приняты директивы Уэсли Моуча, которые предусматривают ограничение на скорость движения поездов и на количество вагонов в них, требование пускать одинаковое количество поездов в каждом штате в рамках зоны, состоящей из пяти соседствующих штатов; сталелитейные заводы должны были ограничить максимальное производство любого сплава объемом, равным производительности других предприятий той же мощности, и предоставлять долю своей продукции любому покупателю, желающему ее получить; запрет производителям на перемещение с текущего места нахождения без разрешения регулятора; пятилетний мораторий на выплату железных дорог по облигациям; 5-процентный налог с продаж в Колорадо.

1939 год — принята Директива 10-289, предусматривающая следующее: увольнение и добровольный уход сотрудников с работы становится незаконным; закрытие бизнеса запрещено; патенты и авторские права отменяются; запрещается введение новых устройств, продуктов и товаров любого характера; запрещается сокращение и увеличение производства; всем предписывается тратить постоянное количество денег; вводится всеобъемлющий контроль за ценами.

ЭП. Это реалистичный сценарий?

Е.Ч. Не совсем, люди у руля гораздо мудрее. В книге художественно утрированная ситуация. В жизни подобных «чистых» моментов не бывает.

ЭП. И последнее — по поводу России. Каково соотношение между «аристократией денег» и «аристократией блата»? В какой мере российский бизнес сейчас является бизнесом и в какой — политикой?

Е.Ч. Наш бизнес — это бизнес. До тех пор пока антимонопольный закон не приняли — это бизнес. Но как только его примут, нас сразу придут грабить. Он развяжет руки тем, кто захочет нас ограбить.

ИСКАТЬ ПОД ФОНАРЕМ ИЛИ ТАМ, ГДЕ ПОТЕРЯЛИ?

НОВАЦИИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА СЕЗОНА 2008—2009

Светлана АВДАШЕВА

доктор экономических наук,
профессор ГУ—ВШЭ,
зав. сектором фонда
«Бюро экономического анализа»

Андрей ШАСТИТКО

доктор экономических наук,
профессор МГУ имени М. В. Ломоносова
генеральный директор фонда
«Бюро экономического анализа»

Оικονομία • Πολιτικά

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • POLITIKA

Во второй половине 2008 года ФАС России подготовила предложения по дополнениям и изменениям антимонопольного законодательства, в том числе — в закон «О защите конкуренции» и КоАП РФ. Напомним, что в 2006 и 2007 годах были приняты новые нормы, которые кардинальным образом изменили картину в области антимонопольного регулирования. В первую очередь это связано с введением оборотных штрафов за нарушение антимонопольного законодательства и с существенным изменением подхода к контролю сделок экономической концентрации, а также с пересмотром описания почти всех типов незаконной практики. Хотя, по мнению ряда экспертов, принятые изменения сделали шаг вперед в развитии инструментов конкурентной политики, большинство специалистов одновременно соглашались и в том, что закон требует дальнейшей модернизации. С точки зрения ФАС, именно на это нацелены выносимые на обсуждение нормы.

В своих работах мы неоднократно высказывались по поводу предлагаемых и принятых изменений законов, определяющих правила конкуренции на товарных рынках и санкции за нарушения данных правил¹.

¹ Авторы настоящей статьи активно участвовали в обсуждении изменений российского антимонопольного законодательства: *Авдашева С., Шаститко А.* Модернизация антимонопольной политики в России (экономический анализ предлагаемых изменений конкурентного законодательства) // Вопросы экономики. 2005. № 5. С. 101—116; *Шаститко А.* Экономические аспекты ослабления наказания за нарушение антимонопольного законодательства // Вопросы экономики.

Обратиться вновь к данной теме нас заставило возможное внедрение норм, которое может привести к драматическому изменению ситуации в сфере антимонопольного регулирования и повлиять на состояние конкуренции на товарных рынках. В числе предлагаемых новаций — уточнение нормы об экстерриториальности антимонопольного законодательства, изменение перечня форм координации экономической деятельности, замена государственной помощи в качестве объекта предварительного контроля на государственные и муниципальные преференции, запрет на злоупотребление рыночной властью, изменение определений монополюс высокой и монополюс низкой цены, антимонопольные требования в отдельных отраслях, установление новых норм размещения заказов для нужд субъектов естественных монополий и регулируемых организаций, правила недискриминационного доступа, а также ряд других материальных и процессуальных норм. В КоАП предполагается внести ряд норм, устанавливающих административные санкции за нарушение новых требований антимонопольного законодательства, а также уточняющих и корректирующих санкции за нарушение уже существующих норм.

При этом необходимо отметить, что авторы не относятся к числу критиков антимонопольного законодательства как такового и возможностей его применения в качестве инструмента экономической политики. Напротив, авторы считают применение антимонопольного законодательства необходимым компонентом конкурентной политики. Именно с этих позиций дается критическая оценка предлагаемых новаций.

Не претендуя на исчерпывающий анализ всех предлагаемых изменений, основания для которых, к сожалению, можно всего лишь реконструировать — по причине недоступности пояснительной записки к законопроектам, — остановимся на таких важных вопросах, как:

- доктрина рыночной власти и злоупотребления рыночной властью;
- отраслевые антимонопольные требования.

Помимо анализа вносимых новаций необходимо остановиться также на тех изменениях антимонопольного законодательства, которые кажутся нам необходимыми, но тем не менее не предполагаются. В первую очередь это относится к определению незаконных действий (включая соглашения и злоупотребление доминированием). Вместе с тем мы вновь хотим поднять вопрос о статусе нормы «коллективное доминирование», которое обойдено вниманием в анализируемых предложениях ФАС России.

Предваряя анализ, необходимо сделать два методологических замечания. Первое относится к целям и методам антимонопольного законодательства. Следует еще раз напомнить, что главная цель антимонопольного законодательства и его применения — *защита конкуренции*. Это значит, помимо прочего, что *применение антимонопольного законодательства не может быть инструментом антиинфляционной политики, поддержки незащищенных в двусторонних контрактах предпринимателей, а также инструментом защиты потребителей в узком смысле слова*.

2007. № 8. С. 68—79; Авдашева С., Шаститко А. Новое антимонопольное законодательство: результат стратегического взаимодействия? // Экономическая политика. 2007. № 3. С. 72—91; Авдашева С. Б., Шаститко А. Е., Калмычкова Е. Н. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. 2007. Т. 11. № 1—4; Шаститко А. Е. Экономика преступления и наказания в антирасте: освобождение от ответственности. М.: Промышленник России, 2008; Авдашева С. Б. Описание нелегального поведения в российском антимонопольном законодательстве: влияние на эффективность правоприменения // Теневая экономика—2007. М.: РГГУ, 2008. С. 456—486; Авдашева С., Симанкова В. Программа ослабления наказания: зависимость результативности от структуры рынка // Экономическая политика. 2008 [в печати].

Концепция антимонопольного законодательства основана на той идее, что защищать как покупателей, приобретающих товары у крупных продавцов, так и поставщиков, снабжающих продукцией крупных покупателей, а также ограничивать рост цен должен механизм конкуренции. Несмотря на существующие расхождения в определении этого понятия², большинство современных экономистов согласны в том, что никакой внешний наблюдатель — в том числе государственный орган — не может воспроизвести логику и исход конкурентного соревнования и что все подобные попытки представляют собой не что иное, как проявление, по выражению Ф. Хайека, «пагубной самонадеянности». В этом контексте главная цель антимонопольной политики — предотвратить односторонние ограничения конкуренции.

При этом следует помнить, что антимонопольная политика, основанная на применении антимонопольного законодательства, принадлежит к *пассивным*, или *защитным*, направлениям экономической политики. Инструменты антимонопольной политики таковы, что с их помощью иногда (хотя и далеко не всегда) можно предотвратить неблагоприятные для конкуренции изменения структуры рынка. Однако антимонопольная политика не может и не должна ставить перед собой задачи *целенаправленного преобразования* структуры рынков, и тем более — целенаправленного воздействия на условия рыночных сделок³. В принципе, невозможно судить о справедливости или об обоснованности рыночной цены, если она сложилась при отсутствии целенаправленных ограничений конкуренции — в форме сговора или односторонних действий достаточно крупного участника рынка.

Второе замечание связано с критериями оценки эффективности антимонопольного законодательства. Главным критерием является сокращение издержек правоприменения, включая потери от ошибок I и II рода (ограничивающие конкуренцию действия признаются законными, а не ограничивающие конкуренцию действия соответственно признаются незаконными)⁴. Именно с этих позиций должны оцениваться новации законодательства: они должны снижать издержки идентификации и доказательства незаконных действий, ограничивающих конкуренцию, и при этом — не создавать оснований для ненужного расширения объекта применения антимонопольного законодательства⁵. Оба эти типа ошибок снижают и результативность правоприменения, и репутацию антимонопольной политики в экспертной и бизнес-среде. На протяжении последних пятнадцати лет в российском законодательстве можно

² Шаститко А. Конкуренция и антимонопольная политика в неоавстрийской теории // Экономическая политика. 2008. № 2. С. 107—126.

³ Напомним читателю, что существуют такие отрасли, где государство в лице регулирующих органов вынуждено ставить перед собой именно эти задачи. Речь идет о естественных монополиях. Широко известно, каковы масштабы неэффективности существующих методов государственного регулирования в этих отраслях (см. в этом контексте характерную дискуссию: Обсуждаем проект закона «О товарах и услугах общеэкономического значения и ценообразовании на них» // Экономическая политика. 2006. № 1. С. 107—117). Неэффективность государственного регулирования в отраслях естественных монополий привела к тому, что на протяжении последних тридцати лет главным лозунгом экономической политики в этих отраслях выступает внедрение конкуренции и сокращение сферы прямого государственного регулирования.

⁴ Joskow P. L. Transaction Cost Economics, Antitrust Rules and Remedies // Journal of Law, Economics and Organization. 2002. Vol. 18. No 1. P. 95—116.

⁵ Необходимо отметить, что в разных правовых системах фактически используются различные инструменты снижения бремени ошибок I и II рода. Преимущества системы общего права, активно опирающейся на прецеденты, неоспоримы. В российской традиции кодифицированного права описание нелегальной практики, правил ее выявления и правил применения санкций оказывает гораздо большее воздействие на эффективность законодательства. Именно этим и объясняется столь пристальное внимание к содержанию антимонопольного закона и изменяющимся нормам.

обнаружить признаки ошибок как I, так и II рода, но последние все-таки встречались несколько чаще⁶. На наш взгляд, этот недостаток характерен и для предлагаемых изменений антимонопольного законодательства.

1. Рыночная власть как «первородный грех»

Проект изменений вводит в российское антимонопольное законодательство новую доктрину рыночной власти и злоупотребления ею: «злоупотребление рыночной властью — действия хозяйствующего субъекта, не занимающего доминирующего положения на рынке, осуществляемые в отношении контрагента, свобода выбора или свобода действий которого существенно ограничена в силу объективных причин».

Прежде чем оценивать возможные последствия предлагаемых изменений, вспомним, что такое рыночная власть. Количественную оценку рыночной власти в экономической теории представляет хорошо известный индекс Аббы Лернера — отношение превышения цены над предельными издержками к цене для продавца, максимизирующего прибыль; его величина обратна абсолютному значению ценовой эластичности остаточного спроса⁷. Рыночная власть в таком понимании является неотъемлемой чертой любого рынка несовершенной конкуренции, где продавец может оказывать воздействие на цену, по которой он продаст свой товар. Обратим внимание, что любой реально существующий рынок — в отличие от рынка «классной доски» — является рынком несовершенной конкуренции. Подобно тому как в христианской вере никто не свободен от первородного греха, точно так же ни один современный рынок в таком понимании не свободен от «рыночной власти». В этом контексте «злоупотребление рыночной властью» для экономиста является совершенно неоперациональным понятием.

Однако, возможно, придирчивость экономистов чрезмерна, и в действительности для потребителей рыночная власть опасна? В этом плане полезно сопоставить «опасную» с точки зрения антимонопольного законодательства структуру рынка с ее противоположностью. Возьмем традиционную для российского (отметим — и для европейского) антимонопольного законодательства конструкцию доминирования и предлагаемую изменениями в законе концепцию рыночной власти. Доминирование — это способность продавца *в одностороннем порядке влиять на условия конкуренции*; при отсутствии доминирования на рынке никто из участников в одиночку ограничить конкуренцию не способен. Второй вариант явно предпочтительнее не только для покупателей, но и для продавцов — как уже действующих на рынке, так и потенциальных. Что очень важно — эта альтернатива не просто предпочтительна — она реализуема на практике.

Рыночная власть — это способность продавца *влиять на уровень цены продаваемого им товара*, возможность найти покупателей как по более высокой, так и по более низкой цене (хотя, конечно, величина спроса будет при этом различаться). Противоположность рынку продавцов, обладающих рыночной властью, — рынок, где никто из них не может оказывать влияния на цену и где соответственно цена будет одинаковой для всех покупателей всех продавцов. Неочевидно, что эта альтернатива действительно выгодна покупателям, поскольку одинаковые цены предполагают одинаковые издержки, одинаковые

⁶ Достаточно вспомнить исключительно масштабный контроль сделок экономической концентрации вплоть до 2004 года.

⁷ Лернер А. П. Понятие монополии и измерение монопольной власти. Вехи экономической мысли. Т. 5: Теория отраслевых рынков. СПб.: Экономическая школа, 2003. С. 536—566.

продуктовые характеристики и одинаковое качество. И пенсионеры не получают скидок, и нельзя будет получить третью футболку бесплатно, вырезав пять объявлений из газеты о распродажах, и невозможно будет выбрать качество продукта себе по карману, и тем более — удовлетворить свои индивидуальные вкусы. Наконец, реализуема ли эта альтернатива? К счастью для покупателей — нет.

Согласно предлагаемым изменениям закона «О конкуренции» незаконными признаются действия обладающего рыночной властью участника рынка, отвечающие в совокупности следующим условиям:

- «действия прямо или косвенно препятствуют продвижению товара на товарный рынок;
- действия не отвечают принципам добропорядочности, разумности, справедливости;
- в результате этих действий экономически ущемлены интересы контрагента, который вынужденно принимает решение о заключении, изменении, прекращении договора, о его условиях, которое он не принял бы, исходя из своих разумно понимаемых интересов или при наличии у него возможности безубыточного выхода из договора, либо решение об отказе от заключения договора».

Указанное определение содержит ряд характеристик и возможных следствий, которые заслуживают особого внимания.

Во-первых, отсутствуют пороговые значения рыночных долей, что делает излишним скрупулезный анализ товарного рынка на предмет идентификации его продуктовых и географических границ, определения участников и отношения их продаж к объему продаж на рынке в целом, «анализа организации договоров между участниками рынка, квалификации потенциальных конкурентов и издержек входа» и многого другого. Тем самым антимонопольное ведомство получает возможность обойти один из самых сложных элементов в системе правоприменения — адекватное определение состояния конкуренции на товарном рынке, что является неперенным условием недопущения ошибок I и II рода.

Во-вторых, свобода выбора и свобода действий всегда ограничены хотя бы потому, что предпочтения и действия контрагента в экономических обменах выступают в роли ограничений для других субъектов независимо от того, есть ли конкуренция на рынке или нет и насколько она интенсивна.

Представим себе такую условную ситуацию. Продавец А подает заявку на участие в конкурсе на поставку продукции. На следующий день продавец В подает лучшую заявку. Поскольку *объективно* свобода выбора покупателя ограничена (он может покупать товар только у А или только у В), каждый из выигравших участников тендера автоматически приобретает рыночную власть. Если выигрывает продавец В, он явно препятствует продвижению товара поставщика А на рынок (первый признак злоупотребления рыночной властью). Более того, поскольку продавец А уже понес значительные затраты в связи с подачей заявки, он уже не имеет возможности безубыточного выхода из сложившейся ситуации и его интересы ущемлены. Поступил ли продавец В разумно и справедливо? В действительности мы этого не знаем. Он мог подать заявку на демпинговых условиях из-за своего неумения считать затраты. Он мог преувеличить достоинства своего продукта совершенно сознательно. Он мог поступить несправедливо в обыденном понимании этого слова, если знал, что поставщик А, не получивший контракт, вынужден объявить себя банкротом, в то время как для поставщика В выигрыш тендера был не особенно важен. Формально не существует препятствий для того, чтобы квалифицировать действия В как злоупотребление рыночной властью, что не отменяет того общеизвестного факта, что все-таки честный тендер — лучший пример конкурентного рынка.

В-третьих, продвижение товара неизбежно сопряжено с препятствиями. На то и существуют транзакционные издержки, которые в реальности нулевыми никогда не бывают («они повсюду...»). Однако сопоставление фактического положения вещей с недостижимым идеалом всегда ведет к таким нормативным выводам, которые контрпродуктивны как с точки зрения защиты конкуренции, так и с точки зрения экономической эффективности. Иное дело, если препятствия для входа (продвижения товара) создает доминирующий на рынке участник — он действительно способен связать решения покупателей, которые в данный момент не могут переключиться на альтернативные поставки.

В-четвертых, использование оценочных категорий в такой конструкции, когда в предпринимательском сообществе не сложились прочные и общепринятые представления «о добропорядочности, разумности, справедливости», открывает широкие возможности для произвольной трактовки, которая в конечном счете повышает уровень неопределенности в применении антимонопольного законодательства. Поскольку предприниматели, несмотря на преимущества в принятии на себя бремени риска по сравнению с владельцами других ресурсов, в повседневной хозяйственной деятельности выступают как избегающие риска (значение коэффициента неприятия риска Эрроу—Пратта для них положительно), то для них такая ситуация равнозначна повышению уровня издержек.

В-пятых, защита конкуренции подменяется защитой интересов участников рынка. Это одна из наиболее распространенных ошибок в правоустановлении и правоприменении, совершение которых применительно к данной норме практически неизбежно. Это связано с тем, что при любом взаимовыгодном обмене сохраняется проблема распределения суммарного выигрыша, так что каждый из участников обмена теоретически имеет стимулы воспользоваться доступными средствами, чтобы перераспределить эту пропорцию в свою пользу. В этом случае антимонопольные нормы вполне могут быть использованы во вред конкуренции.

Антимонопольное законодательство содержит нормы, которые ограничивают применение принципа свободы договора, зафиксированного в Гражданском кодексе РФ. Вопрос не в допустимости такого рода ограничений⁸, а в том, насколько далеко можно пойти по пути вытеснения данного принципа. Насколько оправданно расширять сферу применения антимонопольного законодательства за пределы действий компаний, которые способны оказать воздействие не на одного конкурента, а на рынок в целом? Можно ли считать задачей государственной политики борьбу с основным инстинктом предпринимательства? Не окажется ли так, что за поворотом выбранной нами дороги замаячат хорошо знакомые старшему и среднему поколению мрачные остовы механизмов управления российской экономикой из прошлого столетия?

2. Отраслевые антимонопольные требования: о бедном «Ашане» замолвите слово...

Законопроект вводит в действующий закон «О защите конкуренции» новую главу — «Особенности антимонопольного регулирования в отдельных

⁸ Дискуссия на страницах журнала «Вопросы экономики», на наш взгляд, достаточно полно осветила этот вопрос: Новиков В. Влияние российского антимонопольного законодательства на экономическое развитие (2003. № 9. С. 33—48); Новиков В. О праве собственности на внешние эффекты (2004. № 1. С. 141—146); Шаститко А. Выплескивая воду, не забудьте про ребенка! (2003. № 12. С. 111—119); Шаститко А. Реформа антимонопольного регулирования в России: повестка дня и дизайн дискуссии (2004. № 3. С. 140—148).

отраслях». Само появление такой главы является далеко не однозначным. Типичная для мировой практики структура конкурентной политики исходит из того, что антимонопольное законодательство — которое является основой *защитной* конкурентной политики, — распространяется на все отрасли; в свою очередь, конкурентная политика в отдельных отраслях или сферах деятельности регламентируется специальными нормами. К числу таких специальных правовых актов относится законодательство о государственных закупках, о государственной помощи и, в подавляющем большинстве стран, — законодательство, регламентирующее хозяйственную деятельность в регулируемых отраслях.

Во многих случаях специальное законодательство содержит нормы, регламентирующие проведение *активной* конкурентной политики, в отличие от защитной. Несмотря на то что российское законодательство также содержит нормы отраслевой конкурентной политики в рамках отдельных законов — посвященных электроэнергетике, железнодорожному транспорту, транспортировке нефти и т. д., — в последние годы наметилась тенденция «антимонопольного империализма», включения в общее антимонопольное законодательство норм, относящихся к отдельным отраслям. Насколько логичен такой путь развития антимонопольного законодательства?

На наш взгляд, основным его недостатком является затушевывание разницы между принципиально разными инструментами конкурентной политики — грубо говоря, использующими *запреты* (защитная или пассивная политика) или *предписания* (активная или отраслевая политика). Можно возразить, что нет большой беды в том, что структура правовых норм не соответствует теоретическим классификациям экономистов. В разных юрисдикциях нормы конкурентной политики могут быть организованы очень по-разному. Однако это верно лишь до тех пор, пока сами органы конкурентной политики понимают разницу между сферами и особенностями применения разных инструментов. Однако содержание предлагаемых поправок в этом не убеждает.

В предлагаемых поправках содержатся антимонопольные нормы в отношении розничной торговли, недропользования, лесных отношений, рыболовства и водных биоресурсов, а также водных отношений. При всем различии отраслей главный из применяемых методов антимонопольной политики один и тот же — ограничение концентрации на стороне предложения. Для организаций розничной торговли ограничивается владение более чем 35% торговых и складских площадей в пределах региональных границ рынка, для лесозаготовителей — 35% утвержденных лесосек, для рыболовецкого промысла — 10% рыбопромысловых участков. Для приобретения в пользование протяженных участков береговой линии или обширной акватории вводится режим предварительного одобрения сделки антимонопольным органом.

На нормах, касающихся розничной торговли, необходимо остановиться более подробно. Предлагаемые изменения очень близки как по духу, так и по содержанию нормам, содержащимся в законе «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» (кратко — закон «О торговле»), разработанном и прошедшем неоднократные обсуждения в 2007—2008 годах. Принятие этого закона отложено — к счастью, по мнению многих экспертов.

Главный недостаток норм, содержащихся как в проекте закона «О торговле», так и в предлагаемых изменениях антимонопольного законодательства, — это то, что их введение может привести к фактическому *ограничению конкуренции*. Главным двигателем конкуренции является возможность увеличения прибыли — в том числе за счет расширения рыночной доли компании.

Российские рынки не являются исключением: именно конкуренция стала главной причиной перераспределения долей рынка в пользу более успешных/эффективных торговых форматов и компаний, а следовательно — повышения концентрации рынка⁹.

В том случае, если рыночная доля ограничена сверху, резко снижаются стимулы как для ценовой, так и для неценовой конкуренции. Зачем объявлять «неделю скидок» — вдруг это приведет к расширению продаж за пределы установленной в законодательстве границы? Зачем обустривать стоянку для машин посетителей — вдруг это будет иметь аналогичный эффект? И вообще — если и моя доля, и доля двух—трех основных моих конкурентов не должна превышать магической границы, — не проще ли нам договориться об ориентировочном уровне цен и не затруднять себя попытками переманить покупателей? Легко заметить, что *лекарство в данном случае может оказаться опаснее болезни* — на рынке с легкостью будет достигнуто устойчивое равновесие при отсутствии конкуренции и высоких отпускных ценах.

В этом контексте необходимо подчеркнуть различие между складскими и торговыми площадями организаций оптовой и розничной торговли, с одной стороны, и ресурсами, используемыми участниками рынка на основе решений государства (полоса радиочастот, право на вырубку, право на рыбную ловлю, право на разработку месторождений полезных ископаемых и др.), с другой. Торговые площади как разновидность *мощностей* участников рынка являются не только инструментом конкуренции, но и результатом инвестиций со стороны компаний, в то время как другие права, полученные от государства, — разновидность ресурсов, не зависящих от инвестиций тех участников рынка, которые их используют. Грубо говоря, если ограничить предельную долю рыбного промысла в океане, рыбы меньше не станет. Напротив, введение ограничений в отношении рыночной доли/мощностей организаций розничной торговли, скорее всего, приведет к существенному ограничению инвестиций в развитие инфраструктуры розничной торговли. Судите сами — насколько смогут выиграть от этого потребители.

Представляется, что данной нормой обусловливается слишком высокая вероятность ошибок II рода в отношении рынка услуг розничной торговли — действия продавцов, фактически не ограничивающие конкуренцию, будут оцениваться как незаконные. В числе выигравшей, да и то сомнительных, — обеспечение *благоприятной ведомственной отчетности ФАС* (с использованием соответствующей техники интерпретации), а также благоприятные возможности участников рынка для выстраивания скоординированных действий в отношении слишком эффективных и активных конкурентов.

Оценивая потенциальный эффект норм об ограничении рыночной доли организации розничной торговли, необходимо вернуться к вопросу о соотношении активных и защитных инструментов конкурентной политики. Если законодательное ограничение размера продавца не приведет к ослаблению конкуренции, какие инструменты могут способствовать достижению этой цели? Вспомним базовую модель формирования структуры рынка: вход новых продавцов осуществляется до тех пор, пока ожидаемая ими прибыль превышает издержки входа. Вот почему снижение издержек входа — универсальный способ усилить конкуренцию на рынке. При этом до определенной степени не важно, произойдет ли вход на рынок фактически или нет: если угроза входа правдоподобна (достоверна), она заставит действующего

⁹ Подробнее об этом см. Радаев В. В. Захват российских территорий: новая конкурентная ситуация в розничной торговле. М. Изд. дом ГУ—ВШЭ, 2007.

продавца вести себя так, чтобы предотвратить вход — то есть снижать цену и повышать качество продукции.

На рынке услуг розничной торговли существуют торговые форматы, участники которых несут сравнительно невысокие издержки входа; в их числе — мелкооптовые рынки, ярмарки, передвижные палатки. Не являются запретительно высокими издержки входа и для интернет-магазинов. Вот почему первая опция конкурентной политики — это даже не стимулирование, а хотя бы снятие ограничений для данных видов торговых форматов (в первую очередь это относится к мелкооптовым рынкам).

Но можно пойти и дальше. В России уже применяется опыт воссоздания организаций, подобных закупочным кооперативам, которые позволяют отдельным разрозненным поставщикам решить проблему недостаточного масштаба для заключения договора с сетевым магазином. Распространение такой формы способствовало бы доступу на рынок отечественной продукции (и в качестве бонуса решалась бы проблема поддержки малого бизнеса, в первую очередь сельскохозяйственного).

Наконец, в случае отсутствия конкуренции на отдельных рынках можно прямо субсидировать определенные торговые форматы (например, гарантируя сельскохозяйственным производителям южных регионов доставку их продукции в Москву). Любой из этих методов конкурентной политики имеет хотя бы то преимущество, что его применение не приведет к исключению конкуренции между уже действующими на рынке участниками.

Почему ФАС России выбрал вариант установления отраслевых ограничений в общем законе? Об этом остается только догадываться...

3. Действующие антимонопольные нормы: цели ясны, задачи определены?

Анализируя предлагаемые изменения антимонопольного законодательства, мы должны ответить не только на вопрос, насколько хороши или плохи новые нормы, но и сохраняются ли в содержании законов «точки риска», до сих пор законодателем не ликвидированные. На наш взгляд, такие точки существуют и их объединяет общая черта — недостаточно четкое отражение объекта антимонопольной политики.

Как уже указывалось выше, в соответствии с мировым опытом объект применения антимонопольной политики — действия, ограничивающие конкуренцию. Однако в российском антимонопольном законодательстве наряду с этой задачей выдвигается и другая — предотвращение нарушений интересов контрагентов. При этом решение второй задачи рассматривается как параллельное первой — как для продавца, занимающего доминирующее положение, так и для соглашений между независимыми продавцами:

- «Запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) *ущемление интересов* (курсив наш. — С. А., А. Ш.) других лиц...» (ст. 2 закона «О защите конкуренции»);
- «Запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами или согласованные действия хозяйствующих субъектов на товарном рынке, если такие соглашения или согласованные действия приводят или могут привести к: ...навязыванию контрагенту условий договора, *невыгодных для него* (курсив наш. — С. А., А. Ш.) или не относящихся к предмету договора...» (ст. 11 закона «О защите конкуренции»).

В обоих случаях применение норм, как они указаны в законе, может привести к существенным ошибкам II рода. Пусть доминирующий участник рынка устанавливает цену, превышающую предельные и средние издержки на единицу продукции. Нарушаются ли тем самым интересы контрагента? В принципе, да, поскольку контрагент всегда заинтересован в приобретении товара по как можно более низким ценам. Ограничивается ли при этом конкуренция? Совсем не обязательно: более того, чем более высокую цену назначает действующий участник рынка, тем выше стимулы входа на рынок для потенциального конкурента (новичка). Повышение отпускной цены как таковое может не только не ограничить, а напротив, стимулировать конкуренцию в долгосрочном периоде.

Ограничения конкуренции возникают в том случае, если доминирующий продавец предотвращает вход новичка, навязывая покупателю исключительные условия договора — фиксирующие, что тот отказывается приобретать товар у альтернативного поставщика¹⁰. Если продавец действительно доминирует на рынке, так что существенная доля покупателей не может оказаться от исключительного договора, — ограничение конкуренции сочетается с ущемлением интересов контрагента (перераспределением выигрыша покупателя в свою пользу). Однако напомним, российский закон не требует выполнения условия об ограничении конкуренции! Тем самым создается едва ли не презумпция нелегальности практически любой цены, назначаемой доминирующим участником рынка, которая противоречит интересам его контрагента. Иными словами — любой цены, отличающейся от предельных издержек (что верно практически для всех цен).

Однако еще хуже дело обстоит с интерпретацией соглашений как незаконной практики. Все-таки участник рынка не может быть признан доминирующим, если его доля на рынке недостаточно высока. Никакая рыночная доля не ограничивает применение нормы о незаконности соглашений, приводящих к навязыванию контрагенту невыгодных ему условий договора. Если следовать дословному прочтению закона, можно обнаружить самые экзотические примеры нарушения антимонопольного законодательства. Представим себе ситуацию, которой на протяжении последних двух лет озабочены и Министерство экономического развития, и антимонопольный орган: уязвимая позиция мелких и средних поставщиков крупных сетевых магазинов. Один из возможных вариантов улучшить переговорную позицию со стороны поставщиков — сформировать ассоциацию, которая от имени членов будет вести переговоры с крупными сетевыми магазинами, вырабатывая стандартные условия поставок. Не вдаваясь в подробный анализ сравнительных преимуществ и недостатков этого пути решения проблемы, укажем лишь, что действия подобной ассоциации и ее участников вполне можно квалифицировать как незаконные: ибо имеет место явное давление на контрагента с целью заставить его принять невыгодные условия договора.

Повторим еще раз: само по себе описание нелегальной практики в законе не создавало бы столько проблем, если бы в российской системе правоприменения «буква закона» не играла столь существенной роли и если бы практика применения антимонопольного законодательства не создавала основа-

¹⁰ Многие экономисты даже такой тип договора не считают ограничивающим конкуренцию. См. описание дискуссии о роли вертикальных ограничивающих контрактов в: *Авдашева С. Б., Шаститко А. Е., Калмычкова Е. Н.* Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // *Экономический журнал ВШЭ.* 2007. Т. 11. № 4. С. 562–610.

ний для беспокойства. Но поскольку это не так, одной из первоочередных задач является приведение содержания российского антимонопольного закона в соответствие истинной цели антимонопольной политики. Аналогичная проблема — слишком широкая трактовка нарушений антимонопольного законодательства, возможность обвинения, не основанного на доказательстве способности обвиняемого ограничивать конкуренцию, прослеживается и в других нормах закона — в частности в норме о коллективном доминировании.

4. Коллективное доминирование: «третьим будешь?»

Напомним, что согласно пункту 3 статьи 5 закона «О защите конкуренции» доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов (за исключением финансовой организации), применительно к которому выполняются в совокупности следующие условия:

- «1) совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает пятьдесят процентов, или совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает семьдесят процентов (настоящее положение не применяется, если доля хотя бы одного из указанных хозяйствующих субъектов менее чем восемь процентов);
- 2) в течение длительного периода (в течение не менее чем одного года или, если такой срок составляет менее чем один год, в течение срока существования соответствующего товарного рынка) относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны или подвержены малозначительным изменениям, а также доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруднен;
- 3) реализуемый или приобретаемый хозяйствующими субъектами товар не может быть заменен другим товаром при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях), рост цены товара не обуславливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар, информация о цене, об условиях реализации или приобретения этого товара на соответствующем товарном рынке доступна неопределенному кругу лиц».

Применение конструкции «коллективное доминирование» позволяет практически полностью снять проблему детальной оценки состояния конкурентной среды на целевых рынках. Между тем установление факта доминирования хозяйствующего субъекта (особенно когда совсем неочевидно обладание им 50-процентной долей и выше) требует анализа состояния конкурентной среды с определением географических и продуктовых границ рынка, установления субъектов, действующих на этом рынке, их рыночных долей, наличие барьеров входа.

Концепция коллективного доминирования в российском законодательстве представлена в значительно «облегченном» варианте по сравнению с европейским, поскольку для признания факта коллективного доминирования достаточно указать на соответствие пороговым значениям, доказать, что распределение рыночных долей хозяйствующих субъектов было подвержено (максимум) малозначительным изменениям, а также что существуют значительные барьеры входа на рынок. Следует обратить специальное внимание на то, что более глубокий анализ рынка для определения «коллективного

доминирования», при отсутствии «официального определения» в практике ЕС, возможен в том числе и потому, что само коллективное доминирование рассматривается только как характеристика рыночной структуры, но не как основание для признания легальными или нелегальными действий «коллективно доминирующих» участников. Коллективное доминирование как структура рынка опасно, поскольку повышает вероятность возникновения устойчивого сговора (явного или молчаливого). Однако аргументы, связанные с коллективным доминированием, принимаются во внимание преимущественно в рамках предварительного анализа слияний (см. врезку).

Коллективное доминирование в рамках предварительного анализа слияний

Обстоятельства выявления факта коллективного доминирования в европейской практике значительно шире (хотя они и не закреплены в специальном законе)¹¹.

1. Концентрация продавцов. Комиссия ЕС не дает количественного определения условий коллективного доминирования. Вместе с тем, предполагается, что существует прямая связь между степенью прозрачности рынка и возможностями молчаливой координации поведения олигополистов на нем, причем даже при незначительном уровне концентрации рынка возможно коллективное доминирование, если высока степень его прозрачности.

2. Однородность продукта. Чем выше степень однородности продукта, тем больше возможностей для молчаливой координации ценовых решений продавцов. Это связано с тем, что в условиях недифференцированности продукта легче осуществлять взаимный контроль цен, при незначительности различий характеристик продаваемого товара.

3. Низкая интенсивность технологических и продуктовых инноваций. Если вероятность технологических или продуктовых инноваций на рынке высока, снижаются как ожидаемые выигрыши в результате поддержания высокой цены (если инновацию внедрит один из продавцов, у него повысятся стимулы к вытеснению других участников с рынка), так и ожидаемые потери в результате отклонения от высокой цены (продавец, внедривший инновацию, может рассчитывать на положительную прибыль благодаря полученному преимуществу, даже если другие продавцы откажутся от поддержания высокой согласованной цены).

4. Прозрачность рынка. Чем прозрачнее рынок и доступнее информация о ценах, тем легче осуществлять взаимный ценовой контроль и тем выше стимулы к молчаливой координации цен.

5. Средние или низкие темпы роста рынка. Невысокие темпы роста рынка увеличивают вероятность молчаливой координации действий по двум причинам. Во-первых, ни у одного из продавцов нет стимула снижать цену в целях значительного увеличения продаж: любое понижение цены приведет к ответным действиям конкурентов и к общему снижению ее уровня при неизменном распределении рынка. Во-вторых, невысокие темпы роста рынка обеспечивают отсутствие стимулов входа на него потенциальных конкурентов.

¹¹ См. также: *Шаститко А. Е.* Государственная политика в отношении соглашений и согласованных действий, ограничивающих конкуренцию (экономический подход). М.: Теис, 2004. Отметим, что данные признаки хорошо корреспондируют с факторами, способствующими согласованным действиям (молчаливому сговору), о чем более подробно см.: *Авдашева С. Б., Шаститко А. Е., Калмычкова Е. Н.* Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта (лекционные и методические материалы) // Экономический журнал ВШЭ. 2007. Т. 11. № 2. С. 234–270.

6. Симметричная структура издержек. Поддержание молчаливой координации действий возможно только при одинаковой структуре издержек компаний. Продавцы с одинаковой структурой издержек будут одинаково реагировать на шоки спроса или цен ресурсов. Знание об этом создаст одинаковые ожидания по поводу рыночного поведения контрагентов.

7. Симметричная вертикальная структура. Симметрия вертикальной структуры поддерживает молчаливую координацию цен по двум причинам. Во-первых, одинаковая вертикальная структура ведет к одинаковой структуре издержек. Во-вторых, стратегические интересы компаний с одинаковой вертикальной структурой совпадают не только на уровне компаний в целом, но и на уровне любого из технологических звеньев.

8. Низкая эластичность рыночного спроса. Чем менее эластичен спрос, тем выше стимулы для всех участников рынка вместе и для каждого из них в отдельности осуществлять координацию цен, поддерживая их на относительно высоком уровне.

9. Структурные связи. Вероятность поддержания высоких цен олигополией возрастает при наличии корпоративных связей между участниками рынка или при других обстоятельствах, формирующих заинтересованность в хозяйственных результатах друг друга (например, вовлеченность в совместные проекты).

10. Отсутствие потенциальной конкуренции. Только при отсутствии потенциальной конкуренции возможна устойчивая взаимная координация цен, поскольку вероятность входа новых продавцов и конкуренции с ними понижает ожидаемые выигрыши от следования стратегии молчаливой координации.

11. Отсутствие рыночной власти на стороне покупателей. Невыполнение этого условия будет означать, что обладающие рыночной властью покупатели легко разрушают любые явные или неявные договоренности между продавцами.

12. Взаимодействие на многих рынках. Чем больше число рынков, где продавцы взаимодействуют друг с другом, тем выше их взаимозависимость и стимулы к молчаливой координации.

Источник: Commission Decision of 29 September 1999 declaring a concentration compatible with the common market and the EEA Agreement (Case No IV/M.1383 — Exxon/Mobil) / The Commission of the European Communities. Regulation (EEC) No 4064/89 Merger Procedure // http://ec.europa.eu/comm/competition/mergers/cases/decisions/m1383_en.pdf.

Существующие формулировки закона позволяют истолковать коллективное доминирование как сумму «индивидуальных доминирований», ввиду того, что в части 3 статьи 5 закона «О защите конкуренции» доминирующим может быть признан *каждый* из хозяйствующих субъектов, сумма рыночных долей которых превышает установленные пороговые значения. Таким образом, получается, что порог доминирования (естественно, с определенными оговорками) вполне может быть снижен в среднем для хозяйствующего субъекта, попавшего в учитываемую группу, почти до 14%.

В этом контексте следует обратить внимание на то, что конструкция коллективного доминирования — правовая форма описания специфической *структуры* рынка, на которой возникает повышенная опасность согласованных действий или сговоров, но которая сама по себе противозаконной не является.

Для того чтобы конструкция коллективного доминирования в формате, изложенном в законе, работала без серьезного риска совершения ошибок I и II рода в правоприменении, необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Может ли хозяйствующий субъект, признанный индивидуально доминирующим, но в соответствии с пороговым значением суммы долей хозяйствующих субъектов для случая коллективного доминирования, своими собственными действиями оказать решающее влияние на общие условия хозяйственного оборота на целевом рынке? Если да, то по определению или в зависимости еще от целого ряда обстоятельств?

2. Если только при условии, что его «поддержат» другие хозяйствующие субъекты из группы коллективно доминирующих, то чем тогда это отличается от согласованных действий или сговора? Иными словами, чем отличается злоупотребление коллективным доминированием от соглашений или согласованных действий?

3. Если ничем не отличается, то что тогда мешает использовать соответствующие квалификации действий (в данном случае согласованных) и доказывать их факт, а не разбираться с индивидуальным поведением хозяйствующего субъекта в отдельности? Недостаток информации? Но если так, то это не может считаться убедительным аргументом.

4. Если, как предполагается, отдельный хозяйствующий субъект может своими действиями оказать существенное влияние на общие условия обращения товаров, то не ясно, используется ли презумпция «кооперативной» стратегии со стороны конкурентов или же это просто способ снижения порогового значения индивидуального доминирования. Если второе, то необходимы хоть какие-то эмпирические свидетельства того, что хозяйствующий субъект, занимающий, скажем, 20%, может безнаказанно поднять цены так, чтобы другие конкурирующие хозяйствующие субъекты не имели *возможностей/стимулов* переключить покупателей на себя.

* * *

Мы не ставили перед собой в данной статье задачу подробно проанализировать все предлагаемые изменения закона о защите конкуренции. Это потребовало бы значительно больше времени и места. Однако уже те соображения, которые мы здесь представили, дают основание задуматься о необходимости публичной дискуссии и обсуждения поставленных вопросов как минимум со специалистами в области антитраста, не говоря уже о том, что участникам рынка тоже было бы неплохо знать, какие нормы могут быть приняты в ближайшем будущем и каковы направления применения уже существующих норм...

ПЛАТА ЗА ТОРГОВОЕ МЕСТО: ВВЕДЕНИЕ В ТЕМУ

В сентябре с. г. ФАС внесла в Правительство РФ проект поправок в ФЗ «О защите конкуренции», одной из новаций которого является «запрет на злоупотребление рыночной властью» — сформулированная в весьма общих выражениях норма о недопустимости навязывания контрагентам невыгодных и несправедливых условий.

«Злоупотребление рыночной властью — действия не занимающего доминирующего положения на рынке хозяйствующего субъекта, осуществляемые в отношении контрагента, свобода выбора или свобода действий которого существенно ограничена в силу объективных причин, и при этом отвечающие в совокупности следующим условиям:

- действия прямо или косвенно препятствуют продвижению товара на товарный рынок;
- действия не отвечают принципам добропорядочности, разумности, справедливости;
- в результате этих действий контрагент вынужденно принимает решение о заключении, изменении, прекращении договора, его условиях, которое он не принял бы, исходя из своих разумно понимаемых интересов или при наличии у него возможности безыточного выхода из договора».

Существенно, что неопределенность этой нормы не является всего лишь следствием недостатков законодательной техники. Она порождена намерением ФАС регулировать взаимоотношения между розничными сетями и их поставщиками в условиях, когда розничные сети не занимают доминирующего положения, а закрытый перечень нуждающихся в запрете практик, по предположению, составить невозможно. Запрет на злоупотребление рыночной властью предоставляет ФАС возможность административного оспаривания практически любых условий заключаемых в стране договоров независимо от наличия или отсутствия у заключающих их хозяйствующих субъектов доминирующего положения.

Развернутых публичных обоснований этой нормы ФАС не представлял, и на основе имеющихся сведений можно предположить, что данная норма несоразмерна решаемой задаче. Ради решения локальной проблемы в одной из отраслей создаются риски в масштабах всей экономики, которые можно снизить, как минимум, путем ограничения действия нормы конкретной отраслью.

Более того, не очевидно и наличие проблемы в розничной торговле. «Плата за торговое место» (*slotting allowance*) и другие подобные практики, против которых изначально направ-

лен запрет на злоупотребление рыночной властью, широко распространились в мире более 20 лет назад. Торговцы начали взимать с производителей компенсацию расходов, сопровождающих включение новых для данного торговца продуктов в товарные запасы. Как и сходные по экономическому смыслу рекламные расходы и другие расходы на продвижение товаров, выплаты за помещение товара на полку и его продвижение стали предметом разногласий среди профессиональных экономистов, хотя в обоих случаях сторонников этих практик, видимо, больше, чем противников.

Некоторые экономисты пришли к выводу о том, что эти практики тем или иным образом угрожают конкуренции. Например, заниженные цены могут разорить часть магазинов и поставщиков, а это способно привести к монополизации рынков и к последующему росту цен. Как вариант «плата за торговое место» используется самими производителями для того, чтобы препятствовать появлению на рынке товаров конкурентов.

Другая часть экономистов заключили, что эти практики в конечном счете приводят к снижению цен, а также к предложению неценовых преимуществ потребителям. Действительно, то, что для супермаркета называется «оптовая скидка», для продавца может выглядеть как несправедливая «плата за крупную продажу», а то и взятка. Тем не менее эта «плата за крупную продажу» позволяет супермаркетам делать товары для конечных потребителей как можно более дешевыми. Очевидно, в силу своих размеров супермаркеты могут лучше договориться о скидках, чем индивидуальные потребители, особенно при отношениях с крупными производителями товаров с известными брендами.

Кто бы ни был прав в этом споре, аргументы сторон не являются полностью взаимоисключающими. В любом случае «плату за торговое место» и похожие практики нельзя объяснить одним лишь монополизмом. Монополизм может объяснить возможность «чрезмерно» выгодных закупок, но сам по себе не способен объяснить их конкретную форму: почему предполагаемый монополист берет «плату за торговое место» вместо того, чтобы просто покупать товар по минимально возможной цене? И почему «плата за торговое место» распространена в отношениях с производителями брендов, но не распространена при покупке стандартных товаров, например куриных яиц? И почему производители, если для них так невыгодны именно эти практики, не предлагают супермаркетам эквивалентное снижение цен продажи при условии отказа от взимания «платы за торговое место»? В то же время, если эти практики выгоднее производителям, чем прямое снижение отпускных цен, то почему они требуют политического вмешательства для их пресечения? Возможно, здесь есть определенная аналогия с рекламой — когда, несмотря на то, что для каждой конкретной фирмы могут существовать стимулы рекламировать свою продукцию, многие фирмы, особенно уже получившие известность, могли бы предпочесть общий запрет на рекламу, который позволил бы им сэкономить деньги и помешал бы выводу на рынок новых брендов.

Без ответа на эти вопросы эффективное регулирование едва ли возможно, и потому журнал «Экономическая политика» начинает знакомить читателей с историей и с текущим состоянием теоретической дискуссии о закупочных практиках торговых компаний. Стоит отметить, что, несмотря на то, что эти практики активно изучаются уже не менее 25 лет, результаты пока скромны. Так, в проведенном в 2003 году американским антимонопольным регулятором — Федеральной торговой комиссией — исследовании констатируется: «Наша возможность высказать мнение о различных теориях... ограничена. Ни академические исследователи, ни маркетологи, которые разрабатывали теории, ни кто-либо еще не изложил, как теории могут быть проверены на реальных данных». Это, в свою очередь, является серьезным аргументом в пользу невмешательства — свободу нельзя ограничивать «про запас», основываясь на непроверенных предположениях и рискуя причинить ущерб вместо того, чтобы принести пользу.

*Вадим НОВИКОВ
старший научный сотрудник АНХ при Правительстве РФ,
научный редактор журнала «Экономическая политика»*

ПЛАТА ЗА ТОРГОВОЕ МЕСТО: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ВЗГЛЯДЫ МЕНЕДЖЕРОВ–ПРАКТИКОВ*

Пол БЛУМ

профессор маркетинга бизнес-школы
Кенан—Флаглер Университета
Северной Каролины

Грегори ГУНДЛАХ

адъюнкт-профессор Колледжа
управления бизнесом Университета
Нотр Дам (Индиана)

Джозеф КЭННОН

ассистент профессора маркетинга
Бизнес-колледжа Университета
Колорадо

Ойковонца • Полтика

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • ΠΟΛΙΤΙΚΑ

Термины «плата за торговое место» и «скидка за торговое место» (*slotting allowances and slotting fees*) описывают совокупность мер практического маркетинга, включая платежи производителей, побуждающие субъектов, действующих на нижних уровнях системы сбыта, иметь в наличии, выставлять и поддерживать новые продукты. Различные виды подобных платежей представлены в табл. 1. Обычно плата за торговое место обсуждается в конфиденциальной обстановке и взимается авансом, а ее условия не подлежат публичному разглашению. Почти неизвестная до середины 1980-х годов, в настоящее время она привлекла всеобщее внимание и вызвала серьезные дискуссии. Сейчас она представляет собой значительные издержки для производителей продовольствия и, по их сообщениям, начинает все шире применяться в других отраслях (например, на рынках программного обеспечения, компакт-дисков, книг и журналов, одежды, лекарств, продаваемых без рецепта, табачных изделий). Согласно оценкам, плата за торговое место на рынке продовольственных товаров достигает 9 млрд долл. в части ежегодных затрат на рекламу, или примерно 16%

* Авторы выражают признательность за финансовую поддержку Институту маркетинга и благодарят его кафедру и коллег за помощь и советы. Авторы также благодарны Дону Брауну и Донне Ругабер за их помощь в сборе данных. Bloom P. N., Gundlach G. T., Cannon J. P. Slotting Allowances and Fees: Schools of Thought and the Views of Practicing Managers // Journal of Marketing. 2000. Vol. 64. P. 92–108.

расходов на внедрение новых продуктов¹, а затраты на хранение единицы товара достигают 5000—25 000 долл.²

В текущих дебатах о плате за торговое место доминируют два теоретических направления. Одно из них считает ее средством повышения эффективности распределения, а второе — средством усиления рыночной власти и угрозой конкуренции. Розничные торговцы в целом придерживаются второй точки зрения, тогда как производители, как правило, — первой. Сторонники платы за торговое место утверждают, что она повышает эффективность системы распределения, потому что производители используют ее, чтобы сигнализировать о качестве продукта, а розничные торговцы полагаются на нее при отборе новых продуктов. Кроме того, с точки зрения эффективности данная плата может привести к более продуктивному разделению затрат и риска между производителями и розничной торговлей, способствовать лучшему распределению торговых площадей и более эффективному пропорциональному распределению предложения и спроса на новые продукты. С этой точки зрения плата за торговое место в конечном счете усиливает конкуренцию между высокоэффективными системами дистрибуции, в процессе которой происходит снижение потребительских цен.

Т а б л и ц а 1

Плата и скидки за торговое место

| Вид платы | Описание |
|-------------------------------------|--|
| Плата за презентацию | Плата за преимущественное право сделать презентацию продаж |
| Плата за торговое место | Авансовые наличные платежи или реклама для получения торговых площадей |
| Плата за выставление | Плата за специальный мерчендайзинг и выставление товаров |
| Плата за сохранение торгового места | Плата за дальнейшее приобретение и выставление товара |
| Плата за неудачу | Плата, вносимая в том случае, когда товар не достиг ожидаемых целей |

В отличие от этого противники платы за торговое место указывают на то, что она представляет собой злоупотребление властью со стороны крупных розничных торговцев. Ее критики заявляют, что крупные розничные торговцы используют ее, чтобы получить преимущество по сравнению с мелкими конкурентами, а также осуществить дискриминацию среди поставщиков в пользу более крупных производителей. Сторонники этой точки зрения доказывают, что плата за торговое место наносит вред распределительным отношениям, препятствует конкуренции как между розничными торговцами, так и между производителями, а также уменьшает ассортимент товаров и соответственно вызывает повышение потребительских цен.

Дискуссия о плате за торговое место сродни другим знаковым проблемам из области экономики и маркетинга. Похожие дебаты вызвали устойчивые разногласия по вопросу об экономических эффектах рекламы³. В обоих случаях дискуссия вращалась вокруг следующих вопросов: (1) можно ли интерпретировать значительные расходы на рекламу продукта как сигнал о качест-

¹ *Managing the Process of Introducing and Deleting Products in the Grocery and Drug Industry* / Deloitte & Touche. Washington, DC: Grocery Manufacturers of America, 1990.

² *Lucas A. Shelf Wars // Sales & Marketing Management*. 1996. Vol. 148. No 3. P. 121.

³ *Albion M. S., Farris P. The Advertising Controversy*. Boston: Auburn House, 1981.

ве, подаваемый розничным торговцам и/или потребителям, (2) получают ли крупные производители больше поддержки или выгоды от розничных торговцев (либо от средства распространения рекламы) в расчете на затраченный доллар по сравнению с мелкими производителями и (3) используются ли расходы на рекламу как средство недопущения на рынок конкурентов. Дискуссия о плате за торговое место также наводит на мысль о существующих разногласиях относительно эффектов инициатив по контролю над каналами дистрибуции⁴. Аналогичные вопросы возникают, когда рассматриваются пути влияния на координацию каналов дистрибуции и на рыночную эффективность связанных контрактов, эксклюзивного дилерства, эксклюзивных территорий, поддержание цен перепродажи или платы за торговое место, взимаемой влиятельным участником распределительной системы.

Разрешение спора о плате за торговое место имеет большое значение для государственной политики и управления каналами дистрибуции. К настоящему моменту доказано практикой, что эта плата является сложной проблемой для Федеральной торговой комиссии, Министерства юстиции и множества государственных адвокатских контор. Опираясь на официальные документы, эти службы по наблюдению за претворением в жизнь анти-трестовской политики уделили серьезное внимание тому, что в условиях действия антитрестовских законов плата за торговое место может носить противоправный характер⁵. Однако действия по реализации этих мер до сих пор не предпринимались. Более того, ни один антитрестовский процесс не выработал окончательного судебного решения по поводу платы за торговое место. Тем не менее одно федеральное регулирующее ведомство стало ее убежденным противником. В 1995 году Бюро по контролю за соблюдением законов об алкогольных напитках, табачных изделиях, огнестрельном оружии и взрывчатых веществах обнародовало предписание, запрещающее подобные платежи при маркетинге алкогольных напитков⁶.

Для участников распределительной системы плата за торговое место служит серьезным источником неразрешимых конфликтов, которые препятствуют попыткам планировать и осуществлять совместные действия как источник конкурентного преимущества. Например, в системе распределения продовольственных товаров попытки разработать и применить стратегии эффективной реакции заказчика (ECR) сдерживались раздражением, вызываемым платой за торговое место. Конфликт по ее поводу до сих пор остается одной из проблем данной отрасли.

Данная статья пополняет постоянно растущее число работ о плате за торговое место. Мы применяем поисковый подход, обобщая существующую литературу и привлекая результаты крупномасштабного опроса менеджеров, работающих на рынке продовольственных товаров, с целью достижения

⁴ *Stern L. W., Eovaldi T. Legal Aspects of Marketing Strategy. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1984.*

⁵ Подробнее об этом см. следующие документы: FTC's Owen Examines Market Definition, Slotting Allowances at Grocers Seminar / Bureau of National Affairs. 1994; Grocery Store Slotting Allowances-FTC Views / Commerce Clearing House, Inc. // Trade Regulation Reports. 1991. Ph. 50,071; *Harpis L. H., Thayer W.* FTC Is Investigating Exclusive Dealing // *Frozen Food Age*. 1997. Vol. 45. No 10. P. 8, 78; *Kiley D.* California Probes Slotting Fee // *Adweek's Marketing Week*. 1990. October 8. P. 6; *McCabe H.* Slotting Allowances, Past and Future: A Panel Discussion / Paper presented at 1996 Marketing and Public Policy Conference. Arlington, VA, 1996. May 17; *Redman R.* FTC Hearing Newsprogram Focus on Slotting Allowance // *Supermarket News*. 1995. Vol. 45. No 47. P. 4; *Sackuvich C.* Slotting Fees Raise Irksome Issues for Bakers and Others // *Milling and Baking News*. 1998. January 13. P. 3-4.

⁶ *Gregory T. G. Bloom P. N.* Slotting Allowances and the Retail Sale of Alcohol Beverages // *Journal of Public Policy & Marketing*. 1998. Vol. 17. No 2. P. 173-184.

более углубленного понимания проблемы. До сих пор большинство научных работ включало (1) юридический анализ того, каким образом могли бы трактовать плату за торговое место различные законодательные акты; (2) анализ, увязанный с другими видами государственной политики и (3) попытки проанализировать возможные эффекты платы за торговое место при помощи моделирования. Эти работы обобщены в Приложении к данной статье. В первую очередь анализу рассматриваемой темы не хватает эмпирических исследований⁷. В настоящей работе предполагается обсуждение платы за торговое место на основе опроса практикующих менеджеров.

1. Теоретические направления

Участники дискуссий о плате за торговое место, ведущихся в научной литературе и в торговой прессе, обычно придерживаются одного из двух теоретических направлений. Эти направления представлены в табл. 2 и 3. В таблицы включены главные вопросы исследования, составившие основу нашего эмпирического анализа.

Теория эффективности

Это теоретическое направление утверждает, что плата за торговое место повышает эффективность распределения новых продуктов за счет того, что служит средством подачи сигналов и отбора новых продуктов, а также основой для эффективного разделения затрат и риска между производителями и розничными торговцами. Также считается, что плата за торговое место ведет к более эффективному распределению торговых площадей и к пропорциональному распределению спроса и предложения. И наконец, сторонники теории эффективности заявляют, что она обеспечивает эффективность конкуренции, содействуя снижению розничных цен. Далее описывается каждая из этих точек зрения в том виде, в каком она обосновывается в литературе.

Подача сигналов и отбор. Главный аргумент в пользу платы за торговое место состоит в том, что она обеспечивает эффективность процесса внедрения нового продукта, помогая (1) производителям передавать розничным торговцам информацию с учетом вероятного успеха продуктовых инноваций и (2) розничным торговцам давать оценку этой информации⁸. В силу раз-

⁷ В качестве исключения см. работу: *Sullivan M. W.* Slotting Allowances and the Market for New Products // *Journal of Law & Economics*. 1997. Vol. 40. No 2. P. 461—493, в которой используются вторичные данные. Текущие отраслевые обзоры представлены в работах: *Partch K., De Santa R.* Slotting: The Issue that Won't Go Away // *Supermarket News*. 1997. Vol. 52. No 5. P. 12—20; *Finding a Slot* // *Progressive Grocer*. 1996. Vol. 75. No 8. P. 14; *More Facts and Figures On Slotting* // *Supermarket Business*. 1997; *Thayer W.* Retailers Share Secrets on Salary Raises, Slots, Turns // *Frozen Food Age*. 1997. Vol. 46. No 3. Научное исследование, косвенно затрагивающее плату за торговое место, представлено в работе: *Rao V. R., McLaughlin E. W.* Modeling the Decision to Add New Products by Channel Intermediaries // *Journal of Marketing*. 1989. Vol. 53. January. P. 80—88.

⁸ *Chu W.* Demand Signaling and Screening in Channels of Distribution // *Marketing Science*. 1992. Vol. 11. No 4. P. 327—347; *Kelly K.* The Antitrust Analysis of Grocery Slotting Allowances: The Procompetitive Case // *Journal of Public Policy & Marketing*. 1991. Vol. 10. No 1. P. 187—198; *Lariviere M. A., Padmanabhan V.* Slotting Allowances and New Product Introductions // *Marketing Science*. 1997. Vol. 16. No 2. P. 112—128; *Messinger P. R., Chu W.* Product Proliferation and the Determination of Slotting and Renewal Allowances // *Seoul Journal of Business*. 1995. Vol. 1. No 1. P. 93—115; *Sullivan M. W.* Slotting Allowances and the Market for New Products // *Journal of Law & Economics*. 1997. Vol. 40. No 2. P. 461—493; *Toto D.* Slotting Allowances and Competition in the Food Industry: Paying the Price for Non-Price Competition (working paper) / Department of Economics Graduate School. Penn State University, 1990.

Плата за торговое место: теория эффективности

| Точка зрения | Описание | Вопросы, требующие исследования |
|---|--|---|
| Подача сигналов и отбор | Плата за торговое место позволяет производителем передавать, а розничным торговцам — оценивать информацию, касающуюся новых продуктов | Помогает ли плата за торговое место передавать информацию о новых продуктах? Может ли она служить сигналом о возможном успехе нового продукта? Способна ли она помочь в отборе рискованных продуктов? |
| Участие в издержках | Плата за торговое место компенсирует розничным торговцам затраты по внедрению и управлению новыми продуктами | Делает ли плата за торговое место возможным справедливое распределение затрат на новый продукт между участниками системы распределения? Играют ли роль затраты на новый продукт в использовании платы за торговое место? Покрывают ли эти платежи затраты, которые несет розничная торговля? |
| Смещение риска | Плата за торговое место помогает переадресовывать риски внедрения новых продуктов тем, кто лучше всего информирован для того, чтобы держать их под контролем | Способствует ли плата за торговое место эффективному распределению рисков, связанных с внедрением новых продуктов? Снижают ли они риски розничных торговцев? Повышают ли они риски производителей? |
| Распределение торговых площадей | Плата за торговое место позволяет распределить розничные торговые площади так, чтобы использовать их наилучшим образом | Способствует ли плата за торговое место эффективному распределению торговых площадей? Не является ли она всего лишь ценой, выплачиваемой за арендный доход от торговых площадей? Опираются ли на плату за торговое место решения относительно ассортимента розничной торговли? |
| Пропорциональное распределение предложения и спроса | Плата за торговое место позволяет уравновесить предложение новых продуктов со спросом со стороны потребителей | Помогает ли плата за торговое место установить равновесие между избыточным предложением новых продуктов и не соответствующим ему спросом на них? Ведет ли распространение новых продуктов к взиманию платы за торговое место? Ведет ли к взиманию платы за торговое место недостаток новизны продукта, ощущаемый потребителями? |
| Содействие снижению розничных цен | Плата за торговое место служит средством усиления конкуренции в сфере розничной торговли | Способствует ли плата за торговое место снижению розничных цен? Снижаются ли цены в результате введения платы за торговое место? |

личий каналов дистрибуции и рыночных целей, а также вследствие конкуренции между другими продуктами за привлечение внимания розничной торговли перед производителями стоит сложная задача убедить продавцов в возможном успехе своих новых продуктов. Эта проблема в первую очередь связана с тем, каким образом передать достоверную информацию о продукте, которой располагает производитель. Розничные торговцы испытывают затруднения в определении стоимости подобной информации и сталкиваются с проблемой ее эффективной оценки.

Утверждают, что плата за торговое место как механизм подачи сигналов и отбора помогает производителям провести убедительное разграничение между продуктовыми инновациями, которые наверняка будут либо успешными, либо неуспешными, а розничным торговцам — эффективно оценить подобную разницу. Предложение заплатить за торговое место служит сигналом того, что производитель вполне уверен в успехе своего нового продукта,

то есть готов взять на себя соответствующие затраты. Предполагается, что производители способны нести такие расходы ради успешных, а не провальных инноваций при внедрении новых продуктов. Розничные торговцы могут потребовать плату за торговое место, а затем посмотреть, в каком объеме она будет или не будет вноситься, чтобы оценить достоверность предоставляемой производителями информации и отказаться от потенциально провальных продуктов. Утверждают, что за счет установления достаточно высокой платы за торговое место розничные торговцы смогут лучше распознать перспективные новые продукты, поскольку доверия заслуживают лишь те производители, которые способны покрыть соответствующие расходы.

Участие в издержках. Кроме того, сторонники платы за торговое место заявляют, что она возмещает розничным торговцам растущие затраты по внедрению и управлению распространением новых продуктов, которое, как утверждается, производители в должной мере не изучают и не поддерживают⁹. Розничные торговцы считают, что производители должны участвовать в этих затратах. Производители возражают, заявляя, что реальные суммы платы за торговое место часто слабо связаны с затратами на новые продукты.

Розничные торговцы, как правило, рассматривают плату за торговое место как компенсацию растущих накладных расходов, затрат на хранение на складах, на содержание персонала и использование компьютерного времени плюс издержки упущенных возможностей, связанные с более прибыльными продуктами, включая частные торговые марки. Несмотря на весьма ограниченный доступ к данным, исследователи утверждают, что при внедрении новых продуктов розничные торговцы несут серьезные издержки. Исследование, проведенное аудиторской компанией Deloitte & Touche в 1990 году, показывает, что в расчете на единицу учета запасов (SKU) издержки одного магазина в среднем составили 13,51 долл., а издержки на уничтожение единицы хранения — в среднем 10,77 долл. Это исследование также выявило плату за торговое место, равное в среднем на один магазин 36,60 долл.

Перенесение риска. Еще один аргумент в пользу платы за торговое место с позиции эффективности заключается в том, что она помогает перенести риск по признанию нового продукта с розничных торговцев на производителей, которые, как предполагается, находятся в более выгодном положении, чтобы контролировать риск путем исследований и поддержки¹⁰. В основе этой точки зрения лежит классический экономический принцип, подразумевающий, что участники обмена имеют возможность эффективно распределять риск таким образом, чтобы от этого выигрывали обе стороны. Теоретическим результатом рыночного обмена является то, что риск переадресуется субъекту, который способен контролировать его наилучшим образом с точки зрения издержек. Одним из факторов, влияющих на степень риска, является информация; если одна фирма владеет более полной информацией, чем другая, предполагается, что с точки зрения контроля над риском первая находится в более выгодном положении. Экономическая теория предсказывает, что в отсутствие ограничений рыночный обмен адресует риски тем, кто лучше информирован.

Что касается новых продуктов и риска их провала, то идея заключается в том, что лучше информированы производители как источник продуктовой инновации. Поэтому теоретически на них должно возлагаться больше риска, связанного с внедрением новых продуктов, чем на розничных торгов-

⁹ См. Lariviere M. A. Padmanabhan V. Op. cit.; Toto D. Op. cit.

¹⁰ См. работы Kelly K. Op. cit.; Sullivan M. W. Op. cit.; Toto D. Op. cit.

цев. Однако с учетом характера системы дистрибуции риск по внедрению новых продуктов часто ложится более тяжелым бременем именно на плечи розничных торговцев. Утверждается, что плата за торговое место является механизмом эффективного смещения этого риска назад к производителям.

Распределение торговых площадей. Странники платы за торговое место также утверждают, что она способствует наиболее эффективному из возможного распределению ограниченных ресурсов розничной торговли, а именно — торговых площадей¹¹. С этой точки зрения торговая площадь рассматривается как товар, а плата за торговое место, вносимая производителем, — как подобие предлагаемой на аукционе цены «ренты», приносимой этой площадью. Посылка заключается в том, что производитель, предлагающий самую высокую цену, одновременно находится в наилучшей конкурентной позиции для обеспечения максимальной отдачи от торговой площади путем создания продуктов той формы и настолько разнообразных, как того желают потребители. Поэтому утверждается, что розничные торговцы, принимающие решения относительно ассортимента продуктов на основе более высокой платы за торговое место, которую готовы внести производители, распределяют торговые площади таким образом, который оптимизирует получаемую потребителями полезность.

Пропорциональное распределение спроса и предложения. Еще один аргумент с точки зрения эффективности состоит в том, что плата за торговое место уравнивает избыточное предложение новых продуктов с неадекватным потребительским спросом¹². Две ключевые идеи здесь заключаются в том, что распространение новых продуктов ведет к избыточному их предложению по сравнению с рыночным спросом и что многим из новых продуктов не хватает подлинной новизны. При подобных обстоятельствах предполагается, что внесение платы за торговое место побуждает розничных торговцев признавать новые продукты, которые были бы отвергнуты ими в противном случае из-за уверенности в том, что предельная выручка не компенсирует дополнительные издержки по предложению нового продукта.

На уровне розничной торговли издержки выпуска на рынок новых продуктов включают единовременные затраты на инвентаризацию и размещение на стеллажах, а также последующие затраты на транспортировку, возобновление запасов и переучет. Если эти издержки существуют в условиях, когда потребители стремятся к инновациям или выигрывают от увеличения разнообразия и снижения затрат на поиск действительно новых продуктов, то рост продаж и способность запрашивать более высокие цены позволяют розничным торговцам покрывать эти издержки. Однако если роста продаж не происходит или потребители не готовы платить надбавку к цене, то эти издержки покрыть труднее. Утверждается, что в подобной ситуации при отсутствии дополнительных стимулов, таких как плата за торговое место, розничные торговцы воздерживаются от продажи новых продуктов.

Содействие снижению розничной цены. Последний аргумент с позиции эффективности характеризует плату за торговое место как механизм снижения розничных цен. Согласно данной точке зрения плата за торговое место авансом рассматривается как отдельное установление цены на торговые площади и цены товарной сделки¹³. Утверждается, что это разделение эффективно снижает цену, выплачиваемую розничными торговцами за единицу

¹¹ *Toto D.* Op. cit.

¹² *Sullivan M. W.* Op. cit.

¹³ *Sackvich C.* Op. cit.

нового продукта, позволяя им более агрессивно конкурировать в нижнем ценовом диапазоне, что ведет к снижению потребительских цен. Кроме того, доказывается, что более агрессивная конкуренция — а значит, снижение цен — возможна благодаря эффективности отбора, участия в издержках, смещения риска и распределения торговых площадей, достигаемой посредством введения платы за торговое место.

Теория рыночной власти

Для противников платы за торговое место заявления о ее рыночной эффективности звучат неубедительно, и они считают, что она скорее усиливает рыночную власть и ослабляет конкуренцию. В соответствии с данной теорией утверждается, что плата за торговое место представляет собой применение рыночной власти в рыночной системе, которое вредит распределительным отношениям и ведет к дискриминации в области розничной торговли. Кроме того, доказывается, что благодаря своему использованию в качестве стратегии лишения доступа плата за торговое место наносит ущерб конкуренции между производителями. Наконец, утверждается, что плата за торговое место как средство, содействующее росту розничных цен, ослабляет конкуренцию между розничными торговцами.

Ниже предлагается описание каждой из этих точек зрения в том виде, в каком они обосновываются в литературе (см. табл. 3, где также представлены соответствующие вопросы, требующие изучения).

Применение рыночной власти со стороны розничных торговцев. Противники платы за торговое место обращают внимание на ее использование в условиях усиления рыночной власти и влияния со стороны розничных торговцев¹⁴. В данном случае власть означает способность устанавливать цены на уровне, отличающемся от конкурентного. Утверждается, что контроль над ценами применяется розничными торговцами путем установления платы за торговое место в целях признания новых продуктов, обеспечения торговыми площадями и предоставления производителям других услуг.

Важное предположение заключается в том, что розничные торговцы приобретают все больше рыночной власти в отношении верхних звеньев распределительной системы. В поддержку этого предположения противники платы за торговое место утверждают, что розничная торговля продовольственными товарами приобретает все больше влияния на рынке благодаря укрупнению, техническому прогрессу и распространению новых продуктов. В качестве одного из факторов, активизирующих тенденцию к повышению рыночной концентрации и усилению власти со стороны розничных торговцев продовольственными товарами на многих региональных рынках, упоминается большое количество слияний в сфере розничной торговли. Кроме того, утверждается, что рыночная власть розничных торговцев усилилась в результате внедрения технологии сканирования. Это техническое нововведение дает информацию, позволяющую розничным торговцам быстрее и с более высокой точностью оценивать распространение конкретного продукта. Владея этой информацией, розничные торговцы могут оказывать более серьезное влияние при обсуждении условий договоров в отношении этих товаров (включая плату за торговое место), а также других связанных с ними новых продуктов. Наконец, в качестве фактора, усиливающего рыночную власть розничных

¹⁴ *Chu W.* Op. cit.; *Lariviere M. A., Padmanabhan V.* Op. cit.; *Messinger P. R., Chu W.* Op. cit.; *Sullivan M. W.* Op. cit.; *Toto D.* Op. cit.

Плата за торговое место: теория рыночной власти

| Точка зрения | Описание | Вопросы, требующие исследования |
|---|--|---|
| Применение рыночной силы со стороны розничных торговцев | Плата за торговое место отражает применение рыночной власти в отношении производителей со стороны розничных торговцев | Отражает ли плата за торговое место применение рыночной власти? Позволяет ли она розничным торговцам оказывать влияние на производителей? Способны ли крупные розничные торговцы требовать платы за торговое место в большей степени, чем мелкие? Извлекают ли они из этой платы больше выгоды? |
| Отношения в системе распределения | Плата за торговое место наносит ущерб отношениям между производителем и розничным торговцем, угрожая эффективности распределительной системы | Наносит ли плата за торговое место вред кооперации в системе маркетинга? Сдерживает ли она обмен информацией между фирмами? Влияет ли она на маркетинг производителя и/или на ориентированное на потребителя продвижение товара? |
| Дискриминация | Плата за торговое место позволяет розничным торговцам осуществлять дискриминацию среди производителей, в частности между крупными и мелкими фирмами | Служит ли плата за торговое место механизмом дискриминации со стороны розничных торговцев? Платят ли все производители одинаковые суммы? Обсуждаются ли размеры и условия платежей? Влияют ли они сильнее на мелких производителей, чем на крупных? |
| Конкурентное лишение доступа | Плата за торговое место представляет собой конкурентный механизм, который позволяет крупным и более богатым ресурсами конкурентам лишать более мелких конкурентов доступа к необходимым ресурсам, таким как торговые площади | Позволяет ли плата за торговое место крупным и более богатым ресурсами производителям подрывать конкурентные преимущества конкурирующих фирм? По-разному ли влияет плата за торговое место на количество внедряемых новых продуктов и на инновационную деятельность более крупных и более мелких производителей? Стимулирует ли это отрасль? Не лишены ли качественные товары доступа на рынок? |
| Содействие повышению розничных цен | Плата за торговое место служит средством ослабления конкуренции в сфере розничной торговли | Ведет ли плата за торговое место к повышению цен? Является ли повышение цен следствием платы за торговое место? |

торговцев, упоминается увеличение числа выставляемых на продажу новых продуктов. Растущее число продуктов повышает спрос на торговые площади, которыми владеют розничные торговцы. Критики, считающие усиление рыночной власти результатом действия данных тенденций и технических усовершенствований, утверждают, что плата за торговое место — это просто механизм применения этой укрепившейся рыночной власти.

Отношения в системе распределения. Теория рыночной власти также утверждает, что споры между производителями и розничными торговцами относительно платы за торговое место стали источником дисфункционального конфликта в системе распределительных отношений. Согласно данной точке зрения в некоторых распределительных каналах напряженность в отношениях и разногласия достигли такого уровня, что возникла угроза кооперации между их участниками, якобы дополняющими друг друга в доставке ценности потребителю¹⁵. Некоторые авторы утверждают, что дискуссия о плате за торговое место представляет собой единственную и серьезнейшую проблему, угрожающую будущему благополучию рынка продовольственных товаров¹⁶. Многие заявляют, что, если торговцы хотят, чтобы отрасль развивалась

¹⁵ Dagnoli J., Freeman L. Marketers Seek Slotting Fee Truce: New Promotions Would Help Retailers // Advertising Age. 1988. Vol. 59. February 22. P. 12, 68; Lucas A. Op. cit.

¹⁶ Lucas A. Op. cit.

дальше, они должны консолидироваться — с целью преодолеть разногласия и осознать выгоды от реализации инициатив инновационного менеджмента, таких как стратегии эффективной реакции заказчика¹⁷ (ECR).

Дисфункциональный конфликт по поводу платы за торговое место может препятствовать решению важнейших задач, стоящих перед эффективной и конкурентной распределительной системой. Напряженность в отношениях может сократить потоки информации, которой в противном случае обменивались бы участники распределительной системы. Разногласия по поводу роли платы за торговое место способны привести к нежелательным последствиям. Один из примеров этого — влияние, которое оказывает плата за торговое место на уровне маркетинговых стратегий производителей по поддержке и рекламе товаров. Утверждается, что многие производители, не удовлетворенные объяснениями платы за торговое место со стороны розничных торговцев и считающие, что она используется только для повышения их прибылей, покрывают эти затраты путем отвлечения финансовых ресурсов из других областей рекламной деятельности, включая программы по работе с потребителями. По мнению сторонников этой точки зрения, подобная практика и другие последствия разногласий касательно платы за торговое место ведут к неэффективному использованию ресурсов маркетинга и лишению потребителей необходимой информации.

Дискриминация. Еще один аргумент теории рыночной власти заключается в том, что плата за торговое место создает основу для ценовой и/или рекламной дискриминации среди производителей, в частности за счет поддержки крупных фирм в ущерб мелким¹⁸. Утверждается, что, с учетом частного и договорного характера платы за торговое место, розничные торговцы могут требовать и получать от разных производителей различные суммы выплат. Отдельная проблема состоит в том, что некоторые производители могут договориться о снижении платы или о полной ее отмене, вынуждая другие фирмы платить непропорционально большие суммы. Говорят, что крупные производители, с учетом их рыночной доли и веса в переговорном процессе, могут извлекать выгоду из подобной практики, повышая свои прибыли за счет нанесения ущерба менее крупным и более бедным ресурсами конкурентам. Несмотря на то что законы, регулирующие ценовую дискриминацию, сложны и допускают разное толкование¹⁹, Федеральная торговая комиссия указала на то, что дискриминирующее применение платы за торговое место может носить противоправный характер²⁰.

Конкурентное лишение доступа. Плату за торговое место также критикуют за то, что она служит более богатым ресурсами конкурентам средством блокирования доступа на рынок мелких фирм путем повышения цены торговых площадей²¹. С учетом динамики распределения на многих рынках торговые площади считаются важным для производителей ресурсом или оборудованием. Посредством повышения цены этого ресурса за счет взимания платы за торго-

¹⁷ Efficient Consumer Response: Enhancing Consumer Value in the Grocery Industry / Kurt Salmon Associates, Inc. Washington, DC: Food Marketing Institute, 1993.

¹⁸ Aalberts R. J., Judd L. L. Slotting in the Retail Grocery Business: Does It Violate the Public Policy Goal of Protecting Businesses Against Price Discrimination? // DePaul Law Review. 1991. Vol. 40. P. 397—416; Dagnoli J., Freeman L. Op. cit.; MacAvoy C. J. Antitrust Treatment of Slotting Allowances / Paper presented at ABA Section of Antitrust Law, 45th Annual Spring Meeting. Washington, DC, 1997. April 9—11; Sullivan, Mary W. Op. cit.

¹⁹ Aalberts R. J., Judd L. L. Op. cit.

²⁰ Guides for Advertising Allowances and Other Merchandising Payments and Services, 17 CFR 240.9. Washington, DC: Federal Trade Commission, 1990.

²¹ MacAvoy C. J. Op. cit.

вое место более богатые ресурсами производители могут повышать издержки своих конкурентов с целью недопущения их к данному ресурсу или снижения их конкурентоспособности. Согласно данному утверждению подобные усилия предпринимаются с целью диспропорционального повышения издержек внедрения новых продуктов более мелкими и небогатыми ресурсами производителями, приводя к сокращению прибылей и к ослаблению инновационной активности этих фирм. Лишенные доступа к ресурсам фирмы вынуждены искать альтернативные каналы сбыта своих продуктов или даже покидать отрасль. В конечном счете, как утверждают критики платы за торговое место, потребители лишаются достойных внимания новых продуктов.

Содействие повышению розничных цен. Последнее возражение против платы за торговое место состоит в том, что ее внесение авансом и непосредственное влияние на прибыль розничных торговцев ослабляет конкуренцию между ними, делая ее менее агрессивной, и ведет к повышению цен. Г. Шеффер объясняет это следующим образом:

Обеспечивая розничных торговцев средством фиксации высоких цен на договорной основе, производитель косвенно повышает их прибыли, лишая их стимула к агрессивному понижающему ценообразованию. Несмотря на то что производители предпочли бы более низкие розничные цены, а значит, увеличение продаж, конкуренция между ними за ограниченные торговые площади служит стимулом для заключения подобных контрактов²².

Утверждается, что плата за торговое место опосредованно способствует повышению розничных цен, обеспечивая авансом прибыли розничных торговцев и, в свою очередь, ослабляя их стимулы к активной ценовой конкуренции. Хотя производители и желали бы более низких розничных цен, они вносят плату за торговое место из-за интенсивной конкуренции за торговые площади.

2. Метод исследования

Чтобы понять, какое из теоретических направлений точнее характеризует плату за торговое место, было проведено крупномасштабное почтовое анкетирование менеджеров в тех отраслях, где эта плата практикуется. Принимая во внимание невысокий уровень развития теории и недостаток эмпирических данных, мнение участников отраслевых рынков считалось важным для углубления знаний и определения направлений дальнейших исследований. Цель заключалась не в том, чтобы провести формальную проверку различных «теорем вероятности», лежащих в основе каждого теоретического направления, а в том, чтобы определить степень точности, в которой, по мнению участников рынка, каждая из теорем отражает реальную практику взимания платы за торговое место²³. Еще одной целью был сравнительный анализ мнений менеджеров фирм, представляющих производителей, розничных и оптовых торговцев. Считалось, что мнения, по которым существовали значительные расхождения, требуют более детального исследования, чем те, по которым наблюдалось полное согласие.

²² Shaffer G. Slotting Allowances and Retail Price Maintenance: A Comparison of Facilitating Practices // RAND Journal of Economics. 1991. Vol. 22. No 1. P. 120—135.

²³ По Фишеру (Fisher F. M. Games Economists Play: A Noncooperative View // RAND Journal of Economics. 1989. Vol. 20. Spring. P. 113—129) «теоремы вероятности», называемые также «иллюстративной теорией», включают постулаты относительно того, что *может* произойти с конкретным феноменом, а не того, что *действительно произойдет*. С этой точки зрения теоремы вероятности отличаются от более общих теорем или обобщающей теории.

Предварительное исследование

Структура анкеты была разработана на основе обзора соответствующих статей в торговой прессе и десяти подробных предварительных интервью с исполнительными директорами — представителями отраслей, в которых практиковалась плата за торговое место (то есть рынки потребительских фасованных товаров, фармацевтической продукции, музыкальный и книжный). Эти интервью позволили нам сделать некоторые выводы:

Выборка по рынку продовольственных товаров. Различия в способах применения платы за торговое место между отраслями показали, что межотраслевые сравнения были бы затруднены, и убедили нас в том, что следует сосредоточить внимание на единственной отрасли. Был отобран рынок продовольственных товаров, на котором плата за торговое место получила широкое распространение.

Представители производителя, оптового и розничного торговцев. Наблюдения и высказывания относительно платы за торговое место различаются в зависимости от места субъекта в каналах дистрибуции, что навело нас на мысль о необходимости иметь в активе мнения менеджеров, представляющих разные уровни системы дистрибуции. Для рынка продовольственных товаров характерны три таких уровня: производители, оптовые и розничные торговцы.

Менеджеры-информанты. Несмотря на то что за обсуждение и применение платы за торговое место нес ответственность персонал с пересекающимися функциями, влияние на бюджет и стратегический характер этой платы означает, что знания об опыте ее применения необходимы на обоих — операционном и стратегическом — уровнях управления фирмой. Это говорит о том, что главное внимание должно быть уделено менеджерам, занимающим должности на обоих этих уровнях. На рынке продовольственных товаров к этому в наибольшей степени причастны менеджеры из сферы розничной торговли, ответственные за закупки и мерчендайзинг, тогда как среди производителей самый большой опыт накоплен у менеджеров по маркетингу и продажам. Среди оптовых торговцев, которые одновременно и вносят, и получают плату за торговое место, подходящими представителями являются сотрудники, отвечающие за закупки и за маркетинг/продажи.

Конфиденциальность и анонимность при сборе данных. Плата за торговое место была большим вопросом и вызвала сильные эмоции, что привело к тому, что многие менеджеры — особенно из числа представителей розничной торговли — отказывались говорить «под запись». Это убедило нас в необходимости уделить особое внимание соблюдению конфиденциальности и анонимности при сборе и анализе данных.

Структура выборки и подходы к измерениям. Менеджеры были очень заняты и перегружены опросами, что убедило нас в необходимости уделить особое внимание (1) участию респондента в разработке структуры выборки и тесту на смещение достоверности сведений в случае отказа от ответов и (2) высокой утомляемости респондентов вследствие построения инструментов, оценок и методов измерения.

Опрос участников рынка продовольственных товаров

Используя краткую анкету (один лист бумаги стандартного размера, содержащий вопросы, требующие однозначного ответа) и сопроводительное письмо, в котором подчеркивалось участие в опросе наших университетов и Научного института маркетинга, мы провели в рамках отрасли почтовый опрос менеджеров, представляющих организации производителя, оптового и розничного торговца.

Выборка. Основу выборки составили списки адресатов, полученные в газете *Supermarket News* (розничные и оптовые торговцы продовольственными товарами) и в службе *Cahner's Direct Marketing* (производители в категории «персонал по маркетингу в отрасли готовых пищевых продуктов»). Из каждого списка была сделана случайная выборка, и было разослано по почте 2568 анкет: 1210 — производителям, 1184 — розничным торговцам и 174 — оптовым торговцам²⁴. Сопроводительное письмо и анкета были посланы всем участникам выборки осенью 1996 года. Через неделю каждому получателю послали открытку с напоминанием. Через три недели после первоначальной рассылки всем участникам были посланы еще одно письмо и вторая анкета. В целях обеспечения анонимности и конфиденциальности никаких попыток проследить за действиями респондентов не предпринималось. Из-за неверных адресов или того, что респонденты не владели данным вопросом, 100 анкет вернулись незаполненными, что уменьшило размер выборки до 2458 человек. В целом назад вернулось 802 заполненных анкет, в том числе 285 от розничных торговцев, 379 — от производителей и 91 — от оптовых торговцев; степень реагирования составила 33%. Еще 47 респондентов посчитали, что их фирмы действуют на нескольких уровнях распределительной системы, то есть тем самым они заслуживали отдельного исследования²⁵. В силу того что представители оптовой торговли сообщили, что на их уровне плата за торговое место одновременно и получается, и вносится, анализ был сосредоточен на производителях и розничных торговцах²⁶.

Ключевые информанты. Предметом поиска были мнения менеджеров, работающих на рынке продовольственных товаров. Из представителей розничной торговли критерию осведомленности об исследуемом феномене в наибольшей степени соответствовали покупатели, мерчендайзеры и их менеджеры. Из производителей этому критерию, как считалось, соответствовали менеджеры по маркетингу, продажам и продуктам. Обобщенные сведения о респондентах и характеристиках фирм представлены в табл. 4²⁷. Названия должностей и средний срок работы в отрасли говорят о том, что в выборку включены осведомленные информанты. Респонденты также представляют фирмы, разные по размеру и по масштабам обслуживаемых рынков.

²⁴ Небольшой размер выборки для оптовых торговцев обусловлен относительно меньшим количеством оптовых организаций, обнаруженных на рынке продовольственных товаров, по сравнению с организациями производителей и розничной торговли.

²⁵ Поскольку было обнаружено, что наблюдения и мнения относительно платы за торговое место различались в зависимости от места в системе распределения, а целью нашего исследования было изучение подобных различий, респонденты, которые сообщили, что их фирмы осуществляют деятельность на нескольких уровнях системы, были исключены из анализа.

²⁶ Взгляды оптовых торговцев в целом соответствуют тем, которые можно обнаружить в общей выборке. Выводы по соответствующим респондентам можно получить у авторов.

²⁷ Как показано в табл. 4, пункты анкеты имели точные формулировки. Несмотря на то что намеки на ответы и методы классификации помогали респондентам отвечать на вопросы, выделенные категории затрудняли сравнение выборки генеральной совокупностью. Данные переписи говорят о том, что доля мелких предпринимателей может быть выше, чем представлено в данной выборке. Например, согласно переписи розничной торговли США, проведенной в 1992 году (U.S. Census of Retail Trade, Establishment and Firm Size, RC92-S-1. Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1992 (1995)), 79% предприятий розничной торговли продовольственными товарами имели менее 20 наемных работников, а 72% сообщило о ежегодных продажах в объеме, меньшем 1 млн долл., и аналогичные пропорции были выявлены среди различных категорий производителей. Если сравнивать это с данными, представленными в табл. 4, складывается впечатление, что эта выборка включает несколько больший процент крупных фирм по сравнению с генеральной совокупностью.

Т а б л и ц а 4

Характеристики респондентов и их фирм

| Респонденты | Производство | Розничная торговля |
|--|--------------|--------------------|
| <i>Всего</i> | 379 | 285 |
| <i>Название должности</i> | | |
| Президент, владелец, главный исполнительный директор | 6% | 9% |
| Вице-президент | 26% | 18% |
| Менеджер по продажам* | 40% | |
| Менеджер по категориям товаров | | 18% |
| Маркетинг и продуктовый менеджмент* | 16% | |
| Покупатель/мерчендайзер | | 18% |
| Директор/менеджер (как правило, по закупкам) | | 36% |
| <i>Опыт работы в отрасли</i> | 18,1 лет | 24,9 лет |
| <i>Размер фирмы</i> | | |
| Одна из крупнейших в отрасли | 23% | 19% |
| Средняя фирма | 36% | 27% |
| Мелкая фирма | 40% | 52% |
| <i>Масштаб обслуживаемого рынка</i> | | |
| Мировой | 23% | 2% |
| Национальный | 41% | 6% |
| Региональный | 32% | 37% |
| Местный | 4% | 53% |

*Одиннадцать респондентов отнесли себя к числу директоров по продажам и маркетингу и были включены в обе эти категории.

Примечание: итог не может не равняться 100% за счет округления или других ответов.

Тест на смещение достоверности сведений в случае отказа от ответов. Вначале и впоследствии респонденты сопоставлялись по опыту работы в отрасли, виду бизнеса (то есть производственная деятельность или розничная торговля), размеру фирмы, масштабу обслуживаемых рынков (то есть глобальный, национальный, региональный и местный уровень). Первые респонденты были несколько менее опытными (в среднем 20 лет против 23 лет, $p > 0,01$), но были равными по другим параметрам. Кроме того, было проведено телефонное интервью с 154 случайно отобранными участниками выборки — как производителями (74), так и представителями розничной торговли (80). 52 из них (34%) подтвердили, что заполнили и отправили анкеты, и степень реагирования была здесь такой же, как и при опросе по почте. Тем, кто не получил или не отправил анкету, было задано по три вопроса, и их ответы были сопоставлены с ответами из заполненных анкет. Несмотря на то что отказавшиеся участвовать в опросе имели несколько меньший опыт работы в отрасли, чем респонденты (16,5 против 21,3 года, $p < 0,01$), в вопросах относительно размеров фирмы и активизации использования платы за торговое место не было обнаружено заметных различий. Наконец, всем, с кем были установлены контакты по телефону (независимо от того, получили ли они и заполнили ли анкеты), было задано два дополнительных вопроса, ответы на которые были сопоставлены для категорий самостоятельно заполнивших анкету и не ответивших на нее. По вопросам, касающимся информированности о плате за торговое место или

мнений относительно ее значимости, не было обнаружено существенных расхождений. Таким образом, вопреки тому, что респонденты могли иметь несколько больший опыт, чем отказавшиеся от анкетирования, наблюдались некоторые признаки возможного смещения достоверности сведений за счет отказа от ответов.

Пункты анкеты и их оценка. Чтобы избежать утомительного опроса и заинтересовать респондентов, были ограничены размеры анкеты и число пунктов, которые подлежали оценке (табл. 5). Шкала, состоящая из множества пунктов, не подходила для применения. Подлежащие оценке пункты были разработаны с целью изучения взглядов респондентов на намеченные в табл. 2 и 3 вопросы, подлежащие исследованию. Обоснование содержания других пунктов подробно рассматривается в следующем разделе статьи.

Т а б л и ц а 5

Пункты анкеты и полученные результаты

| Пункт анкеты | Ответ | Производители | Розничные торговцы | Разница ^a |
|--|--------------------------|---------------------|--------------------|----------------------|
| <i>Теория эффективности</i> | | | | |
| <i>Подача сигналов и отбор</i> | | | | |
| Размер платы за торговое место служит хорошим показателем вероятного успеха нового продукта | s.d. – s.a. ^b | 1,49* | 2,02* | m* |
| Если производитель не может или не хочет платить за торговое место, то розничный торговец имеет основания думать, что продукт является слишком рискованным | s.d. – s.a. | 1,75* | 2,49* | m* |
| Как повлияла плата за торговое место на процент успешных внедрений новых продуктов? | l.d. – l.i. ^e | -0,18* ^d | +0,10 | m* |
| <i>Участие в издержках</i> | | | | |
| Плата за торговое место возникла вследствие роста затрат на транспортировку продукции | n.f. – m.f. ^c | 2,76* | 3,85* | m* |
| Сумма запрашиваемой платы за торговое место не покрывает издержки розничного торговца, связанные с выпуском на рынок нового продукта | s.d. – s.a. | 1,73* | 3,43* | d* |
| <i>Смещение риска</i> | | | | |
| Плата за торговое место просто перемещает риск внедрения продукта от розничного торговца к производителю | s.d. – s.a. | 3,56* | 3,17 | m* |
| Какое влияние оказала плата за торговое место на риск внедрения новых продуктов производителями? | l.d. – l.i. | +0,82* | 0,49* | m* |
| Какое влияние оказала плата за торговое место на риск внедрения новых продуктов розничными торговцами? | l.d. – l.i. | -0,57* | -0,09 | m* |
| <i>Распределение торговых площадей</i> | | | | |
| Плата за торговое место – это просто арендная плата за пользование торговыми площадями | s.d. – s.a. | 3,72* | 2,54* | d* |
| Ассортимент розничной торговли часто строится на основе платы за торговое место | s.d. – s.a. | 3,78* | 2,50* | d* |

Продолжение таблицы 5

| Пункт анкеты | Ответ | Производители | Розничные торговцы | Разница ^a |
|--|-------------|---------------|---------------------|----------------------|
| <i>Пропорциональное распределение спроса и предложения</i> | | | | |
| Плата за торговое место является следствием увеличения числа внедрений новых продуктов | n.f. – m.f. | 3,80* | 4,17* | m* |
| Плата за торговое место является следствием сокращения числа действительно новых продуктов | n.f. – m.f. | 2,75* | 3,23* | m* |
| <i>Содействие снижению розничных цен</i> | | | | |
| Какое воздействие оказала плата за торговое место на цены, запрашиваемые розничными торговцами? | l.d. – l.i. | +0,58* | +0,25* | m* |
| <i>Теория рыночной власти</i> | | | | |
| <i>Применение рыночной власти розничными торговцами</i> | | | | |
| Плата за торговое место является следствием усиления влияния розничных торговцев | n.f. – m.f. | 4,11* | 3,37* | m* |
| Вероятность того, что розничные торговцы потребуют плату за торговое место, намного выше, чем пять лет назад | s.d. – s.a. | 4,35* | 3,81* | m* |
| Какое воздействие оказала плата за торговое место на влияние розничных торговцев на принятие решений в области мерчендайзинга продуктов? | l.d. – l.i. | +0,94 | 0,59* | m* |
| Какое воздействие оказала плата за торговое место на влияние производителей на принятие решений в области мерчендайзинга продуктов? | l.d. – l.i. | +0,02 | 0,43* | m* |
| Выше ли вероятность того, что крупные розничные торговцы потребуют платить за торговое место, по сравнению с мелкими торговцами? | s.d. – s.a. | 4,08* | 4,19* | |
| Какое влияние оказала плата за торговое место на уровень прибыли мелких розничных торговцев? | l.d. – l.i. | +0,32* | +0,18* | |
| Какое влияние оказала плата за торговое место на уровень прибыли крупных розничных торговцев? | l.d. – l.i. | +1,12* | +0,69* | m* |
| <i>Отношения в системе распределения</i> | | | | |
| Плата за торговое место угрожает отношениям между производителями и розничными торговцами | s.d. – s.a. | 3,89* | 2,42* | d* |
| Плата за торговое место сокращает потоки информации между производителями и розничными торговцами | s.d. – s.a. | 3,03* | 2,08* | d* |
| Какое влияние оказала плата за торговое место на объем маркетинговой поддержки со стороны производителя? | l.d. – l.i. | –0,26* | +0,21* ^d | d* |
| Привела ли плата за торговое место к сокращению объемов маркетинга, ориентированного на потребителя? | s.d. – s.a. | 3,87* | 2,50* | d* |
| <i>Дискриминация</i> | | | | |
| Все производители платят за торговое место одинаковую сумму в расчете на единицу запасов одного магазина | s.d. – s.a. | 1,47* | 1,69* | m* |

| Пункт анкеты | Ответ | Производители | Розничные торговцы | Разница ^a |
|---|-------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Производители часто способны выторговать более низкую плату за торговое место | s.d. – s.a. | 3,22 | 3,25* | |
| Вероятность того, что плата за торговое место будет носить договорной характер, выше, чем пять лет назад | s.d. – s.a. | 3,22* ^d | 3,40* | |
| Какое воздействие оказала плата за торговое место на уровень прибыли мелких производителей? | l.d. – l.i. | -1,12* | -0,54* | m* |
| Какое воздействие оказала плата за торговое место на уровень прибыли крупных производителей? | l.d. – l.i. | -0,23* | 0,15* ^d | d* |
| <i>Конкурентное лишение доступа</i> | | | | |
| В результате взимания платы за торговое место производители искали альтернативные каналы сбыта своих продуктов | s.d. – s.a. | 3,85* | 2,80* ^d | d* |
| Плата за торговое место вынуждала производителей покидать нашу отрасль | s.d. – s.a. | 3,34* | 2,19* | d* |
| Плата за торговое место препятствует попаданию на рынок качественных продуктов | s.d. – s.a. | 4,09* | 2,28* | d* |
| Какое влияние оказала плата за торговое место на число внедрений новых продуктов мелкими производителями? | l.d. – l.i. | -1,19* | -0,57* | m* |
| Какое влияние оказала плата за торговое место на инновативность внедрения новых продуктов мелкими производителями? | l.d. – l.i. | -0,45* | -0,10 | m* |
| Какое влияние оказала плата за торговое место на число внедрений новых продуктов крупными производителями? | l.d. – l.i. | +0,25* | +0,39* | |
| Какое влияние оказала плата за торговое место на инновативность внедрения новых продуктов крупными производителями? | l.d. – l.i. | +0,32 | +4,1* | |
| <i>Содействие повышению розничной цены</i> | | | | |
| Какое влияние оказала плата за торговое место на цены, запрашиваемые розничными торговцами ^e ? | l.d. – l.i. | +0,58 | +0,25 | m* |

^a Результаты проверки разницы между ответами розничных торговцев и производителей; m = различие в величине, d = различие в направлении. Различие в направлении показывает, что производители и розничные торговцы продемонстрировали разные результаты. Различие в величине показывает, что результаты производителей и розничных торговцев являются статистически различными при $p < 0,01$.

^b Оценки ответов: 1 = полностью не согласен (*strongly disagree* – s.d.), 5 = полностью согласен (*strongly agree* – s.a.); оценка значимости = 3 (ни согласен, ни не согласен).

^c Оценки ответов: -2 = сильное сокращение (*large decrease* – l.d.), 0 = никакого воздействия, +2 = сильное увеличение (*large increase* – l.i.), оценка значимости = 0 (никакого воздействия).

^d Оценки ответов: 1 = не является фактором (*not a factor* – n.f.), 5 = главный фактор (*major factor* – m.f.), оценка значимости = 1 (не является фактором).

^e Этот пункт теряет статистическую значимость при применении более консервативного скорректированного по Бонферрони значения p . Все скорректированные по Бонферрони значения были рассчитаны на основе определенного количества проверок в рамках конкретного теоретического направления. Так, например, для шести проверок по подаче сигналов и отбору значение p было скорректировано с $p < 0,01$ до $p < 0,00167$ (=0,01/6).

^f $p < 0,01$.

Стандартный количественный анализ здесь был невозможен, однако была предусмотрена проверка на достоверность ответов на отдельные пункты анкеты. Каждая анкета содержала парные пункты, корректно расположенные в разных местах. Ответы на эти парные вопросы были сопоставлены, и значимой разницы мы не обнаружили. Пункты анкеты коррелировали друг с другом ($r = 0,65$; $p < 0,001$) объяснимым образом, что говорит о том, что респонденты были внимательны и заинтересованы при заполнении анкет. Еще одним доказательством высокой заинтересованности является то, что около 42% респондентов ответили на последний вопрос открытого типа, что позволило им высказать предложения по практике применения платы за торговое место или по содержанию анкеты.

3. Полученные результаты и их обсуждение

Результаты опроса представлены в табл. 5. Показана оценка каждого пункта для производителей и представителей розничной торговли. Если не указано иного, представленные оценки отличаются от тестового значения на уровне от 0,01 и менее²⁸. Результаты проверки значимости сравнивались с каждым соответствующим пунктом шкалы (см. сноски *б*, *в* и *д* в нижней части табл. 5); например, по шкале Лайкерта с крайними пунктами «полностью согласен/полностью не согласен» результаты тестов сравнивались со средним пунктом. В пятом столбце табл. 5 показано, являются ли статистически значимыми различия в масштабах и/или в характере ответов в выборах производителей и розничных торговцев.

Результаты, связанные с теорией эффективности

Подача сигналов и отбор. Полученные результаты свидетельствуют о том, что производители и розничные торговцы не считают, что плата за торговое место служит сигналом о новых продуктах и используется для их отбора. Как производители (1,49), так и розничные торговцы (2,02) не согласны (шкала из пяти пунктов от «полностью не согласен» до «полностью согласен») с тем, что «размер платы за торговое место является хорошим показателем возможного успеха нового продукта». Согласие говорило бы о том, что плата за торговое место служит информационным сигналом определенного рода. Производители (1,75) и розничные торговцы (2,49) также не согласны с тем, что «если производитель не может или не желает вносить плату за торговое место, то мнение розничного торговца, что данный продукт распространять слишком рискованно, вполне оправданно». Это говорит о том, что они не рассматривают плату за торговое место как механизм отбора новых продуктов.

Полученные результаты также не свидетельствуют о том, что плата за торговое место неосознанно используется как сигнал или средство отбора. Сообщения о росте числа успешных внедрений новых продуктов говорили бы о том, что подача сигналов и отбор происходят независимо от того, осознаются ли они или нет. Ответы на вопрос: «какое влияние оказала плата за торговое место на процент успешного внедрения новых продуктов?» в сред-

²⁸ С учетом большего числа тестов, было выбрано относительно консервативное значение p . Кроме того, сноска *е* в табл. 5 показывает те сравнения, которые не оказались статистически значимыми при использовании более консервативной процедуры корректировки p по Бонферрони.

нем весьма близки к «никакого» (средний пункт) у розничных торговцев (+0,10, $p = n.s.*$; шкала из пяти пунктов, от «сильное сокращение» до «сильное увеличение») до «небольшое сокращение» у производителей (-0,18).

Сведенные вместе, эти выводы, по-видимому, противоречат заявлениям о том, что эффективность является результатом использования платы за торговое место как сигнала о новых продуктах или средства для их отбора. Эти выводы отличаются от идей, выдвигаемых в существующей литературе некоторыми учеными, применяющими для изучения платы за торговое место теоретические модели, но в то же время совпадают с выводами других ученых. В работах У. Чу²⁹, а также М. Ларивьера и В. Падманабхана³⁰ представлены аналитические модели роли платы за торговое место как механизма передачи информации о новом продукте в различных ситуациях. М. Салливан, используя вторичные данные, приводит ряд эмпирических доказательств в пользу концепции сигналов. В отличие от этого наши выводы согласуются с эмпирическим исследованием реальных решений по признанию новых продуктов, проведенным В. Рао и Е. Маклафлином, которые не обнаружили значимого влияния платы за торговое место на решение признать или отвергнуть новый продукт³¹.

Участие в издержках. Полученные результаты также говорят о том, что, хотя производители и розничные торговцы рассматривают растущие издержки на новые продукты как фактор, способствующий введению платы за торговое место, они не считают, что ее следствием является справедливое разделение издержек. При реакции на утверждение «плата за торговое место обязана своим происхождением растущим издержкам торговли продуктами» согласно шкале от единицы («не является фактором») до пяти («важный фактор») средние оценки розничных торговцев составили 3,85, а производителей — 2,76. Наше предположение заключалось в том, что если респонденты видели альтернативу разделению издержек, то им прежде всего нужно было рассматривать растущие издержки как фактор, порождающий плату за торговое место.

В качестве основы для объяснения степени разделения издержек, которые могли бы иметь место, было рассмотрено отношение затрат на новый продукт к сумме, запрашиваемой в качестве платы за торговое место. Розничные торговцы согласились (3,43) с тем, что «сумма, запрашиваемая в качестве платы за торговое место, не покрывает затрат, которые несет розничный торговец при введении нового продукта», тогда как производители (1,73) были с этим не согласны. Таким образом, в то время как розничные торговцы считают, что платежи не полностью возмещают им издержки введения новых продуктов, производители считают, что это не так, и, возможно, преувеличивают такие издержки.

В целом выводы по производителям согласуются с исследованием Deloitte & Touche, где говорится, что суммы платы за торговое место превышают издержки по введению нового продукта и изъятию старого³². Однако в этом исследовании не рассматриваются альтернативные издержки, которые можно факторизировать при помощи респондентов из числа рознич-

* n.s. — *not significant* — не является статистически значимым. — *Прим. пер.*

²⁹ Chu W. Op. cit., Messinger P. R., Chu W. Op. cit.

³⁰ Lariviere M., Padmanabhan V. Op. cit.

³¹ Rao V., McLaughlin E. Modeling the Decision to Add New Products by Channel Intermediaries // Journal of Marketing, 1989. Vol. 53. January. P. 80—88.

³² Managing the Process of Introducing and Deleting Products in the Grocery and Drug Industry / Deloitte & Touche. Washington, DC: Grocery Manufacturers of America. 1990.

ных торговцев, участвовавших в нашем исследовании. Этим может отчасти объясняться разница во мнениях респондентов, представляющих розничных торговцев и производителей.

Перенесение риска. Полученные результаты говорят о том, что респонденты считают, будто плата за торговое место привела к некоторому смещению риска от розничных торговцев к производителям. Производители (3,56) согласны с тем, что «плата за торговое место просто переместила риск с розничных торговцев назад к производителям», в то время как розничные торговцы не высказали ни согласия, ни несогласия (3,17; $p = n.s.$). Что касается масштаба риска, то как производители (+0,82), так и розничные торговцы (+0,49) сообщают, что плата за торговое место повышает «риск внедрения новых продуктов для производителей». В отличие от этого производители (-0,57) заметили сокращение «риска, связанного с внедрением нового продукта, для розничных торговцев», о чем сами розничные торговцы не сообщали (-0/09, $p = n.s.$). Таким образом, несмотря на то что обе стороны видят изменения в риске внедрения нового продукта, производители сообщают, что этот риск переносится на них с розничных торговцев, тогда как розничные торговцы считают, что риск производителей возрастает, но не снижая соответствующим образом риска для них самих.

Некоторые ученые³³ предполагают, что это способствует перенесению риска провала нового продукта в сторону более информированного участника системы дистрибуции — производителя как источника инновации. Несмотря на то что полученные данные подтверждают идею, что плата за торговое место смещает такой риск в сторону производителей, в этих работах не исследуется допущение того, что производители лучше информированы о возможном успехе или о провале нового продукта, чем розничные торговцы.

Распределение торговых площадей. Респонденты расходятся во мнениях о влиянии платы за торговое место на распределение торговых площадей и ее связи с решениями о товарном ассортименте. Следуя логике, согласно которой торговая площадь является товаром, а плата за торговое место служит предлагаемой покупателем ценой арендного дохода от торговой площади, производители соглашались (3,72) с тем, что «плата за торговое место — это просто арендная плата за торговую площадь», но розничные торговцы (2,54) с этим не согласны. Сосредоточив внимание на решениях розничных торговцев касательно ассортимента товаров и на их отношении к плате за торговое место, производители (3,78) снова соглашались с тем, что «товарный ассортимент розничных торговцев часто основан на плате за торговое место», но розничные торговцы (2,50) с этим не согласны.

Неоднородность результатов не позволяет однозначно оценить утверждение о том, что плата помогает розничным торговцам отводить ограниченные торговые площади под наилучший вариант использования. Однако полученные результаты свидетельствуют о том, что производители согласны с основным предположением, а розничные торговцы, как правило, не согласны.

Пропорциональное распределение спроса и предложения. Два вопроса из нашей анкеты соответствуют точке зрения, что плата за торговое место способствует сбыту предлагаемых в избытке новых продуктов, если на них существует неадекватный спрос. В соответствии с логикой предположения, что плату за торговое место порождает избыточное предложение новых продуктов, первое место среди девяти факторов, названных розничными торговцами (4,17), и второе, по мнению производителей (3,80), занял пункт «рост

³³ Kelly K. Op. cit.; Sullivan M. W. Op. cit.; Toto D. Op. cit.

количества внедренных новых продуктов» (шкала из пяти пунктов от «не является фактором» до «важный фактор»). Среди тех же девяти факторов производители (2,75) и розничные торговцы (3,23) выбрали «меньшее количество действительно новых продуктов» как фактор, оказывающий небольшое влияние на использование платы за торговое место (на восьмом месте у производителей и на шестом — у розничных торговцев).

Таким образом, полученные результаты служат аргументом в пользу идеи пропорционального распределения, выдвинутой М. Салливан³⁴. Они показывают, что плата за торговое место способствует сбыту предлагаемых в избытке продуктов, которым не хватает подлинных инновационных характеристик. Одним из возможных объяснений различной оценки каждой группой опрашиваемых влияния предложения и спроса может послужить специфика получения ими информации. С учетом своей будущей роли менеджеры организаций розничной торговли могут активнее реагировать на влияние предложения (а не спроса) на использование платы за торговое место.

Содействие снижению розничной цены. И наконец, вопреки мнению, что плата за торговое место позволяет розничным торговцам осуществлять более агрессивную конкуренцию путем отдельного назначения цены на продукт и на торговые площади, полученные нами результаты говорят о том, что она способствует повышению розничных цен. По мнению и производителей (+0,58), и розничных торговцев (+0,25), плата за торговое место привела к «повышению цен, запрашиваемых розничной торговлей».

Эти выводы противоречат выводам Салливан, чей анализ вторичных данных показывает, что в течение периода, когда плата за торговое место была введена и получила распространение, розничные цены не выросли по сравнению с другими ценами. Салливан постулирует, что благодаря внесению платы за торговое место авансом производители устанавливают отдельную цену на торговые площади и на новый продукт, в результате чего конкуренция становится более агрессивной. Несмотря на то что в своем исследовании мы не подвергли непосредственной проверке логику рассуждений Салливан, полученные нами результаты не подтверждают справедливости ее выводов³⁵. Одна из идей заключается в том, что даже если производители вносят плату за торговое место авансом, они учитывают эти издержки при калькуляции цен, запрашиваемых с потребителя (то есть они не назначают отдельной цены на торговую площадь и на новый продукт).

Результаты, связанные с теорией рыночной власти

Применение рыночной власти со стороны розничных торговцев. Несмотря на то что природа рыночной власти и влияния розничной торговли остается предметом дискуссии³⁶, результаты исследования, как правило, подтверждают точку зрения, что (1) усиление влияния розничных торговцев связано с платой за торговое место, (2) эта плата имеет отношение к изменению относительной влияния производителей и розничных торговцев и (3) более

³⁴ Sullivan M. Slotting Allowances and the Market for New Products // Journal of Law & Economics. 1997. Vol. 40. No 2. P. 461—493.

³⁵ Ibid.

³⁶ Подробнее см. работы Farris P. W., Ailawadi K. L. Retailer Power: Monster or Mouse // Journal of Retailing. 1992. Vol. 68. No 4. P. 351—369; Kim S. Y., Staelin R. Retail Power: Is It an Illusion? An Analytic Modeling Approach (working paper) / Fuqua School of Business, Duke University. 1996; Messinger P. R., Narasimhan C. Has Power Shifted in the Grocery Channel? // Marketing Science. 1995. Vol. 14. No 2. P. 189—223.

крупные и, без сомнения, более влиятельные розничные торговцы с большей вероятностью потребуют платы за торговое место и извлекут из нее выгоду.

Принимая во внимание связь между влиянием розничных торговцев и платы за торговое место, из девяти факторов, имеющих к ней отношение, производители (4,11) выбрали первый — «усиление влияния розничных торговцев». Розничные торговцы (3,37) согласились с тем, что этот фактор имеет важное значение, но поставили его на более низкое (пятое) место. Однако и производители (4,35), и розничные торговцы (3,81) согласились с тем, что «по сравнению с ситуацией пятилетней давности... вероятность того, что розничные торговцы потребуют плату за торговое место, значительно возросла». Таким образом, несмотря на то что производители и розничные торговцы придерживаются разных взглядов на относительную роль платы за торговое место в усилении влияния розничных торговцев, и те и другие согласны с тем, что это влияние является важным фактором и что розничные торговцы с гораздо большей степенью вероятности потребуют внести эту плату, чем это было пять лет назад.

В попытках понять природу влияния, которое, как нам мыслилось, усилилось благодаря плате за торговое место, мы стремились узнать мнения относительно ее влияния на принятие решений в области мерчендайзинга. Полученные результаты говорят о том, что производители (+0,94) и розничные торговцы (+0,59) соглашались с тем, что в результате взимания платы за торговое место «влияние розничных торговцев на принятие решений в области мерчендайзинга продуктов» усилилось. Что касается воздействия платы за торговое место на «влияние производителей на процесс принятия решений в области мерчендайзинга продуктов», связанное с соглашениями типа «услуга за услугу», то розничные торговцы (+0,43) отметили слабый рост, но производители не разделили их мнения (+0,02; $p = n.s.$).

Если рыночная власть важна для применения платы за торговое место, то одна из идей заключается в том, что более крупные розничные торговцы с большей степенью вероятности потребуют ее выплаты и извлекут больше выгоды из ее использования. Производители (4,08) и розничные торговцы (4,19) согласны с тем, что «крупные розничные торговцы с большей степенью вероятности потребуют внесения платы за торговое место, чем мелкие», а представители мелких организаций розничной торговли выразили еще более явное согласие с этим, чем их крупные конкуренты (4,56 против 3,44). Когда их спросили, в какой степени эта плата играет роль в формировании «уровня прибыли крупных розничных торговцев» и «уровня прибыли мелких розничных торговцев», производители (+2,12 и +0,32) и представители розничной торговли (+0,69 и +0,18) отметили, что прибыль несколько повысилась в обоих случаях, но что у крупных торговцев она выросла сильнее. Поскольку крупные и мелкие розничные торговцы могут быть лучше осведомлены о своих собственных обстоятельствах, обращает на себя внимание тот факт, что, хотя крупные торговцы и соглашались с тем, что крупные фирмы получают больше прибыли, их согласие не столь однозначное, как в целом по выборке розничных торговцев (+0,42 против +0,69). Суждения мелких розничных торговцев о своих собственных прибылях не отличаются от значений выборки в целом.

В совокупности эти результаты говорят о том, что производители и розничные торговцы в целом согласны с тем, что применение рыночной власти служит важным объяснением использования платы за торговое место. Ряд авторов выдвинули идею, что плата за торговое место обусловлена усилением рыночной власти розничных торговцев, хотя результаты, полученные

М. Салливан, и отдельные выводы Д. Тото не подтверждают справедливости этой точки зрения³⁷. Чтобы примирить эти противоречивые мнения, возможно, необходимы новые исследования и анализ.

Отношения в системе дистрибуции. Производители и розничные торговцы расходятся во взглядах на то, как влияет плата за торговое место на кооперацию, обмен информацией, поддержку и принятие решение в системе дистрибуции. Производители (3,89) согласны с тем, что «плата за торговое место нанесла ущерб кооперации между производителем и розничным торговцем», тогда как розничные торговцы (2,42) с этим не согласны. Что касается обмена информацией, то производители (3,03, $p = n.s.$) заняли нейтральную позицию, в то время как розничные торговцы (2,08) выразили несогласие с точкой зрения, что «плата за торговое место сократила потоки информации между производителями и розничными торговцами». По поводу утверждения, что плата за торговое место вызвала сокращение маркетинговой поддержки и деятельности по потребителскому маркетингу среди производителей, поскольку ресурсы пошли на внесение этой платы, производители отметили слабое сокращение (-0,26), а розничные торговцы — слабое повышение (+0,21) «объема маркетинговой поддержки, предлагаемой производителями». Наконец, производители (3,87) выразили согласие с тем, что «плата за торговое место вызвала сокращение маркетинговой деятельности, ориентированной на потребителя», но розничные торговцы (2,50) с этим не согласились. Полученные результаты привели к неоднозначным выводам, но указали на то, что мнения производителей согласуются с результатами наблюдений некоторых исследователей отрасли³⁸, а мнения розничных торговцев — нет.

Дискриминация. Полученные результаты служат определенным аргументом в пользу предположений, что (1) не все производители вносят плату за торговое место в одинаковом размере, (2) некоторые из них способны выторговать более низкую плату и (3) плата за торговое место порождает различия в прибылях между крупными и мелкими производителями, что, возможно, отражает дискриминацию. Что касается разного размера платы за торговое место, то производители (1,47) и розничные торговцы (1,69) полностью не согласны с тем, что «все производители платят за торговое место одинаковую сумму в расчете на единицу складских запасов одного магазина». В отношении договорного характера этой платы розничные торговцы (3,25) согласны, но лишь отчасти, с тем, что «производители часто способны выторговать более низкую плату за торговое место», в то время как производители заняли по этому вопросу нейтральную позицию (3,22; $p = n.s.$). Производители (3,22) и розничные торговцы (3,40) также согласились с тем, что по сравнению с ситуацией пятилетней давности в настоящее время «более вероятно, что плата за торговое место носит договорной характер». Наконец, оценивая различия в воздействии на прибыль разных по величине выплат со стороны производителей, как производители (-1,12), так и розничные торговцы (-0,54) считают, что плата за торговое место приводит к «сокращению уровня прибыли мелких производителей». Однако в оценке того, каким образом она повлияла на уровень прибыли крупных производителей, мнения производителей (-0,23) и розничных торговцев (+0,15) разошлись; производители заявили о слабом

³⁷ *Toto D.* Slotting Allowances and Competition in the Food Industry: Paying the Price for Non-Price Competition. Working paper, Department of Economics Graduate School, Penn State University. 1990.

³⁸ *Dagnoli J., Freeman L.* Op. cit.; *Lucas A.* Op. cit.

сокращении, а розничные торговцы — о слабом увеличении. Крупные производители, попавшие в данную выборку, были еще в большей степени, чем мелкие ($-0,40$ против $-0,2$), убеждены в том, что из-за платы за торговое место уровень прибыли крупных фирм снизился.

Наши выводы противоречат гипотезам, выдвинутым Салливан и Тото. Полученные нами результаты говорят о том, что в целом менеджеры считают, что внесение и получение платы за торговое место зависит от размера участвующих в сделке сторон. В отношении дифференциации платежей менеджеры полагают, что прибыли мелких производителей подверглись более сильному негативному влиянию, чем прибыли их более крупных конкурентов. Один из результатов заключается в том, что производители вносят разные суммы платы за торговое место и что это по-разному воздействует на прибыли крупных и мелких производителей. Несмотря на то что подобных результатов можно было бы ожидать, если бы мелкие производители были вынуждены платить за торговое место пропорционально больше, чем их более крупные конкуренты, утверждать в соответствии с этой логикой (с учетом сложности соответствующих законов), что происходит незаконная дискриминация, вряд ли возможно. Необходимы дальнейшие исследования, в центре внимания которых должны находиться условия, когда это происходит, а также то, имеет ли при этом место ценовая дискриминация.

Конкурентное лишение доступа. Производители и розничные торговцы расходятся во мнениях по поводу того, используется ли плата за торговое место как конкурентная стратегия более богатых ресурсами конкурентов с целью лишения соперников доступа к торговым площадям. По поводу роли платы за торговое место как механизма лишения доступа производители согласились (3,85), а розничные торговцы (2,80) выразили несогласие с тем, что «в результате использования платы за торговое место производители стали искать альтернативные каналы сбыта своих продуктов». Производители (3,34) также согласились, а розничные торговцы (2,19) — не согласились с тем, что «плата за торговое место заставила производителей покинуть нашу отрасль». Наконец, производители (4,09) согласились, а розничные торговцы (2,28) выразили несогласие с тем, что «плата за торговое место препятствует попаданию на рынок качественных продуктов». Совершенно очевидно, что производители и розничные торговцы абсолютно по-разному смотрят на использование платы за торговое место как конкурентной стратегии.

Что касается промежуточных выводов относительно стратегии лишения доступа, то производители и розничные торговцы, как правило, придерживались более последовательных взглядов. Производители ($-1,19$ и $-0,45$) заявляют о сокращении «числа случаев» и «инновационности при внедрении новых продуктов мелкими производителями» как о результате использования платы за торговое место, тогда как розничные торговцы говорят о сокращении «числа случаев» ($-0,57$), но не о инновационности ($-0,10$; $p = n.s.$). Однако как производители (0,25 и 0,32), так и розничные торговцы (0,39 и 0,41) сообщают об увеличении «числа случаев» и «инновационности» внедрения новых продуктов крупными производителями, вызванном взиманием платы за торговое место³⁹.

³⁹ Различия, о которых здесь говорится, отмечались представителями фирм-производителей и розничных торговцев разных размеров. В полученных результатах не обнаружилось статистически значимых ($p < 0,01$) различий между респондентами, которые были классифицированы производителями и розничными торговцами как «одна из крупнейших фирм в отрасли», «средняя фирма» и «мелкая фирма».

В целом, результаты не дают однозначного подтверждения последствий, предполагаемых стратегией конкурентного ограничения доступа⁴⁰. В соответствии с прогнозами данной теории производители и розничные торговцы говорили о сокращении числа случаев внедрения продуктов и об их инновационности, а также о снижении прибылей мелких производителей в результате использования платы за торговое место. В противовес этому, в то время как производители утверждали, что поиск альтернативных каналов дистрибуции также был результатом взимания платы за торговое место, розничные торговцы не разделяли этой точки зрения. В силу того что на полученные результаты могут также влиять другие факторы, необходимы дальнейшие исследования, чтобы обеспечить более глубокое понимание роли платы за торговое место как стратегии конкурентного лишения доступа.

Содействие повышению розничной цены. И наконец, в соответствии с точкой зрения, что плата за торговое место ослабляет агрессивную конкуренцию в розничной торговле и ведет к повышению цен⁴¹, как производители (+0,58), так и розничные торговцы (+0,25) заявили, что эта плата способствовала росту «цен, запрашиваемых розничными торговцами» (как сообщалось ранее). Полученные результаты в целом подтвердили справедливость утверждения теории рыночной власти, что плата за торговое место ведет к повышению розничных цен, которое противоречит заявлению теории эффективности о том, что она способствует их снижению.

Итоговый обзор и обсуждение выводов обоих теоретических направлений

На рисунке представлен итоговый обзор эмпирических данных по обоим теоретическим направлениям, наглядно показывающий, с какими теоремами вероятности, как правило, согласны или не согласны производители и розничные торговцы. Матрица, состоящая из четырех сегментов, дает расширенное представление об исследовании и о его выводах относительно платы за торговое место. Используя рисунок как основу для систематизации, мы рассмотрим содержание каждого сегмента и выдвинем предположения

| | | <i>Производители</i> | | | |
|--------------------|-------------|---|--|---|------------------------|
| | | Согласны | | Не согласны | |
| Розничные торговцы | Согласны | Эффективность <ul style="list-style-type: none"> • Перенесение риска • Пропорциональное распределение спроса и предложения | Рыночная власть <ul style="list-style-type: none"> • Применение рыночной власти • Дискриминация • Содействие повышению розничных цен | Эффективность <ul style="list-style-type: none"> • Участие в издержках | Рыночная власть |
| | Не согласны | Эффективность <ul style="list-style-type: none"> • Распределение торговых площадей | Рыночная власть <ul style="list-style-type: none"> • Отношения в системе распределения • Конкурентное ограничение доступа | Эффективность <ul style="list-style-type: none"> • Подача сигналов/отбор • Содействие снижению розничных цен | Рыночная власть |

Рис. Обзор полученных результатов

⁴⁰ MacAvoy C. Antitrust Treatment of Slotting Allowances. Paper presented at ABA Section of Antitrust Law, 45th Annual Spring Meeting, Washington, DC, 1997. April 9–11.

⁴¹ Shaffer G. Op. cit.

о причинах наблюдавшегося нами согласия либо несогласия респондентов из числа производителей или розничных торговцев. Мы проанализируем как реально существующие, так и методологические объяснения.

Нижний правый сегмент рисунка показывает, что как производители, так и розничные торговцы большей частью не согласны с теоремами, что плата за торговое место служит средством подачи сигналов и отбора новых продуктов или что ее применение способствует снижению розничных цен. Подробное рассмотрение предположений и логического обоснования этих теорем позволяет предложить несколько возможных объяснений. Теорема о подаче сигналов и отборе предполагает, что производитель имеет больше информации о возможном успехе или о провале нового продукта. Однако некоторые факторы говорят о том, что так бывает не всегда. С теоретической точки зрения, современная концепция сбытовых каналов предполагает, что производители и розничные торговцы делят между собой как усилия по созданию, так и успех нового продукта. В настоящее время такая точка зрения привлекает все больше внимания благодаря усилиям по реализации маркетинга отношений и других инициатив по кооперации в области дистрибуции (например, ECR). Эти и другие действия говорят о стремлении к обеспечению информационной симметрии в каналах дистрибуции. С практической точки зрения, недавние достижения в области сканирования данных обеспечили розничным торговцам доступ к ранее недоступной информации о поведении потребителей. Розничные торговцы часто приводят доводы в пользу более активной поддержки торговли со стороны производителей исходя из того, что благодаря этой информации розничная торговля лучше осведомлена о своих клиентах и потому может продавать продукты успешнее, чем производитель. Одно из наблюдений состоит в том, что плата за торговое место появилась в тот период, когда распределение в рыночных каналах информации, имеющей отношение к вероятному успеху новых продуктов, изменилось и стало более симметричным.

Еще одна недоказанная теорема гласит, что плата за торговое место содействует снижению розничных цен путем отдельного назначения цены товара и цены торговых площадей. Эта точка зрения тоже может опираться на спорное допущение. Данная теорема предполагает, что плата, получаемая розничным торговцем, будет включена в цену продукта, за который она вносится. Комментарии к нашей анкете показывают, что основным источником неудовлетворенности производителей служит то, что розничные торговцы не используют платежи для поддержки продуктов, за которые они вносятся. Поскольку прибыль розничных торговцев с момента введения платы за торговое место не выросла⁴², возможно, что эти новые доходы розничных торговцев достаются потребителям за счет установления более агрессивных цен на другие продукты. Таким образом, две теоремы, не получившие подтверждений со стороны производителей и розничных торговцев, могут допускать такие условия, которые не отражают текущей практики в данном канале дистрибуции.

Нижний левый и правый верхний сегменты рисунка содержат теоремы, с которыми в целом согласны представители одной из групп респондентов, но не согласны представители другой. Различия во мнениях, представленных в этих сегментах, могут отражать основное противоречие между производителями как плательщиками и розничными торговцами как получателями платы за торговое место. Письменные комментарии респондентов говорят о том, что

⁴² Farris P. W., Ailawadi K. L. Op. cit.

субъекты по-прежнему реагируют весьма эмоционально и «справедливость» в отношении практики зависит от того, является ли респондент производителем, вносящим плату, или розничным торговцем, ее собирающим.

Еще одним возможным объяснением полученных данных является разница в положении, занимаемом двумя типами респондентов в каналах дистрибуции. Например, можно ожидать, что розничные торговцы (в отличие от производителей) лучше понимают, в точности ли суммы платы за торговое место отражают издержки размещения на их торговых площадях новых продуктов (участие в издержках). Возможно, розничные торговцы лучше осведомлены о влиянии платы за торговое место на принимаемые ими решения о выделении торговых площадей под конкретные новые продукты. Напротив, производители, по-видимому, лучше знают то, изучают ли они и ищут ли альтернативные каналы дистрибуции для своих новых продуктов в результате использования платы за торговое место (конкурентное лишение доступа). Каждый из них, по-видимому, находится в уникальном положении, чтобы судить о воздействии платы за торговое место на отношения в рамках каналов дистрибуции, и их суждения зависят от того, являются ли они плательщиками или получателями платы за торговое место.

Еще одно возможное объяснение недостатка единогласия, показанного в этих сегментах рисунка, — это личная заинтересованность части респондентов. Менеджеры могут считать, что они способны оказать влияние на других субъектов ради обеспечения собственных интересов, давая ответы, помогающие сформировать такие результаты опроса, которые подтверждают определенную точку зрения. Например, розничные торговцы могли пожелать, чтобы результаты показывали, что плата за торговое место неспособна покрыть затраты на внедрение новых продуктов, в надежде, что у них появится возможность повысить эту плату.

Верхний левый сегмент рисунка показывает, что производители и розничные торговцы выразили согласие в отношении логики двух теорем теории эффективности (смещение риска и пропорциональное распределение спроса и предложения) и трех теорем, выдвигаемых теорией рыночной власти (применение рыночной власти, дискриминация, содействие повышению розничных цен). С учетом этого данные пять теорем, по-видимому, представляются менеджерам самыми разумными. В отличие от тех теорем, с которыми обе группы выразили несогласие, эти пять теорем могут адекватно отражать действительное мнение менеджеров. Кроме того, каждая из теорем может отражать явления, легко наблюдаемые представителями обеих групп. Например, способность наблюдать смещение риска, пропорциональное распределение торговых площадей, применение рыночной власти, дискриминацию и повышение розничных цен может в меньшей степени зависеть от относительного положения производителя или розничного торговца в системе дистрибуции.

4. Заключительные выводы

В целом результаты исследования показывают, что менеджеры, представляющие производителей и розничных торговцев, действующих на рынке продовольственных товаров, согласны с некоторыми теоремами вероятности, лежащими в основе и теории эффективности, и теории рыночной власти. Менеджеры дружно не соглашаются с идеями, противоположными данным теоремам. Хотя в работах и в дискуссиях относительно платы за торговое

место, как правило, предполагается, что розничные торговцы будут поддерживать теоремы теории эффективности, а производители — теоремы теории рыночной власти, обнаружилось, что обе группы респондентов соглашались с теоремами каждого из этих теоретических направлений. Однако данные результаты не следует интерпретировать как подтверждение или отрицание справедливости каждой из этих теорем. Скорее поисковый характер нашей работы требует, чтобы они рассматривались как побуждающие к дальнейшим исследованиям и задающие их значимые направления. Несмотря на то что достоинством поискового исследования является его способность обозначить приоритетные направления будущих работ, прежде чем можно будет делать окончательные выводы в отношении платы за торговое место, необходимо провести более глубокое исследование.

Общее согласие менеджеров с теоремами теорий эффективности и рыночной власти говорит о том, что плату за торговое место можно глубже понять, комбинируя теоремы обоих теоретических направлений. И действительно, всестороннее объяснение этой платы может потребовать объединения этих двух направлений. Однако приведение в соответствие несовпадающих точек зрения теории эффективности и теории рыночной власти может потребовать чего-то большего, чем простое объединение их теорем. Одним из возможных путей является ситуационный подход. Например, могут существовать характеристики определенного продуктового рынка, которые сформулированы одним из теоретических направлений, и его теоремы могут оказаться в данном случае более правомерными. На высококонкурентных рынках могут оказаться более правомерными теоремы, лежащие в основе теории эффективности. В отличие от этого на рынках с более слабой конкуренцией могут обладать большей силой теория рыночной власти и ее теоремы. В текущих исследованиях этим возможностям не уделялось должного внимания.

Несмотря на то что менеджеры, как правило, выражают общее согласие с отдельными теоремами, остается немало проблем. Например, хотя полученные результаты говорят о взаимосвязи рыночной власти розничных торговцев и платы за торговое место, продолжаются дебаты вокруг проблемы усиления рыночной власти розничных торговцев, характера этой власти и ее применения посредством платы за торговое место. Каждый из этих вопросов требует дальнейшего изучения. Проведенное исследование также говорит о том, что практика взимания платы за торговое место может привести к дискриминации. Однако вопрос о том, сопровождается ли такая практика нарушением законов против ценовой дискриминации, остается открытым. Особый интерес представляют однозначные результаты исследования, касающиеся прямого воздействия платы за торговое место на розничные цены, в силу потенциальных возможностей их применения. Следует найти более глубокое объяснение этой взаимосвязи. Наконец, несмотря на то что полученные результаты говорят о том, что определенная доля риска, связанного с внедрением новых продуктов, перекладывается с розничных торговцев на производителей, реальное влияние этого риска на эффективность еще не рассматривалось, и это вопрос для дальнейшего изучения.

В настоящей работе мы систематизировали различные выдвинутые в литературе теоремы вероятности с целью объяснения платы за торговое место, а затем попытались отследить идеи и мнения практикующих менеджеров. Чтобы лучше понять эти объяснения, в маркетинге, как и в других научных дисциплинах (например, в экономике и праве), для объяснения феномена интереса широко используются конкурирующие между собой теоремы

вероятности. Чтобы обеспечить более глубокое понимание этого вопроса исследователями, данные теоремы обычно изучаются по отдельности, при помощи аналитической или эмпирической методологии. В этом направлении преимущественно велись прежние исследования платы за торговое место. Особый вклад в текущие исследования вносят систематизация и эмпирическая проверка всего разнообразия теорем вероятности, дающих объяснение платы за торговое место. Достоинства двух теорий, объясняющих плату за торговое место, являются предметом серьезных дискуссий. Наш подход углубляет понимание этих теоретических направлений и создает основу для сравнительной оценки их достоинств в рамках будущих исследований. Аналогичный подход можно успешно применить в другом контексте, когда существуют конкурирующие взгляды и теории.

Несмотря на то что полученные результаты и методологический подход к исследованию углубляют понимание платы за торговое место и помогают прояснить связанные с ней спорные вопросы, мы признаем существование ряда ограничений. В частности, использование для проверки каждой теоремы оценок, включающих несколько пунктов, несмотря на тщательную разработку с учетом целей исследования, ограничивает возможности проверки на все виды валидности и достоверности. Дальнейшие исследования, преследующие цель углубления проверки каждой теоремы, должны предусмотреть разработку более строгих оценок. Кроме того, несмотря на то, что анонимный опрос был ориентирован на хорошо информированных представителей отрасли с низким смещением в случае неответов, по различным причинам представления менеджеров и их мнения относительно платы за торговое место могут отражать реальность в искаженном виде. Респонденты могли обладать ограниченными знаниями и информацией, или их представления могли исказиться под воздействием эгоистических интересов. Вполне возможно, что некоторые действия и мотивы, связанные с платой за торговое место, носят неосознанный характер и не могут быть обнаружены путем исследования, подобного тому, что мы проводили. Принимая во внимание эти и другие возможные ограничения, мы призываем к проведению дополнительных исследований платы за торговое место, которые позволят объяснить ее природу и последствия для функционирования рынка.

Маркетинг в системе управления каналами дистрибьюции

Плата за торговое место быстро стала важным аспектом отношений между производителями и розничными торговцами на рынке продовольственных товаров. Несмотря на то что результаты нашего исследования говорят о том, что эта плата служит источником существующего между ними конфликта, одновременно они позволяют наметить возможный путь разрешения данного конфликта. Предшествовавшие исследованию интервью и письменные комментарии респондентов подтверждают точность содержащихся в литературе и торговой прессе наблюдений, свидетельствующих о том, что практика взимания платы за торговое место носит противоречивый характер. Конфликт по поводу этой платы угрожает способности производителей и розничных торговцев осознать выгоды от повышения степени координации в каналах дистрибьюции, которого пытаются добиться путем совместных действий, подобных современной инициативе ECR. Целью ECR является повышение эффективности решений в области товарного ассортимента, запасов, рекламы и внедрения новых продуктов путем усиления

кооперации в пределах канала дистрибьюции⁴³. Согласно оценкам полномасштабное применение ECR на рынке продовольственных товаров может привести к экономии в размере свыше 40 млрд долл. Было обнаружено, что применение подобных инициатив в других отраслях требует усиления кооперации в пределах канала поставок.

Несмотря на то что ввиду конфликта по поводу платы за торговое место кооперация может быть затруднена, существует альтернативная возможность для достижения согласия. Сравнительно высокая степень консенсуса среди производителей и розничных торговцев относительно различных теорем, лежащих в основе каждого теоретического направления, повышает вероятность того, что общие мнения могут послужить опорой для совместных действий. Хотя и обнаружилось, что по некоторым вопросам между производителями и розничными торговцами существуют разногласия, ответом на это может послужить совместное спонсирование исследований и/или участие в разрешении конфликта. Например, совместное спонсирование исследований, охватывающих достижения в области калькуляции затрат (таких как учет затрат по видам деятельности), может способствовать детализации подлинных затрат на внедрение новых продуктов⁴⁴, что поможет производителям и розничным торговцам выработать общие взгляды на подобные затраты. Более близкие взгляды на основные затраты могут облегчить сторонам выработку совместных инициатив по совершенствованию управления такими затратами. Кроме того, конфликт можно разрешить путем совместного спонсирования исследований влияния платы за торговое место на (1) отношения между производителем и розничным торговцем; (2) ассортимент розничной торговли; (3) выделение финансовых средств производителя на цели маркетинга; (4) решения производителя в области сбыта продукции и (5) возможности попадания товаров на рынок — те области, где, согласно нашему исследованию, существуют некоторые разногласия. Взаимодействие по данным вопросам могло бы дать каждой стороне возможность лучше понять взгляды другой стороны.

Меры государственной политики

Плата за торговое место стала также важной проблемой для политиков, которые попытались отрегулировать ее влияние на конкуренцию. Подтверждение справедливости выводов каждого из теоретических направлений говорит о том, что плата за торговое место может как стимулировать конкуренцию путем повышения эффективности дистрибьюции, так и угрожать ей за счет усиления рыночной власти. Федеральные органы и органы отдельных штатов, а также суды сталкиваются с серьезными проблемами в понимании и уравнивании этих конкурирующих выводов. Хотя результаты некоторых текущих исследований можно интерпретировать как доводы в пользу ограничения платы за торговое место со стороны органов государственной политики, эти результаты не следует трактовать как доказательство несостоятельности рынка или нарушения закона. Скорее, наше исследование следует рассматривать как источник полезной информации для выработки новой государственной политики.

⁴³ Efficient Consumer Response: Enhancing Consumer Value in the Grocery Industry / Kurt Salmon Associates, Inc. Washington, DC: Food Marketing Institute, 1993.

⁴⁴ См. Managing the Process of Introducing and Deleting Products in the Grocery and Drug Industry / Deloitte & Touche. Washington, DC: Grocery Manufacturers of America, 1990.

Вклад ученых в исследование платы за торговое место

| <i>Юридический анализ</i> | |
|--|--|
| MacAvoy C. Antitrust Treatment of Slotting Allowances. Paper presented at ABA Section of Antitrust Law, 45th Annual Spring Meeting, Washington, DC, 1997, April 9—11 | Ряд антитрестовских обоснований действий, потенциально применимых в отношении льгот по плате за торговое место: теория преступного сговора, монополизация и первичный бойкот, дискриминирующая цена и соглашения об уступках, требования государственного права |
| Aalberts R., Judd L. Slotting in the Retail Grocery Business: Does It Violate the Public Policy Goal of Protecting Businesses Against Price Discrimination? // Depaul Law Review, 1991. Vol 40. P. 397—416 | Отдельные положения (2d и 2f) Акта Робинсона—Пэтмена, направленного против незаконной рекламы и ценовой дискриминации, можно применить в отношении платы за торговое место |
| Cannon J., Bloom P. Are Slotting Allowances Legal Under Antitrust Laws? // Journal of Public Policy & Marketing. 1991. Vol. 10. No 1. P. 167—186 | Льготы по плате за торговое место могут нарушать требования Акта Робинсона—Пэтмена, раздел 2(d) |
| <i>Анализ государственной политики</i> | |
| Gundlach G., Bloom Paul N. Slotting Allowances and the Retail Sale of Alcohol Beverages // Journal of Public Policy & Marketing, 1998. Vol. 17. No 2. P. 173—184 | Множество различий в регулятивной среде, отраслевой структуре, практике ведения маркетинга и поведении потребителей между рынком алкогольной продукции и более широким рынком продовольственных товаров требует отдельной трактовки и рационализации государственной политики в отношении льгот по плате за торговое место, проводимой Бюро по контролю за соблюдением законов об алкогольных напитках, табачных изделиях, огнестрельном оружии и взрывчатых веществах и другими государственными органами |
| Kelly K. The Antitrust Analysis of Grocery Slotting Allowances: The Procompetitive Case // Journal of Public Policy & Marketing. 1991. Vol. 10. No 1. P. 187—198 | Появление платы за торговое место может быть естественной реакцией рынка на активизацию продуктовых инноваций, а не результатом усиления рыночной власти на уровне розничных торговцев или производителей. Факты свидетельствуют о том, что по крайней мере отчасти повышение платы за торговое место является следствием активизации инноваций, а не ограничения выпуска продукции |
| Toto D. Slotting Allowances and Competition in the Food Industry: Paying the Price for Non-Price Competition. Working paper. Department of Economics Graduate School, Penn State University. 1990 | Плата за торговое место повышает информационную емкость рынка путем адекватного стимулирования двустороннего сотрудничества его участников. Согласно гипотезе рыночной власти покупателя плата за торговые площади будет взиматься применительно ко всем видам продукции, но публикации в торговой прессе не содержат должного количества фактов, подтверждающих эту теорию. То, что льготы по плате за торговое место получают и крупные и мелкие, а также и новые, и старые фирмы, делает аргумент в пользу ограничения входа на рынок наименее правдоподобным. Избыток выпуска новых продуктов на все более олигополистическом рынке технологий производства пищевых продуктов повысил спрос на торговые площади на уровне, на котором для сокращения возникшего дефицита могут потребоваться льготы по плате за торговое место |

| <i>Аналитическое моделирование</i> | |
|--|--|
| Lariviere M., Padmanabhan V. Slotting Allowances and New Product Introductions // Marketing Science, 1997. Vol. 16. No 2. P. 112—128 | Льготы по плате за торговое место служат двум целям выпуска товаров на рынок: обеспечивают информацией розничных торговцев и перекладывают затраты на производителя |
| Sullivan M. Slotting Allowances and the Market for New Products // Journal of Law & Economics, 1997. Vol. 40. No 2. P. 461—493 | Льготы по плате за торговое место служат механизмом разделения риска и могут сигнализировать о спросе на новый продукт. Введение платы за торговое место сопровождалось увеличением (1) предложения новых продуктов; (2) количества новых продуктов, на которые предъявляла спрос розничная торговля, и (3) общего количества продуктов, запасаемых в расчете на одного розничного торговца. Введение платы за торговое место сопровождалось увеличением (1) объема продаж розничной торговли; (2) цен производителя или (3) розничных цен и прибылей розничной торговли |
| Messinger P., Chu W. Product Proliferation and the Determination of Slotting and Renewal Allowances // Seoul Journal of Business, 1995. Vol. 1. No 1. P. 93—115 | Внося плату за торговое место, производители сигнализируют о потенциальной прибыльности своих новых продуктов. Распространение продукта ведет к увеличению числа случаев льготной платы за торговое место |
| Desiraju R. New Product Introductions: Slotting Allowances and Retailer Discretion. Working paper. Department of Business Administration, University of Delaware, 1994 | Что касается установления льгот по плате за торговое место, метод «бренд за брендом» позволяет розничному торговцу получить более высокие скидки, тогда как унифицированный метод позволяет ему добиваться успеха при внедрении любого подходящего нового продукта |
| Chu W. Demand Signaling and Screening in Channels of Distribution // Marketing Science, 1992. Vol. 11. No 4. P. 327—347 | Розничные торговцы могут использовать льготы по плате за торговое место, чтобы осуществлять отбор между производителями, спрос на продукцию которых является высоким или низким, поскольку только производителям дано обеспечивать достаточный спрос для покрытия изначальных постоянных издержек, связанных с предоставленным им скидкам по плате за торговое место |
| Rao V., McLaughlin E. Modeling the Decision to Add New Products by Channel Intermediaries // Journal of Marketing, 1989. Vol. 53. January. P. 80—88 | Эмпирическая модель факторов, влияющих на решения по признанию нового продукта покупателями продовольственных товаров, позволяет обнаружить, что плата за торговое место не имеет отношения к подобным решениям. Когда эффективность рекламы достаточно низкая, отбор при помощи льготной платы за торговое место обеспечивает более высокие прибыли каналу распределения в целом и более высокое общественное благосостояние, чем это делает подача сигналов при помощи рекламы и оптовой цены |
| Shaffer G. Slotting Allowances and Retail Price Maintenance: A Comparison of Facilitating Practices // RAND Journal of Economics, 1991. Vol. 22. No 1. P. 120—135 | Льготная плата за торговое место может оказывать негативное влияние на конкуренцию, повышая розничные цены и прибыли розничной торговли |

АНАЛИЗ ПЛАТЫ ЗА ТОРГОВОЕ МЕСТО НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ: КОНКУРЕНТНЫЙ ПОДХОД*

Кеннет КЕЛЛИ

экономист Бюро по экономическим
вопросам Федеральной комиссии
по торговле

Окочовца • Полтка

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • ΠΟΛΙΤΙΚΑ

Одна из дискуссионных проблем, возникших в последние годы в торговле, — появление платы/скидки (*slotting allowances* and *slotting fees*) за торговое место. Острая полемика по этой проблеме не только вышла за рамки специальной прессы и превратилась в одну из ведущих тем газетных статей, но и стала гвоздем программы «*Today Show*» компании *NBC*.

Плата за торговое место выплачивается производителем розничному торговцу¹ при выведении товара на рынок и предназначена для того, чтобы компенсировать ему его первоначальные расходы, сопровождающие включение этого товара-новинки в его товарные запасы. Критики платы за торговое место, в частности производители продовольственных товаров, утверждают, что она препятствует свободной конкуренции и что ее использование может быть нарушением антитрестовского законодательства.

Дж. Кэннон и П. Блум описывают возможные примеры нарушения антитрестовского законодательства, ставящие под сомнение правомер-

* Автор хотел бы выразить благодарность коллегам: Дэвиду Конну, Ренэ Хеннинг, Эндрю Клейту и Пэм Меню за оказанную помощь в работе. Высказанные взгляды принадлежат исключительно автору и могут не совпадать с позициями Бюро, Комиссии или ее отдельных членов. *Kenneth K. The Antitrust Analysis of Grocery Slotting Allowances: The Procompetitive Case // Journal of Public Policy & Marketing. 1991. Vol. 10. No 1. P. 187—198.*

¹ В целях простоты изложения будем условно считать, что рынок продовольственных товаров состоит из производства и розничной торговли. При этом оптовую торговлю целесообразно рассматривать в качестве составляющей розничной торговли.

ность практики использования платы за торговое место². Связанные с ее использованием потенциальные нарушения антитрестовского законодательства можно разделить на две основные группы. *Во-первых*, плата за торговое место может быть либо следствием монополизации розничного рынка отдельными крупными розничными торговцами, либо результатом сговора между ними. Особую проблему составляет дискриминационный характер политики розничных торговцев, которые благоволят к крупным производителям, взимая с них меньшую (либо вообще нулевую) плату за торговое место. *Во-вторых*, серьезную озабоченность вызывает использование производителями продовольственных товаров платы за торговое место как инструмента контроля над ключевыми торговыми площадками, что позволяет им препятствовать проникновению на рынок производителей-конкурентов. Особую тревогу вызывает еще одна проблема, требующая специального рассмотрения: производители, стимулируя дискриминационную политику розничных торговцев, могут нанести ущерб своим конкурентам.

В данной статье предлагается альтернативная трактовка появления платы за торговое место. По мнению автора, эта плата способна: 1) передавать полезную информацию от производителей розничным торговцам и 2) обеспечивать распределение инновационного риска между производителями и розничными торговцами. Плата за торговое место не только не препятствует инновационной активности, как опасаются некоторые, но, напротив, способна обеспечивать увеличение числа поступающих на рынок новых товаров. Антитрестовская политика, негативно оценивающая плату за торговое место, рискует дестимулировать либо вообще поставить под запрет одну из форм свободного предпринимательства, позволяющую снижать издержки обращения и в силу этого приносящую пользу потребителям. Этот риск весьма серьезен, поскольку, как свидетельствуют имеющиеся факты, антиконкурентные трактовки не позволяют исчерпывающим образом объяснить распространение платы за торговое место. Также нами будет показано, что ряд возражений против платы за торговое место в действительности отнюдь не означает нарушения принципов свободной конкуренции, а скорее описывает более эффективную маркетинговую деятельность именно в рамках свободной конкуренции.

Идея, согласно которой плата за торговое место способна быть инструментом обмена информацией между производителями и розничными торговцами, была независимо сформулирована М. Салливан и У. Чу³. М. Салливан приводит три подхода к анализу платы за торговое место, а также рассматривает уровень их объяснительной способности. В статье У. Чу представлена теоретическая модель. Она описывает то, как производители используют рекламу и стимулирование продаж для передачи розничным торговцам конфиденциальной информации о вероятном коммерческом успехе своего продукта, в то время как розничные торговцы используют плату за торговое место в качестве инструмента отбора (*screening device*).

1. Инновации на рынке продовольственных товаров

Одно из последствий активизации процесса недружественных поглощений в 1980-х годах — то, что перед руководством акционерных компаний

² Cannon J. P., Bloom P. N. Are Slotting Allowances Legal Under Antitrust Laws? // Journal of Public Policy & Marketing. 1991. Vol. 10. No 1. P. 167–186.

³ Sullivan M. Slotting Allowances: An Inquiry. Working paper 71. Technical Report and Reprint Series. The University of Chicago, Graduate School of Business, 1989. October 12; Chu W. Demand Signalling and Screening in Channels of Distribution. Massachusetts Institute of Technology, 1990. May.

открытого типа встала задача получения прибыли, превышающей среднеконкурентный уровень, что позволяет поддерживать цены на акции этих компаний либо обеспечивать их рост. Учитывая насущную необходимость решения этой задачи, следует ожидать активного проведения руководством компаний политики создания новых товаров, что обеспечит им конкурентное преимущество и соответствующий рост доходов.

Инновации могут быть разделены на две крупные группы: 1) технологические инновации, означающие нововведения в методах производства; 2) товарные [продуктовые] инновации, то есть новые продукты, позволяющие лучше, чем существующие, удовлетворять потребности покупателей.

По сравнению с производителями, работающими в других отраслях, производители продовольственных товаров располагают меньшими возможностями для осуществления первой группы инноваций — нововведений в методах производства. В целом используемые в производстве продовольствия технологии не являются особо сложными и, как правило, хорошо известны. Производителям приходится приобретать используемые ими факторы производства на рынках, которые (несмотря на искажения, вносимые правительственными программами в области сельского хозяйства), как правило, считаются в теории образцами совершенной конкуренции. Сфера снижения издержек производства существующей продукции не содержит больших возможностей для развития конкурентных преимуществ, которые позволяли бы производителям продовольственных товаров зарабатывать прибыль, превышающую среднеконкурентный уровень.

Неудивительно поэтому, что производители продовольствия сосредотачивают основные усилия на второй группе инноваций — создании новой продукции. В 1987—1988 годах на рынок было выведено более 10 тысяч новых продовольственных товаров, что в четыре раза превосходит аналогичный показатель десятилетней давности⁴. Таким образом, розничные торговцы продуктами питания оказываются перед лицом непрерывного потока предлагаемой фирмами-производителями новой продукции.

Однако огромное число товаров-новинок оказываются неудачными. По некоторым оценкам, доля коммерчески неудачных инноваций в производстве продуктов питания достигает 94%⁵. Причина столь высокой доли неудачных новаций объясняется тем фактом, что лишь немногие товары-новинки проходят пробный предпродажный маркетинг. По результатам недавно проведенного опроса, 96% розничных торговцев, 100% оптовых торговцев и 83% производителей согласились (полностью либо в той или иной степени) со следующим утверждением: «Производители заполнили рынок избыточным количеством новых продуктов, которые фактически новыми не являются или не проходят проверку рынком»⁶.

Для торговли продуктами питания характерен гораздо более ограниченный рынок товарных инноваций по сравнению с другими отраслями. Общее количество потребляемых человеком калорий — величина относительно постоянная. Хотя коммерчески успешные продуктовые новинки выгодны

⁴ *Gibson R.* Supermarkets Demand Food Firms' Payments Just to Get on the Shelf // *Wall Street Journal*, 1988. November 11. P. 1; *Mayer C. E.* Supermarket Space Race — The Controversial Costs of Putting Products on the Shelves // *Washington Post*. 1989. April 26. El.

⁵ *Morris.* Food Items Proliferate, Making Grocery Aisles a Corporate Battlefield // *Wall Street Journal*. 1984. August 17.

⁶ В отношении того, оправдывает ли данный факт наличие платы за торговое место как между производителями и розничными торговцами, так и между производителями и оптовыми торговцами, существуют серьезные расхождения во мнениях.

потребителям, получающим лучшие продукты, нельзя утверждать, что в целом их появление однозначно стимулирует потребителей увеличивать долю своего бюджета, расходуемую на питание. Следует понимать, что успешные продукты-новинки в гастрономии в основном приходят на смену уже продаваемым продуктам. Это подтверждают руководители супермаркетов, по мнению которых включение нового продукта в товарные запасы почти всегда влечет за собой исключение из них какого-то иного продукта⁷.

В то время как производители продуктов питания тратят средства на создание новых продуктов, розничные торговцы продовольствием также осуществляют затраты, связанные с пополнением своих товарных запасов новыми продуктами. Расходы розничных торговцев связаны с физическим перемещением наличных товаров в складские помещения при освобождении места под новый продукт, с подготовкой и изменением полочных экспозиций, с внесением информации о новом товаре в компьютерную базу данных магазина. Эти расходы, в первую очередь на удаление старого товара с целью освободить место под новый продукт, могут достигать значительной величины.

«Процесс размещения нового продукта на полке и соответствующего удаления старого товара требует 20 минут труда работников магазина. В годовом исчислении это составляет 2132 часа труда работников одного магазина при существующем уровне создания новых продуктов. Однако действительный «преступник»... скрывается в снижении цены (уценке — *markdown*), требующейся для оперативного выведения из торговой сети удаляемых товаров. Связанные с этим расходы среднего продовольственного магазина превышают 100 тыс. долл. в год. Для торговой сети Ralphs это означает свыше 14 млн долл. упущенной прибыли в годовом исчислении... Для всей торговли продуктами питания... суммарные расходы, связанные с организацией реализации новых продуктов, могут превышать 2 млрд долл.»⁸.

Кажущаяся цель платы за торговое место состоит для производителя в возмещении затрат розничного торговца. Однако данный вид платы — лишь один из множества платежей производителя продовольствия розничному торговцу. В число этих платежей входят скидки (с цены поставляемого товара) на оплату услуг по: продвижению и представлению товара, а также по совместной (торгово-промышленной) рекламе. Платежи могут осуществляться в форме расчетов наличными, скидки с цены по счету-фактуре либо бесплатных поставок товаров.

Характерная особенность платы за торговое место состоит в том, что, как правило, это — фиксированный денежный взнос наличными за каждую единицу складского хранения (*stock-keeping unit*), включаемую розничным торговцем в товарные запасы (*inventory*). Принципиально важно, что этот платеж производится только в момент первого включения продукта в то-

⁷ Разумеется, общее ограничение, накладываемое на объем продаж продовольственных товаров физическим пределом потребляемых человеком калорий, не относится к непищевым продуктам. В принципе количество и ассортимент продуктов, предлагаемых продуктовым магазином, зависит от множества факторов, в числе которых и уровень создания и выведения на рынок новых продуктов производителями. Как показано М. Салливан, в 1983—1987 годах наблюдался устойчивый рост среднего размера супермаркета, тогда как ассортимент продукции на складах супермаркетов характеризовался неравномерной динамикой роста. Тем не менее тот факт, что все руководители супермаркетов, с которыми я беседовал, утверждали, что взятие на реализацию нового продукта практически всегда означает необходимость снятия с продажи другого продукта, свидетельствует о том, что наличие новых продовольственных продуктов не является причиной ни одной из этих тенденций.

⁸ *De Santa. Clogging the Lifeblood Flow // Progressive Grocer. 1987. December.*

варные запасы. Следовательно, схема расчета цены, по которой происходит сделка между производителями и розничными торговцами, может быть представлена как тариф из двух частей, состоящий из фиксированного взноса, не зависящего от количества предусмотренного сделкой товара, и из переменного платежа, который зависит от количества единиц продаваемого товара. В нашем случае плата за торговое место является фиксированным (разовым, единовременным) взносом, тогда как конкретная оплата закупок товаров розничными торговцами — переменным платежом.

Показательным примером подобного тарифа может служить система оплаты загородного клуба, членство в котором предполагает ежегодный взнос (разовый платеж) и, кроме того, предусматривает оплату тех конкретных услуг, которыми пользуется член клуба. Многие коммунальные услуги, такие, например, как телефонная связь, водо- и электроснабжение, также оплачиваются по схеме тарифа из двух частей⁹. Применительно к плате за торговое место разовый платеж является отрицательным, поскольку он поступает не от покупателя к продавцу, а, наоборот, — от продавца к покупателю¹⁰.

Итак, научный анализ платы за торговое место призван объяснить, почему продажа производителями продовольствия розничным торговцам новых продуктов происходит по схеме тарифа из двух частей.

2. Плата за торговое место как стимулирующий сигнал

В столетней истории применения американского антимонопольного законодательства существует укоренившаяся традиция считать отсутствие прозрачности деловых отношений источником ограничения свободной конкуренции. Названная проблема заслуживает особого внимания применительно к маркетинговой деятельности по формированию и передаче информации, поскольку до последнего времени основные экономические теории базировались на допущении, согласно которому все участники рынка располагают полной информацией о продавцах, покупателях, товарах и ценах. В последние годы допущения о полноте информации стали менее жесткими, а главным объектом внимания стало поведение фирм и потребителей в условиях неопределенности. В результате те виды деятельности, что ранее считались антиконкурентными, сегодня признаются адекватной реакцией подобного рынка на информационные проблемы. Показательный пример подобного сдвига в мышлении — анализ вертикальных ограничений¹¹.

Передача информации и обмен ею имеют ключевое значение для процессов производства и сбыта новой продукции. Перед производителем, который создал новый продукт, стоит задача убедить розничных торговцев продовольственными товарами, что потребители предпочтут этот новый продукт существующим и что, следовательно, розничные торговцы сами заинтересованы в приобретении этого товара-новинки. Для успешного решения этой задачи производитель должен представить убедительные доводы, основан-

⁹ *Oi W. Y. A Disneyland Dilemma: Two-Part Tariffs for a Mickey Mouse Monopoly // Quarterly Journal of Economics. 1971. Vol. 85. P. 77—96.*

¹⁰ Существуют (правда, довольно редкие) примеры тарифа из двух частей с «отрицательным» единовременным платежом. Так, например, казино с целью привлечения новых клиентов часто предлагает игрокам некое количество бесплатных фишек и таким образом осуществляет авансовую выплату своим посетителям за право продажи им своих услуг.

¹¹ См. например: *Kelly K. The Role of the Free Rider in Resale Price Maintenance: The Loch Ness Monster of Antitrust Captured // George Mason University Law Review. 1988. Vol. 10. No 2. P. 327—381*, а также более поздние источники.

ные на имеющейся информации, такие, например, как результаты пробного маркетинга. Разумеется, существует очевидная проблема, заключающаяся в том, что процесс создания информации в пользу приобретения нового продукта происходит под контролем производителя, который, несомненно, заинтересован в результатах, обеспечивающих первоочередную реализацию именно его интересов. К тому же наш производитель конкурирует с другими производителями, каждый из которых представляет информацию в пользу своих новых продуктов. Перед производителем, таким образом, стоит задача снабжения другой стороны информацией в заслуживающей доверия форме. В итоге возникает проблема ассиметричной информации, когда одни стороны располагают большей информацией, нежели другие.

В пионерной статье Дж. Акерлофа об асимметрии информации рассматривается рынок подержанных автомобилей (“*lemons*”), качество и надежность которых ниже среднего уровня¹². Поскольку не все характеристики качества можно обнаружить путем осмотра, владелец автомобиля знает о нем заведомо больше, чем потенциальный покупатель. Так как покупатели знают, что продавцы располагают неизвестной покупателям информацией, то они (покупатели) предполагают, что на продажу будут выставлены только низкокачественные автомобили. Это допущение обуславливает снижение цены, которую потенциальные покупатели готовы заплатить. Разумеется, чем ниже цена, которую согласны заплатить покупатели, тем менее качественным будет автомобиль, предлагаемый для продажи. «В идеале» сделок по продаже вообще не будет, поскольку качество тех автомобилей, которые выставляются на продажу, всегда оказывается слишком низким для предлагаемой цены.

Один из путей решения проблемы асимметрии информации — система информационных сигналов. Любой сигнал — это действие или целенаправленный символ, который может использоваться фирмой (либо отдельным человеком) в качестве достоверно сообщающего другим информацию (конфиденциальную) в специфической форме. Чтобы выполнять функцию сигнала, соответствующее действие должно быть выгодным именно для данной компании, а не для фирмы, от которой эта компания стремится существенным образом отличаться.

М. Спенс, который ввел в оборот данное понятие, проанализировал процесс найма работников на основе использования модели¹³. Претенденты на рабочее место обладают различными способностями, которые им хорошо известны. Однако работодатели, нанимая работников, не могут заранее знать, каковы эти способности. Поскольку работники с большими возможностями достигают более высокой производительности труда, то работодатели (имей они заранее, до найма, возможность идентифицировать более работоспособных работников) были бы готовы соответственно платить им и более высокую заработную плату. В данном случае сигналом служит уровень образовательной подготовки, поскольку работодатели понимают, что для человека с большими способностями получать образование выгодно, в то время как для человека с меньшими способностями — нет. Таким образом, потенциальные наемные работники используют образование не для повышения уровня своей профессиональной квалификации, а как сигнал о своих способностях и возможностях, на которые, в противном случае, работодатели не обратят внимания.

¹² *Akerlof G.* The Market for “Lemons”: Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism // *Quarterly Journal of Marketing.* 1970. Vol. 84. P. 488–500.

¹³ *Spence M.* Market Signalling: Information Transfer in Hiring and Related Processes. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1974.

Кроме того, как показано П. Нельсоном, сигналом о качестве продукта может служить реклама¹⁴. Согласие покупателя страхового полиса на значительную франшизу позволяет ему сообщить страховым компаниям, что он не склонен к риску¹⁵. Согласие заемщика обеспечить поручительство служит сигналом для кредиторов о малом риске кредитования. Готовность производителя выполнять гарантийные обязательства сигнализирует потребителям о том, что производитель обеспечивает достаточный уровень надежности своей продукции. Ли Якокка зафиксировал это в рекламных роликах автомобилей фирмы «Крайслер» следующим образом: «Если бы мы постоянно не добивались того, чтобы автомобили были все более совершенными, то просто не могли бы сопровождать их все более надежными гарантийными обязательствами».

Плата за торговое место может служить сигналом, посредством которого производитель продовольственных товаров сообщает розничному торговцу о том, насколько вероятен успех того или иного продукта. Рассмотрим следующую модель. Производитель осуществляет инновационную деятельность по разработке новых продуктов. Ряд этих продуктов ждет коммерческий успех, и они окажутся для потребителей более полезны, чем вытесняемые ими товары, и принесут доход как розничным торговцам, так и производителям. Другие новые продукты ждет провал, так как с точки зрения полезности они не имеют преимуществ перед существующими товарами. Поскольку розничным торговцам невыгодно иметь в своих товарных запасах коммерчески неудачные продукты, то, после первого их заказа, эти оказавшиеся неудачными продукты больше не фигурируют в перечне заказываемых при возобновлении запасов.

Предположим (в целях иллюстрации), что до завершения НИР по конкретному проекту производители не знают, ждет ли разрабатываемый ими новый продукт коммерческий успех. Это им становится известно после того, как разработка продукта завершена, однако до того, как он выведен на рынок. Розничные торговцы, напротив, могут определить потенциальный коммерческий успех нового продукта, только приобретя его для реализации и предложив потребителям. Таким образом, в целом этот сценарий аналогичен модели с «лимонами» Акерлофа. Имеются продавцы с хорошими товарами и продавцы с плохими товарами, но разобратся в том, «кто есть кто», покупатели могут только совершив покупку.

Плата за торговое место — это инструмент, при помощи которого производители могут разграничивать коммерчески успешные и коммерчески неудачные продукты в глазах розничных торговцев. Поскольку успешные продукты вновь заказываются розничными торговцами, тогда как неудачные — нет, то первые будут продаваться в течение более длительного периода, нежели вторые. Производители смогут возместить плату за торговое место, произведенную в момент выведения продукта на рынок, за счет повторных заказов на коммерчески успешные продукты; однако они не смогут компенсировать аналогичную плату за торговое место для продуктов, оказавшихся коммерчески неудачными.

Поскольку плата за торговое место является фиксированным взносом, который производится при выведении нового продукта на рынок, то он составляет тем меньшую долю общих затрат производителя на дистрибуцию, чем продолжительнее срок службы такого продукта. Готовность про-

¹⁴ Nelson P. Advertising as Information // Journal of Political Economy. 1974. Vol. 82. P. 729—754.

¹⁵ Hirschleifer J., Riley J. G. The Analytics of Uncertainty and Information — an Expository Survey // Journal of Economic Literature. 1979. Vol. 17. December. P. 1375—1421.

изготовителя осуществлять эту выплату доносит розничным торговцам информацию о достаточной уверенности такого производителя в коммерческом успехе предлагаемой новинки, о его готовности взять на себя оплату разовых расходов розничного торговца по включению этого продукта в товарные запасы. Следовательно, осуществляемая производителями плата за торговое место розничным торговцам может служить определенным сигналом, который позволяет продавцу коммерчески успешного продукта провести четкое разграничение между собой и продавцами коммерчески несостоятельных товаров посредством шага, который — в случае продажи несостоятельного товара — оказался бы убыточным.

Плату за торговое место розничному торговцу можно считать своеобразной гарантией выполнения контракта. Это — средство, при помощи которого производитель гарантирует розничному торговцу, что он (производитель) получит прибыль лишь при том условии, что прибыль также будет получена и розничным торговцем.

Допущение, согласно которому производители располагают полной информацией о коммерческих перспективах своей продукции, является нереалистичным, из чего следует, что вышеупомянутый пример не содержит описания реальности, а является гипотетическим. Скорее, он иллюстрирует то, как плата за торговое место может использоваться производителями в качестве средства передачи своих представлений о вероятном коммерческом успехе их продукции¹⁶. На самом деле производители также не имеют точного представления о перспективах своей новой продукции. Они имеют (неполную) информацию лишь о вероятности признания рынком потенциального товара. Чем оптимистичнее производитель оценивает потенциальный коммерческий успех этого товара, тем более он склонен произвести плату за торговое место. Эта готовность сообщает розничному торговцу оценку продукта производителем и служит гарантией или залогом данной оценки.

Розничные торговцы также располагают информацией, которая может быть полезной для оценки вероятного коммерческого успеха товара-новинки (что с появлением и развитием технологии сканирования стало особенно очевидным). Однако это не значит, что готовность производителей предложить плату за торговое место перестает служить информационным сигналом для розничных торговцев. Предлагаемая плата за торговое место может использоваться розничным торговцем для оценки существующих различий в представлениях производителей о конкретном продукте. Таким образом, розничные торговцы могут принять решение о том, следует ли «брать на вооружение» новые продукты, опираясь при этом как на вывод из анализа мнений производителей, так и на собственную информацию.

Существуют и другие действия, которые могут предприниматься производителями и которые также могут служить информационным сигналом. Как отмечалось выше, Нельсоном было показано, что функцию сигнала может выполнять реклама¹⁷. Возможна ситуация, когда потраченные на рекламу средства производитель не сможет возместить за счет будущих продаж, например в том случае, когда продукт окажется коммерчески неудачным. Готовность

¹⁶ Было бы ошибкой на основании этого примера заключить, что производители сознательно занимаются поисками рынка сбыта для тех товаров, об отсутствии коммерческих перспектив которых они знают.

¹⁷ *Nelson Ph. Advertising as Information // Journal of Political Economy. 1974. Vol. 82. P. 729—754; Nelson Ph. The Economic Consequences of Advertising // Journal of Business. 1975. Vol. 48. P. 213—241.*

производителя нести расходы на рекламу сообщает розничным торговцам (и потребителям) информацию о его уверенности в успехе своего продукта.

Это означает, что плата за торговое место и расходы на продвижение товара (часть маркетинговых затрат) могут быть взаимозаменяемыми. Производители поэтому склонны предлагать розничным торговцам комплексные соглашения (*packages*), предусматривающие такое сочетание расходов на продвижение товара и платы за торговое место, которое, по их мнению, позволит убедить розничных торговцев взяться за реализацию именно их продукта. Если производитель способен обеспечить более эффективное рекламное продвижение и раскрутку (а значит, и содействие продаже) своего продукта, чем розничный торговец, то розничные торговцы могут предпочесть вариант, при котором расходы на продвижение будут оплачены производителями, вместо того, чтобы эти средства пошли на погашение платы за торговое место. Готовность ряда фирм-производителей предложить розничным торговцам выгодные альтернативные комплексные соглашения относительно новых товаров, цен, скидок и мер по организации и стимулированию сбыта, в которых отсутствует плата за торговое место, может просто свидетельствовать о том, что эти фирмы чрезвычайно эффективны в области маркетинга и сравнительно лучше ориентируются в формировании потребительского спроса, что позволяет им обеспечивать существенное повышение вероятности коммерческого успеха выводимого на рынок нового продукта.

Как отмечалось выше, информационным сигналом также могут служить гарантийные обязательства. Практика свидетельствует, что они применяются в торговле продовольственными товарами и могут использоваться вместо платы за торговое место.

«Плата за торговое место является лишь одним из примеров растущих требований розничных торговцев. Ряд супермаркетов взыскивают с производителей плату за покрытие издержек по удалению с торговых полок товаров, которые не пользуются спросом либо вытесняются товарами-конкурентами.

Другие супермаркеты добиваются, чтобы производители выкупили нереализованные товарные запасы по их полной розничной цене, практически не оставляя производителям никакой альтернативы, кроме полного списания их со счета. В таких случаях, как говорит генеральный управляющий небольшой чикагской фирмы — производителя специй *Perfect Pinch, Inc.* Фил Парсонс: „Я отвечаю: нет, оставьте это себе“¹⁸.

В редакционной статье в *Advertising Age* анализируется решение фирмы-производителя *Campbell Soup Co.* предложить плату (компенсацию) розничному торговцу, если новый товар не находит сбыта в ранее определенных масштабах (*failure fee*)¹⁹.

3. Использование платы за торговое место как способ распределения риска

Плата за торговое место, перенося затраты на продвижение новой продукции с розничных торговцев на производителей, одновременно также переносит с розничных торговцев на производителей риски неудачных продуктовых инноваций. Поскольку относительная значимость платы за торговое место как элемента общих расходов на производство и реализацию продукта в теч-

¹⁸ *Gibson R.* Op. cit.

¹⁹ One Way out of “Slotting” Fees. Unsigned editorial. *Advertising Age*, August 7. 1989.

ние его жизненного цикла зависит от продолжительности этого жизненного цикла, то плата за торговое место может служить инструментом распределения риска между производителями и розничными торговцами.

Есть основания считать, что перераспределение инновационных рисков от розничных торговцев к производителям может выступать позитивным фактором рыночной конкуренции. Как производители, так и розничные торговцы могут представлять информацию о вероятном коммерческом успехе товарно-новинки. Деятельность типа тестового маркетинга может снижать неопределенность, с которой сталкиваются фирмы при осуществлении инноваций. Согласно экономической теории, при прочих равных условиях, рыночные силы обеспечат распределение риска, возложив его на тех субъектов рынка, чьи издержки по снижению неопределенности являются минимальными. Конкретное распределение риска также способно сказываться на действиях, которые могут предпринимать как розничные торговцы, так и производители с целью повлиять на коммерческий успех такого нового товара, в частности на усилия в сфере исследований и разработок, которые привели к его созданию, а также на маркетинговые меры по продвижению и раскрутке, обычно предпринимаемые после выведения новинки на рынок.

Кроме того, плата за торговое место способна сообщить розничным торговцам информацию о том, как им следует использовать торговые площади своих магазинов для оптимального расположения различных категорий продуктов. Более высокие цены служат для производителей сигналом о том, что необходимо перераспределить свои ресурсы с целью увеличения объема выпускаемой продукции. Более высокая плата за торговое место сигнализирует розничным торговцам, что им следует увеличить торговые площади, выделяемые под определенные категории продуктов.

4. Антиконтурные трактовки платы за торговое место

Появление платы за торговое место трактуется как возможная рыночная реакция на увеличение числа новых продуктов, выводимых на рынок производителями продовольственных товаров. Согласно альтернативной трактовке, которая появилась в популярной прессе, плата за торговое место является продуктом роста уровня концентрации и рыночной власти в розничной торговле.

«Эта тенденция отражает фундаментальный сдвиг в балансе сил между производителями и розничными торговцами продовольственными товарами. В прошлом существовал своеобразный диктат со стороны крупных компаний — производителей продовольствия в отношении розничных торговцев: они зачастую навязывали последним ассортимент поставляемых продовольственных товаров и цены на них. Однако процесс объединения сетевых магазинов привел к созданию региональных гигантов, обладающих огромными сбытовыми возможностями. Эти розничные торговые компании, «вооруженные» поминутно поступающими данными о сбыте, которыми их снабжает компьютеризированная сканирующая система учета и контроля реализуемой продукции, могут оперативно получать информацию о том, как идет реализация конкретных товаров и с каким уровнем прибыли. Сегодня „парадом командуют“ розничные торговцы»²⁰.

Насколько версия о монополии розничных торговцев соответствует реальному положению дел? Прежде всего необходимо выяснить, какую форму приобретает эта монополия? Выступает ли в качестве единоличного

²⁰ Gibson R. Op. cit.

монополиста одна доминирующая фирма или же имеет место картельное соглашение, основанное на сговоре розничных торговцев? Если имеет место картельное соглашение, то зафиксировано ли оно документально или же имеет неявную, тайную форму? Если речь идет о соглашении, в основе которого лежит тайный сговор, то каким образом обеспечивается его соблюдение? Классическая проблема, характерная для картелей, — это нарушение тайного сговора. В этом смысле плата за торговое место представляется особенно уязвимой для критики в силу крайней трудности обнаружения нарушения. Одна из претензий в отношении данной платы состоит в том, что договоренность о ней и ее перечисление осуществляется в неявной, скрытой форме. Поэтому ее размер у различных производителей и различных розничных торговцев сильно варьирует. Эта претензия лежит в основе утверждений, согласно которым платежи такого рода являются нарушением закона Робинсона—Пэтмена.

Отдельная фирма или же картельное объединение, стремящееся увеличить свою рыночную власть, обычно повышает цены на свою продукцию и/или снижает расходы на используемые ресурсы. Здесь необходимо выяснить: 1) почему для розничных торговцев предпочтительнее повышать свои доходы путем введения нового платежа, взимаемого только с новых продуктов в момент их выведения на рынок, а не добиваться снижения цены на все закупаемые ими товары и 2) почему они заинтересованы в том, чтобы эти возросшие доходы имели форму авансового платежа.

Товар, имеющий на рынке устойчивые (по сравнению с товарами-конкурентами) позиции и обладающий признанной торговой маркой, приносит его производителю выручку, которая превышает затраты на его производство, отражая доход на инвестиции прошлых рыночных усилий, а также издержки на коммерчески неудачные продукты. Такой товар, обеспечивающий его производителю стабильный доход (дойная корова — “*cash cow*”), представляет для розничного торговца привлекательный объект, посредством которого можно попытаться присвоить часть дохода, получаемого производителем. Что касается товаров-новинок, то они не имеют раскрученного бренда и потому не приносят торговцу постоянного дополнительного дохода, отбираемого у производителя при помощи монопольной власти покупателя (*monopsony power*). Если плата за торговое место была изобретена розничными торговцами в качестве инструмента использования возросшей монопольной власти, то возникает вопрос: почему они направляют свои усилия на столь явно бесперспективные цели, игнорируя при этом цели привлекательные?

Вероятное объяснение заключается в том, что розничные торговцы просто не могут отказаться от наличия в своем товарном ассортименте утвердившихся товаров из-за приверженности марке. Покупатели всегда могут приобрести привычные продукты у других розничных торговцев. Но в отношении новых продуктов такая приверженность отсутствует, поскольку имеются товары-субституты, а устойчивый спрос на новый товарный знак еще не сформировался.

Слабость данного объяснения в том, что оно противоречит исходному допущению, согласно которому доминирование розничных торговцев над производителями объясняется их монопольным положением. Если на рынке господствует один розничный торговец — ведущая фирма, то, по определению, потребители не могут эффективно переключиться на других розничных торговцев для получения продукта, о котором идет речь. Более того, приостановка поставки (*withholding*) одного продукта вряд ли способна привлечь на рынок розничной торговли сторонние фирмы. Аналогичным образом, если на рынке господствует картель, то покупатели, по определению, не

могут обратиться за этим продуктом к розничным торговцам, не входящим в этот картель. Доходы от сговора с целью «отъема» дохода у производителей выше для товаров, имеющих признанный бренд, нежели для новых продуктов. Понятно, что выгоды от нарушения соглашения растут быстрее, чем эти доходы от его соблюдения, и, следовательно, нарушить сговор с целью получения части расходов производителей за новые продукты легче, чем в отношении традиционных продуктов. Однако нет оснований считать, что в реальности дело обстоит именно таким образом.

Различия в размере платы за торговое место между розничными торговцами или производителями могут быть следствием нарушения тайного сговора. Однако, как мы покажем далее, существуют также альтернативные варианты объяснения причин этих различий. Если такие различия становятся общепринятыми, то вызывает сомнения эффективность тайных соглашений о плате за торговое место: становится непонятно, почему розничные торговцы используют их в качестве инструмента реализации своей монопольной власти над производителями.

Альтернативная антиконкурентная трактовка природы платы за торговое место состоит в том, что она используется крупными компаниями-производителями для того, чтобы воспрепятствовать выходу на рынок (*foreclosure entry*) небольших фирм-конкурентов. Одна из недавних общих теорий, объясняющих недопущение на рынок посредством «повышения издержек конкурентов», то есть практики набавления цены (платы) за вход на рынок, предложена С. Сэлопом и Д. Шеффманом²¹ и получила развитие в статье Т. Краттенмейкера и С. Сэлопа²². Критический анализ этого подхода предлагается в статье У. Либелера²³.

Гипотеза об антиконкурентной природе платы за торговое место означала бы, что эта плата является попыткой лишить торговых площадей менее крупные фирмы-производители, возместив существенную часть расходов розничных торговцев. Однако здесь есть проблема: производители выражают недовольство тем, что плата за торговое место на торговой полке вовсе не гарантирует сохранения этого места на постоянной основе. Гибсон пишет²⁴:

«Представитель материнской фирмы *Wakefern Foods Corp.* корпорации *Shoprite* подтвердила, что эта (торговая) сеть действительно получила плату за торговое место для реализации попкорна марки *Old Capital Popcorn*, однако убирает этот продукт с торговой полки. „Мы просто недостаточно его продали, чтобы делать его повторный заказ, — заявила она. — Нам нужен продукт, который продается лучше“».

Однако в этой же статье далее говорится следующее:

«Ряд супермаркетов также требует особой платы за оставление продуктов на торговых полках (*“pay to stay” fee*) на срок более нескольких недель. Недавно Нью-Орлеанское отделение торговой фирмы *Great Atlantic & Pacific Tea Co.* потребовало от компании-производителя *Sargento Cheese Co.* платы за оставление ее продукции в ассортименте своей сети. Хотя компания-производитель ответила отказом, производители серьезно обеспокоены перспективой превращения долгосрочной арендной платы (*shelf rent charges*) за сохранение продукта на полках в торговом зале в традиционную практику».

²¹ *Salop S.C., Scheffman D.* Raising Rivals' Costs // *American Economic Review*, 1983. Vol. 73. P. 267–271.

²² *Krattenmaker T. G., Salop S. C.* Exclusion and Antitrust // *Regulation*, 1987. Vol. 11. No 3–4. P. 29–40.

²³ *Liebeler W. J.* Exclusion and Efficiency // *Regulation* 11. 1987. No 3/4. P. 34–40.

²⁴ *Gibson R.* Op. cit.

Арендная плата за место на торговой полке, по-видимому, является более действенным средством недопущения на рынок фирм-конкурентов, нежели плата за торговое место. Это наблюдение — наряду с очевидным преобладанием платы за торговое место по сравнению с арендной платой за место на торговой полке — говорит об отсутствии серьезных аргументов в пользу гипотезы о повышении платы за вход на рынок для фирм-конкурентов.

5. Выводы для экономической политики

В данной статье появление платы за торговое место объясняется ускорением темпа продуктовых инноваций в торговле продовольственными товарами. Такая трактовка существенно отличается от альтернативных теорий, предполагающих, что плата за торговое место является производной роста уровня концентрации в розничной торговле продовольственными товарами или в их производстве.

Основная трудность обоснования авторского подхода связана с недостатком систематической информации о плате за торговое место. Тем не менее даже имеющиеся ограниченные данные позволяют сделать ряд выводов.

Когда происходит рост цены какого-либо товара, то это может быть вызвано тремя различными причинами: (1) увеличением спроса на данный товар; (2) сокращением его предложения, например вследствие монопольного ограничения производства, либо (3) совместным действием двух первых причин. Если растет количество (объем) продаваемого товара при одновременном увеличении его цены, то это, по всей вероятности, свидетельствует об увеличении спроса на него. Рост цены товара, сопровождаемый увеличением его продаж, означает, что такое повышение цены не может объясняться только сокращением предложения.

С появлением платы за торговое место для производителей цена (плата) за принятие розничными торговцами новых продуктов возросла (ранее она отсутствовала, а значит, была равна нулю). Был ли причиной этого «повышения цен» рост спроса розничной торговли на поставки новых продуктов фирмами-производителями, или же оно вызвано сокращением предложения торговли, то есть монопольной деятельностью розничных торговцев, стремящихся увеличить собственный доход посредством увеличения платы за торговое место? Как было показано выше, появление платы за торговое место сопровождалось масштабным выходом на рынок новых продуктов. Поскольку наблюдался рост как цены, так и количества таких продуктов, то очевидно, что повышался и спрос. Хотя данное наблюдение не исключает того, что плата за торговое место может хотя бы отчасти быть следствием монополистической торговой практики, оно наглядно показывает, что такие ограничения не могут полностью объяснить появления платы за торговое место. Более того, оно вполне согласуется с гипотезой, согласно которой появление платы за торговое место полностью объясняется ростом темпов обновления продукции в торговле продовольственными товарами.

Таким образом, существует альтернативное объяснение появления платы за торговое место, которое исходит из того, что она является позитивным фактором в плане усиления конкуренции. Поскольку имеющиеся данные не позволяют однозначно оценить, является ли эта сложившаяся практика в целом вредной или же полезной, не следует спешить с окончательными выводами — необходимы дополнительные исследования.

Было бы ошибкой оценивать влияние платы за торговое место на эффективность конкуренции, считая, что либо ее инициаторами выступают про-

изводители (что обычно утверждают розничные торговцы), либо просьба (требование) к производителям о ее выплате исходит от розничных торговцев (о чем, как правило, заявляют производители). Инновации в маркетинге могут происходить на обоих уровнях. Как отмечалось выше, имеются серьезные основания считать, что в действительности обе стороны — как производители, так и розничные торговцы — заинтересованы в существовании платы за торговое место. А если это так, то было бы ошибкой оценивать ее влияние на рыночную конкуренцию, руководствуясь тем, от какой из сторон исходит инициатива использования платы за торговое место или установления ее величины.

Представляется, что расширение масштабов процесса выведения новых товаров на рынок также противоречит утверждению о том, что плата за торговое место является препятствием на пути продуктовых инноваций. Когда пытаются доказать, что плата за торговое место тормозит нововведения, то на ум приходят слова Йоги Берра о том, что «никого это больше не интересует, рынок слишком переполнен». Функция цены в рыночной экономике — оптимизация распределения ограниченных ресурсов между альтернативными направлениями их использования. Если спрос опережает предложение, то цена должна расти для выполнения названной функции и стимулирования увеличения объемов выпускаемой продукции. Когда государство вмешивается в этот процесс и не допускает повышения цены, уравнивающей спрос и предложение, это приводит к снижению уровня производства, иными словами — объем производства определяется кривой предложения, а не кривой спроса. Система регулирования квартирной (арендной) платы в Нью-Йорке привела к сокращению жилищного фонда в этом мегаполисе, став препятствием на пути коммерческого строительства.

Розничные торговцы, выводящие на рынок новый продукт, несут расходы, в особенности когда им приходится освобождать для него торговые площади за счет удаления товара традиционного. Плата за торговое место, перенося эти расходы с розничных торговцев на производителей, делает их явными. Перенос издержек не обязательно препятствует инновациям, поскольку, делая инновации более дорогостоящими для производителей, он одновременно делает их более привлекательными для розничных торговцев. Существует реальная опасность того, что антимонопольная политика, критически относящаяся к плате за торговое место во имя стимулирования инновационной активности, может привести к прямо противоположному результату.

Рассмотрим еще один пример из статьи Гибсона:

«Ярким примером может служить печенье *Frookie*. Как рассказал его создатель Ричард С. Уорт, для выведения *R. W. Frookie* на рынок одна торговая сеть затребовала по 1000 долл. для каждого из ста входящих в нее магазинов. Это привело бы к росту розничной цены пачки печенья на 50 центов или даже больше, и она с 1,79—1,89 долл. подскочила бы до 2,29—2,39 долл. Уорт отказался от предложения этой торговой сети»²⁵.

Эта торговая сеть предложила взяться за реализацию продукта Уорта за определенное вознаграждение. Если бы сеть занялась продажей печенья Уорта, то она понесла бы определенные издержки, куда в качестве составляющих, по всей вероятности, вошли бы затраты, связанные со снятием с реализации другого вида печенья. Вполне возможно, что продекларированная оценка таких издержек розничным торговцем была завышенной. Однако эта

²⁵ *Gibson R. Op. cit.*

ошибка не может считаться нарушением антимонопольного законодательства, поскольку, во-первых, отказ от выгодной сделки уже сам по себе — достаточно серьезное наказание и вряд ли здесь необходимы еще и действия со стороны государства. Кроме того, учитывая тот факт, что подавляющая часть новых продуктов, взятых на реализацию розничными торговцами, оказывается коммерчески неудачной, ясно, что розничные торговцы также совершают ошибки и прямо противоположного характера.

Если приведенная цифра (1000 долл. на магазин) действительно точно отражает фактические затраты розничного торговца, тогда тот факт, что Уорт не смог договориться с данным торговцем, напротив, означает следующее: издержки производства его продукта, вместе с затратами на его выведение на рынок, оказываются выше их ожидаемой оценки потребителями. Иными словами, с точки зрения рынка этот новый продукт не будет пользоваться коммерческим успехом. Представляется, что существование новых продуктов, которые не окупают затрат их выведения на рынок, — не большее основание для вмешательства государства в экономические процессы, чем наличие полезных ископаемых, стоимость которых меньше затрат на их добычу.

Возможное возражение против платы за торговое место состоит в том, что она затрудняет выход новой фирмы на рынок. Одна из модификаций этого возражения — то, что плата за торговое место требует от производителей значительных авансовых платежей наличными, которые могут быть финансово «неподъемными» для небольших фирм.

Для разных отраслей экономики характерен различный эффективный масштаб производства, а также уровень квалификации работников и продуктивность действующих в них фирм. Эта разница в уровне квалификации и объеме ресурсов, обеспечивающих возможность конкурировать в различных отраслях, делает разными возможности успешного проникновения на эти отраслевые рынки новых фирм, не входящих в эти отрасли. Однако эти различия сами по себе скорее содействуют развитию справедливой рыночной конкуренции, нежели являются нарушением ее принципов.

В последние годы наблюдается активное распространение новых продуктов, между которыми идет острая конкуренция за место на полках магазинов розничных торговцев. Если какие-то фирмы-поставщики этих товаров-новинок располагают более квалифицированной рабочей силой и ресурсами, что дает им преимущество в этой конкурентной борьбе, то это является предпосылкой роста эффективности и соответственно идет на пользу потребителям. Проявлением этой эффективности будет коммерческий успех таких фирм.

Остается неясным, почему с учетом платы за торговое место компании-новички должны обязательно оказываться в проигрышном положении по сравнению с уже работающими на данном рынке фирмами. Конкретная величина платы за выделение торгового места — это лишь один из факторов, учитываемых розничным торговцем, когда он принимает решение о том, чтобы заняться сбытом нового продукта. Производители новинки также могут воспользоваться другими методами маркетинга (такими, например, как продвижение товара), которые вполне способны успешно заменять плату за торговое место. С точки зрения использования такого рода опыта действующая на рынке фирма с признанным опытом формирования потребительского спроса на ее продукцию, по-видимому, находится в более выгодном конкурентном положении по сравнению с фирмами-новичками. Следовательно, плата за торговое место является лишь одним из средств, используемых фирмами-новичками в конкурентной борьбе с уже действующими на рынке компаниями.

Более сложная версия точки зрения, согласно которой плата за торговое место затрудняет входение новой фирмы на рынок, опирается на предложенное Дж. Стиглером определение барьеров для доступа потенциальных конкурентов в отрасль, согласно которому это — «издержки производства (какого-то определенного или любого уровня выпускаемой продукции), которые неизбежно должна понести сторонняя фирма, пытающаяся проникнуть в отрасль, но которые не несут уже работающие в этой отрасли фирмы»²⁶. Плата за торговое место поэтому характеризуется как барьер Стиглера (*Stigler barrier*), поскольку ее платят только за новые продукты и не платят за уже существующие.

Для того чтобы продукт был принят на реализацию розничным торговцем и включен в его товарные запасы, производителю необходимо убедить розничного торговца в том, что этот продукт будет коммерчески успешным, то есть что он имеет определенную ценность для потребителей. Сказанное относится прежде всего к новым продуктам, но также верно и применительно к уже существующим товарам в момент их выхода на рынок. Если плата за торговое место — явление относительно новое, то этого никак нельзя сказать об инновационном процессе, элементом которого она является. Возможно, с течением времени рыночная конкуренция привела к усложнению этого процесса, однако плата за торговое место является не причиной, а следствием этого усложнения.

Возникающая в указанном контексте задача антitrustовского законодательства в отношении барьера для входа на рынок состоит в определении того, затрудняет ли такой барьер возможности рыночных сил корректировать ошибки монопольных ограничений объема выпускаемой продукции. Например, не появится ли у новой компании, образовавшейся в результате слияния двух конкурирующих фирм-производителей, рыночной власти (монопольного положения), позволяющей бесконтрольно повышать рыночную цену без снижения объема продаж, что затрудняет другим фирмам вход на рынок. В этих условиях антимонопольные ограничения на объем продаж создают потребность в новом продукте и обеспечивают новым участникам рынка возможность полнее удовлетворить потребности покупателей.

Еще одна проблема, связанная с обеспечением справедливой конкуренции, заключается в том, что небольшим фирмам приходится выплачивать большие суммы по сравнению с крупными компаниями-производителями. Перед всеми производителями стоит задача убедить розничных торговцев взять на реализацию их новую продукцию. Плата за торговое место — лишь один из инструментов решения этой задачи. В распоряжении производителей также имеются такие средства, как рекламная кампания, система разного рода премиальных купонов и различные стратегии продвижения товаров, и, как мы показали ранее, они также могут сигнализировать об уверенности производителей в конкурентоспособности своих продуктов. Производители различаются с точки зрения их сравнительных преимуществ в решении этих задач. Они также имеют различный прошлый опыт разработки и внедрения товаров-новинок. Разные новые продукты характеризуются различными возможностями их успешной реализации, а значит, следует ожидать, что продукты, на которые уже существует устойчивый потребительский спрос, приносят меньшую плату за торговое место.

Наблюдения, согласно которым различные производители платят разные суммы за торговое место, не следует считать однозначным доказательством

²⁶ *Stigler G.* The Organization of Industry. Homewood, IL: Richard D. Irwin. 1968.

монопольного поведения. Более того, как отмечает М. Салливан²⁷ (цитируя Монтгомери²⁸, до появления платы за торговое место небольшие фирмы-производители испытывали определенные трудности с получением согласия розничного торговца [взять продукт на реализацию]).

Если плата за торговое место — это результат недавно возникшей рыночной власти в розничной торговле продовольственными товарами, то не ясно, отвечает ли общественным интересам введение ограничений на плату за торговое место. Если розничные торговцы способны вынуждать производителей продавать им свои товары по ценам ниже конкурентоспособных, то мало что изменится от того, в какой форме — авансового единовременного платежа или же более низких оптовых цен — это происходит. Критические нападки на плату на выделение места будут означать борьбу с симптомом, а не с болезнью. Источник проблемы лежит в рыночной власти розничных торговцев, а не в плате за торговое место.

Иначе говоря, если плата за торговое место — это естественная рыночная реакция на рост масштабов инноваций в производстве продуктов питания, то попытки ограничивать ее посредством антимонопольного законодательства станут еще одной строкой в печально длинном историческом списке враждебной критики в адрес эффективной практической деятельности — критики, основанной на заблуждении, что, поступая таким образом, можно обеспечить благоприятные условия для справедливой рыночной конкуренции.

Заключение

Плата за торговое место в торговле продовольственными товарами — явление противоречивое, и ее правомочность с точки зрения антимонопольного законодательства представляет собой дискуссионную проблему. Появление платы за торговое место скорее можно считать естественной реакцией рынка на рост масштабов продуктовых инноваций, нежели следствием возросшей рыночной власти розничных торговцев или производителей продовольствия. Факты свидетельствуют, что, по крайней мере частично, увеличение платы за торговое место объясняется не столько ограниченностью предложения (*output restriction*), сколько активизацией инновационных процессов. Поэтому при решении данной проблемы уместна осторожность.

Последние мировые события дают любопытную пищу для размышлений по рассматриваемому вопросу. В телевизионных репортажах из продовольственных магазинов социалистических стран американские телезрители нередко могут наблюдать пустые полки. В США, напротив, проблемой является острейшая нехватка торговых площадей супермаркетов для размещения всех тех продуктов, которые производители продовольствия желают нам продать. Как говорится: почувствуйте разницу.

²⁷ Sullivan M. Op. cit.

²⁸ Montgomery D. New Product Distribution: An Analysis of Supermarket Buyer Decisions // Journal of Marketing Research. 1975. No 12. P. 255—264.

ДИЛЕММЫ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

Андрей КАЗАНЦЕВ

кандидат политических наук,
старший научный сотрудник
Центра Евроатлантической
безопасности МГИМО

Оικονομία • Πολιτικά

OIKONOMIA • POLITIKA

Обычно энергетическая политика России в Центральной Азии обсуждается с точки зрения ее конкретных достоинств или недостатков. В этой работе мы попытаемся поставить вопрос в другой плоскости: до какой степени энергетическая политика России в Центральной Азии вообще поддается оптимизации? Из теоретической литературы известно, что в условиях различного рода дилемм рациональности (то есть ни теоретически, ни практически не разрешимых проблем) эффективная политика невозможна в принципе¹. Следует проанализировать дилеммы энергетической политики России в Центральной Азии, мешающие ее рационализации. Рассмотрим четыре различных измерения этой политики: (1) *цели* энергетической политики России; (2) *средства* политики: отношение политики России к внутрирегиональным игрокам; (3) *средства* политики: отношение политики России к крупным внешним игрокам; (4) *объекты* энергетической политики.

1. Первая дилемма: экономические или политические мотивы принятия решений

У российской энергетической политики в Центральной Азии существуют два возможных набора целей. Политические: увеличение регионального влияния России, интеграция бывших советских республик вокруг РФ. Экономические: получение максимальной прибыли

¹ Льюис Р. Д., Райфа Х. Игры и решения: Введение в критический обзор. М., 1961; Sergeyev V. M. The Wild East. Crime and Lawlessness in Post-Communist Russia. Armonk, NY, 1998.

российскими компаниями, рост экономики России, уменьшение расходов и увеличение доходов государства.

Позитивная взаимосвязь между двумя этими группами целей, на которую часто ссылаются многие российские эксперты, не является чем-либо бесспорным и очевидным. В истории бывали случаи, когда рост влияния сопровождался ростом прибылей, а увеличение прибылей — усилением влияния. Примером может служить эпоха установления господства голландской и британской Ост-Индских компаний в Азии (XVII—XVIII века). Причиной этого было уникальное сочетание необычайного ресурсного богатства Индии и Индонезии и довольно слабого их сопротивления европейским колонизаторам. Однако уже в XIX веке многие африканские колонии не приносили европейским странам с экономической точки зрения ничего, кроме убытков, и поддерживались лишь по политическим соображениям (примером может служить итальянская Эритрея). В долгосрочной исторической перспективе Центральная Азия была для России скорее Эритреей, чем Индией.

В XX веке экономическая и политическая эффективность очень серьезно разошлись между собой в связи с конфликтом систем. В частности, национализируемые государствами под влиянием социалистической идеологии отрасли нередко оказывались экономически неэффективными именно по причине подмены экономических целей политическими. Напротив, командная социалистическая экономика в условиях войны или военного противостояния обеспечивала значительно большую степень мобилизации для решения политических задач, чем рыночная экономика.

Для энергетической политики России в современной Центральной Азии дилемма выглядит следующим образом. Политические цели требуют расходов. Достижение цели увеличения регионального влияния России может потребовать экономических уступок центральноазиатским странам в сфере энергетики или инфраструктурных затрат, вызванных чисто политическими мотивами. В свою очередь, если Россия будет стремиться извлекать максимально возможную прибыль из энергетики региона, минимизируя свои издержки, то ее влияние будет уменьшаться. Смещение мотивов приводит к тому, что в российской энергетической политике преобладают то цели получения максимальных экономических прибылей, то цели повышения регионального влияния. В результате возникающих таким образом политических «зигзагов» ни одна из целей не достигается.

В целом описанная выше дилемма характерна практически для всех крупных государств современного мира — в силу высокой политизированности энергетики. Достаточно напомнить в связи с этим, что Европейский союз изначально проводил политику диверсификации поставок энергетического сырья из разных частей мира с чисто экономической целью — снижения цен. Однако примерно с середины 1990-х годов в политике диверсификации, проводимой ЕС в том числе по отношению к государствам постсоветского пространства, стала расти политическая составляющая. ЕС пытается получить нефть и газ из Центральной Азии и региона Каспийского моря в обход России по цене, которая будет значительно более высокой, чем та, которую он получил бы при транспортировке этого же сырья по северному маршруту. Мотивировкой становится уже независимость от старых поставщиков (прежде всего от России и стран Ближнего Востока) и возможность гарантированной от политических рисков поставки ресурсов.

Тем не менее в современной России экономические и политические цели в энергетической политике перемешаны даже в большей степени, чем во

многих других ведущих государствах мира. Это связано с особенностями как внешней, так и внутренней политики РФ.

В частности, на это указывают повышение роли энергетического фактора во внешней политике России (в отношениях как с США, ЕС и Китаем, так и с постсоветскими государствами) и распространение в среде ее политической элиты лозунга «Россия — великая энергетическая держава». Эта тенденция имеет под собой серьезные объективные основания. Энергетика — единственная сфера экономики (кроме ВПК), в которой Россия обладает серьезным влиянием в мире. Поэтому энергетическая сфера — практически единственная область, где РФ способна экономически поддержать свое растущее в последнее время военно-политическое влияние.

Другой существенной особенностью современной России, ведущей к смешению политических и экономических факторов принятия решений, является высокая степень взаимопроникновения сфер энергетики и политики. В 1990-е годы это, в частности, проявлялось в высоком уровне лоббистского (зачастую коррупционного) влияния энергетических компаний на внешнюю политику России. Достаточно вспомнить определяющую роль Газпрома в формировании российской политики в Туркменистане или серьезное влияние Лукойла на политику России на Каспийском море.

В 2000-е годы ситуация изменилась: если ранее государство было приватизировано крупными корпорациями, то теперь возникает государство-корпорация. Сложилось такое положение дел, при котором высшие государственные чиновники прямо или косвенно контролируют энергетические компании. Снова, хотя и несколько по-иному, возникает возможность смешения политических и экономических мотивов принятия решений. При этом ситуация осложняется возможностью слияния личных интересов лиц, принимающих ответственные решения, и интересов государственных.

2. Вторая дилемма: ответственность или «свобода рук» по отношению к внутрирегиональным игрокам

Неоднозначны не только цели, но и средства российской энергетической политики в Центральной Азии. Одна из дилемм в этой сфере формулируется следующим образом. Должна ли наша страна брать на себя ответственность за стабильное развитие энергетического сектора в Центральной Азии или для нее предпочтительнее занять позицию стороннего игрока, который только эксплуатирует ресурсы региона, стараясь как можно меньше в него вкладывать?

Эта дилемма является крайне важной для России по следующим причинам: 1) энергетика играет ключевую роль в экономиках всех центрально-азиатских стран и является ключом к их стабильному развитию; 2) развитие региональной энергетики сталкивается с очень серьезными социальными и политическими рисками, связанными с объективной неспособностью стран Центральной Азии самостоятельно, без существенной внешней помощи, решить комплексные проблемы развития; 3) центральноазиатские страны ищут таких внешних партнеров в энергетической сфере, которые позволили бы им решить комплексные проблемы развития; 4) из-за наличия транспортной монополии, а также из-за весомого политико-экономического регионального влияния России от нее неизбежно начинают требовать включенности в решение комплексных проблем региона.

Для стран Центральной Азии энергетический сектор является ключевым. Об этом свидетельствуют данные таблицы, где показано соотношение мест в мире экономик центральноазиатских стран в ВВП по ППС и их положение в мире

Т а б л и ц а

Положение в мире экономик Центральной Азии по объемам ВВП по ППС, добыче энергетических ресурсов, производству и потреблению электроэнергии (2005 год)

| Страна/ положение в мире | ВВП по ППС | Добыча нефти | Потреб- ление нефти | Добыча газа | Потреб- ление газа | Генерация электри- чества | Потреб- ление элек- тричества |
|--------------------------------|---------------|-----------------|---------------------------|----------------|--------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| Казахстан | 57 | 21 | 55 | 30 | 37 | 38 | 38 |
| Узбекистан | 79 | 50 | 67 | 13 | 15 | 13 | 15 |
| Туркменистан | 90 | 45 | 75 | 15 | 36 | 87 | 87 |
| Киргизия | 141 | 101 | 150 | 84 | 89 | 80 | 98 |
| Таджикистан | 145 | 108 | 108 | 81 | 83 | 75 | 73 |

Источник: аналитические данные ЦРУ (см: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>).

по добыче и потреблению нефти и газа, генерации и потреблению электричества. Из представленных данных явствует, что место энергетики в ВВП рассматриваемых стран чрезвычайно высоко по сравнению с мировыми аналогами.

У Казахстана и Туркменистана существенную долю их валютных поступлений составляет экспорт соответственно нефти и газа. Благополучие этих двух стран напрямую зависит от развития углеводородного сектора (21 место в мире по добыче нефти у Казахстана и 15 место по добыче газа у Туркменистана). Хотя в Узбекистане энергетика в меньшей степени может претендовать на роль экономического локомотива, но и его хозяйство в существенной мере зависит от добычи газа и генерации электричества (13 место в мире по обоим показателям). Надежды на развитие экономик Таджикистана и Киргизии во многом связаны с гидроэнергетикой — благодаря наличию очень значительных ресурсов (60,5% регионального гидропотенциала у Таджикистана и 31,1% регионального гидропотенциала у Киргизии)².

Все центральноазиатские страны имеют очень амбициозные программы развития энергетики, на которые «завязаны» их планы экономического развития в целом. В нефтяной промышленности Казахстана планируется довести добычу до уровня 70 млн тонн в 2008 году, до 87—88 млн тонн к 2010 году, до 140—148 млн тонн к 2015 году, до 168—170 млн тонн в 2020 году. Объем экспорта нефти в 2010 году должен составить 70—75 млн тонн, в 2015 году — 120—125 млн тонн, в 2020 году — до 145—150 млн тонн. Казахстан также предполагает довести добычу газа до 29 млрд куб. м в 2007 году, 36 млрд куб. м к 2010 году, 43 млрд куб. м к 2015 году и 60 млрд куб. м к 2020 году. Объем экспорта газа к 2010 году должен составить там 12 млрд куб. м, а к 2015 году³ — 24,8 млрд куб. м.

Туркменистан, согласно официальным документам⁴, также планирует фантастическое увеличение добычи газа и нефти. В 2007 году Туркменистан

² Central Asia: Regional electricity export potential study / World Bank. Washington, D.C., 2004, December.

³ Постановление Правительства Республики Казахстан от 9 апреля 1999 года № 384 «О Программе развития электроэнергетики до 2030 года»; Программа развития газовой отрасли республики Казахстан на 2004—2010 годы, 2004; Государственная программа освоения казахстанского сектора Каспийского моря, 2003; Программа развития нефтехимической промышленности Республики Казахстан на 2004—2010 годы, 2004; Программа развития ресурсной базы минерально-сырьевого комплекса страны на 2003—2010 годы, 2002.

⁴ «Стратегия экономического, политического и культурного развития Туркменистана на период до 2020 года»; «Стратегия развития нефтегазового комплекса Туркменистана на период до 2020 года».

был намерен экспортировать 58 млрд куб. м газа. Уже в 2010 году добычу газа предполагается довести до 120 млрд куб. м, а экспорт его должен составить 100 млрд куб. м. Добыча нефти к 2010 году должна возрасти до 48 млн тонн, в том числе экспорт — до 33 млн тонн. К 2020 году предусматривается доведение уровня добычи нефти до 100 млн тонн в год и газа до 240 млрд куб. м в год.

Узбекистан планирует увеличить добычу природного газа к 2015 году до 110 млрд куб. м, то есть почти в два раза⁵!

В Киргизии планируется довести выработку электроэнергии к 2010 году до 18,8 млрд кВт/ч, к 2020 году — до 22,6 млрд кВт/ч, к 2025 году — до 27,46 млрд кВт/ч. Объем экспорта электроэнергии в 2007 году предполагается увеличить до 1,7 млрд кВт/ч, к 2020 году — до 4,1 млрд кВт/ч, к 2025 году — до 5,9 млрд кВт/ч⁶.

Таджикистан предполагает довести выработку электроэнергии к 2010 году до 19,5 млрд кВт/ч. К 2010 году правительство планирует создать экспортный потенциал в объеме 4,0—4,6 млрд кВт/ч, а к 2015 году — 9,2 млрд кВт/ч в год⁷.

Многие из этих амбициозных планов, предполагающие рост производства и экспорта на 200—400% к 2020 году, представляются не вполне реалистичными. В то же время рост центральноазиатской энергетики по многим показателям на 150—200% к 2020 году вполне достижим. Это позволяют сделать как имеющиеся запасы, так и растущий спрос на энергетическое сырье на мировых рынках. Столь мощный рывок в энергетике мог бы способствовать решению очень многих проблем региона. Однако проблему представляет наличие очень *серьезных социально-политических рисков* (внутриполитических, международно-региональных, связанных с мировой политикой).

Внутриполитические риски. Политические режимы, сложившиеся в странах региона, являются персоналистскими. Они основаны на доминировании фигуры президента, использующего (в разных странах в неодинаковых пропорциях) для упрочения своей власти различного рода патронатно-клиентские сети и силовые структуры. Для такого рода систем серьезными вызовами являются моменты смены лидеров. Возрастной фактор указывает на возможность смены президента в пяти—семилетней перспективе в двух крупнейших странах региона: Казахстане и Узбекистане. Последующая борьба за власть может вызвать серьезную дестабилизацию в масштабах всего региона.

Граничащие между собой в области Ферганской долины Узбекистан, Таджикистан и Киргизия подвержены очень серьезным внутривнутриполитическим угрозам, связанным с деятельностью религиозно-экстремистских и террористических групп. Эта угроза подкреплена негативными тенденциями в социальной сфере, вызванными, в частности, резким ростом населения и увеличением доли безработной молодежи. Негативные социально-демо-

⁵ Указ Президента Республики Узбекистан от 22 февраля 2001 года № УП-2812 «Об углублении экономических реформ в энергетике Республики Узбекистан»; Азиатская энергетическая стратегия. Проект Международного института современной политики ко второму заседанию Форума ШОС, состоявшемуся 15 июня 2007 года.

⁶ Законы Киргизской Республики (КР) «Об электроэнергетике» и «Комплексные основы развития КР на период до 2010 года»; «Программа развития нефтегазовой отрасли КР до 2010 года» (утверждена постановлением Правительства КР от 5 декабря 2001 года № 763); «Программа развития экспорта и импортозамещения КР на 2007—2010 годы» (утверждена постановлением Правительства КР от 9 февраля 2007 года № 43).

⁷ Концепция развития отраслей топливно-энергетического комплекса Республики Таджикистан на период 2003—2015 годов. Утверждена Постановлением Правительства Республики Таджикистан от 3 августа 2002 года № 318.

графические и экологические проблемы региона резко усиливаются благодаря общему кризису идентичности, характерному для всех постсоветских стран, и распространению радикальных религиозных и политических идей, компенсирующих возникший вследствие этого вакуум.

Международно-региональные риски. Центральноазиатские государства практически не используют существующий в их энергетиках потенциал сотрудничества, заложенный еще в советское время. В частности, структура распределения ресурсов в регионе могла бы позволить организовать эффективный обмен гидроэнергии из вышележащих по течению рек стран на углеводороды из нижележащих стран. В результате было бы обеспечено снабжение Киргизии и Таджикистана нефтью и газом, а Казахстан, Узбекистан и особенно Туркменистан могли бы не использовать углеводороды для получения электричества. Таким образом, стал бы возможным существенный рост экспорта нефти и газа из региона.

Существуют очень серьезные разногласия лежащих выше и ниже по течению рек стран, не позволяющие оптимизировать выработку электроэнергии в Киргизии и Таджикистане. Нижележащие страны (в первую очередь Узбекистан) даже препятствуют строительству новых гидроэлектростанций в вышележащих странах, обосновывая это необходимостью обеспечения водного баланса региона.

Многие части Центральной Азии не имеют международно признанных границ, а чересполосица владений, особенно в Ферганской долине, очень высока. Узбекистан в одностороннем порядке захватил там ряд спорных местностей, заминировав подходы к ним и построив различные военно-инженерные сооружения. Предметом разногласий между странами является национальная принадлежность ряда ключевых с точки зрения энергетики территорий, в том числе тех, где расположены значительные месторождения углеводородов. Наиболее весомый конфликт такого рода — спор Туркменистана и Азербайджана по поводу владения месторождениями на Каспии. Серьезные территориальные претензии на тот сектор Каспия, который Азербайджан считает своим, выдвигает и Иран.

Все эти разногласия вплетены в сложный клубок международно-региональных проблем, которые пока находятся в состоянии замороженных конфликтов.

Риски, связанные с мировой политикой. Центральноазиатские государства практически полностью зависят от внешних инвесторов в таких областях, как получение финансовых средств и новых технологий добычи природных ресурсов, прокладка трубопроводов. Геополитическая конкуренция внешних игроков за ресурсы региона и их противоречия сдерживают развитие энергетики Центральной Азии. Столкновение интересов крупных держав также создает атмосферу неопределенности в вопросах направления экспортных потоков региона, даже в краткосрочной перспективе.

США блокируют возможности транспортировки центральноазиатских нефти и газа *через Иран в Европу или в Персидский залив*. В результате этот маршрут пока используется лишь европейскими компаниями, работающими на Каспии в рамках «своповых» соглашений с Ираном.

Позиции Ирана и России служат препятствием *для строительства трубопроводов через Каспийское море в Азербайджан*. Пока по этому маршруту танкерами экспортируется казахская нефть, в частности через модернизированный порт Актау. Здесь существуют перспективы роста экспорта — до 20 млн тонн в год. Также имеются весьма реалистичные планы соединения нефтегазовых платформ на западном и восточном побережье Каспия, что

позволит перебрасывать в Азербайджан дополнительные объемы углеводородов для транспортировки в Европу.

Продолжающийся конфликт в Афганистане, а также разногласия между Индией и Пакистаном полностью блокируют строительство *газопровода из Туркмении по южному маршруту*.

В целом проблема заключается в *невозможности развивать только энергетику региона — без решения комплексных проблем его модернизации*. Политические риски и отсталая социальная инфраструктура сдерживают развитие энергетики. «Как показала практика, реализация дорогостоящих масштабных экономических проектов в регионах со слаборазвитой инфраструктурой может привести к углублению очаговости и мозаичности экономического пространства, а следовательно, и к нерентабельности самих проектов...»⁸. Если Центральная Азия будет дестабилизирована так же, как и Афганистан, то окажется невозможным функционирование каких бы то ни было трубопроводов, поскольку их не удастся защитить от возможных диверсий.

Эту комплексную проблему развития, включающую клубок сложных внутренних и внешних проблем, страны региона не сумеют решить только своими силами. Она требует серьезных вложений ресурсов и политических усилий извне. Причем существенная часть этих ресурсов должна пойти на неэкономические и соответственно не дающие никакой денежной отдачи военно-политические, социальные и культурные проекты.

«...Страны Центральной Азии становятся уже не объектом, а субъектом мировой политики и могут играть исходя из собственных интересов. Основной из них — получение предложения, решающего весь комплекс имеющихся проблем — от экономических до цивилизационных. В свое время принадлежность к Советскому Союзу предлагала именно такое решение: защиту от внешних угроз и подавление экстремизма, доступ к технологиям и инфраструктуре, интеграцию в союзные и международные хозяйственные связи, гарантии соблюдения интересов местных элит, гуманитарное развитие. Сегодня национальное руководство стран Центральной Азии ищет новый вариант комплексного решения, иной по сравнению с временами СССР»⁹. Следовательно, тот внешний игрок, который хочет получить контроль над энергетическими ресурсами ЦА, должен инвестировать существенные средства в комплексное развитие стран региона.

Россия представляет собой крупнейшего внешнеторгового партнера стран Центральной Азии, уступающего по многим параметрам лишь ЕС. После слияния в 2005 году Организации Центрально-Азиатского сотрудничества с ЕврАзЭС, последняя структура, будучи российским интеграционным проектом, является главной международно-региональной экономической организацией. Сохранение российского контроля над основными маршрутами транспортировки энергетического сырья из Центральной Азии в Европу еще больше увеличивает экономическую роль и ответственность РФ. В рамках таких структур, как ОДКБ и ШОС (в последней — наряду с Китаем), Россия также выступает как бесспорный гарант безопасности региона. Соответственно от России, играющей столь существенную роль в экономике и политике Центральной Азии, ее региональные партнеры не могут не требовать участия в их комплексном развитии. Ее отказ от затрат в этой сфере неизбежно приводит к потере влияния, поскольку страны Центральной Азии начинают искать других, более перспективных внешних партнеров.

⁸ Экономические интересы России в сопредельных регионах. М.: МГИМО, 2000. С. 43.

⁹ Яценко Е. Не проиграть в Центральной Азии // Ведомости. 2007. 5 сентября.

Однако это всего лишь одна из сторон дилеммы. С другой стороны, *Россия не готова нести столь существенные затраты на стабилизацию и развитие Центральной Азии*, поскольку сама имеет массу нерешенных социальных проблем и огромное количество внутренних политических рисков. Кроме того, российская энергетика и социально-экономическая сфера в целом также нуждаются в очень серьезных инвестициях. *С точки зрения российских национальных интересов нельзя не задать вопрос: почему России выгоднее вкладывать деньги в комплексное развитие Центральной Азии, а не своих собственных богатых энергетическими ресурсами регионов, прежде всего Западной и Восточной Сибири, Северного Кавказа?*

Хорошо известно, что в советское время, когда Россия проводила политику развития Центральной Азии, ее баланс в торговле с регионом и в финансовом субсидировании республик был в долгосрочной перспективе отрицательным (исключение являл собой только Туркменистан)¹⁰. Более того, Россия в период с конца XIX и на протяжении XX века не только создавала в Центральной Азии промышленную и городскую инфраструктуру, но и «вывозила» туда своих квалифицированных рабочих и служащих. Наконец, Центральная Азия, в силу разворачивавшихся в ней социально-демографических процессов (например, в Туркменистане и Таджикистане уже в 1980-е годы наблюдалась дезурбанизация, то есть сокращение относительной доли городского населения и возникновение аграрного перенаселения), все больше превращалась в «тормоз» на пути модернизации России¹¹. В этом плане, возможно, было бы ошибочно повторять советский опыт серьезной вовлеченности России в регион.

Именно такие аргументы в основном приводят сторонники политики «свободы рук». Кроме того, далеко не всякая неопределенность и нестабильность в Центральной Азии автоматически наносит ущерб российским энергетическим интересам. Например, неопределенность статуса Каспийского моря дает возможность блокирования путей транспортировки энергетических ресурсов через него в Европу — в обход России.

С 1991 года до середины 1990-х годов (до указа президента Б. Н. Ельцина от 14 сентября 1995 года № 940 «Об утверждении Стратегического курса РФ с государствами — участниками СНГ») Россия почти официально проводила политику уменьшения своего присутствия в регионе с целью сокращения расходов на помощь экономически более отсталым республикам бывшего СССР. При этом предполагалось, что притягательность российского рынка и общая связь экономик (включая трубопроводную и электроэнергетическую инфраструктуру), созданная еще в советские времена, будут по-прежнему обеспечивать тяготение региона к России.

С середины 1990-х годов был взят курс на реинтеграцию Центральной Азии вокруг России, поскольку стало очевидно, что существует возможность окончательного подрыва как политического влияния, так и экономических связей в регионе — в пользу США, ЕС, Турции, Китая и других внешних игроков. В частности, надежды на возможность вечного сохранения транспортно-энергетической монополии были поставлены под сомнение проектами

¹⁰ Правда, эти оценки нельзя назвать корректными из-за запутанной методики их получения, которая, в свою очередь, является следствием специфики советской системы цен и финансовых трансфертов. Поэтому представители многих центральноазиатских республик в настоящее время их оспаривают. Более того, эта точка зрения стала официальной и зафиксирована даже в школьных и вузовских учебниках.

¹¹ *Вишневский А.* Серп и рубль. Консервативная модернизация в СССР. М.: Объединенное гуманитарное издательство, 1998.

сооружения транскаспийских нефтепроводов и газопроводов, вызвавших очень серьезную тревогу у политической и экономической элит России.

Тем не менее выбор в пользу политики ответственности за регион так и не был сделан ни во вторую половину президентства Б. Н. Ельцина, ни в период президентства В. В. Путина. С одной стороны, Россия в 1995—2008 годы продолжала пытаться реинтегрировать вокруг себя бывшие республики. С другой стороны, в связи с усилением прагматической ориентации своей внешней политики Россия неуклонно сокращает расходы на помощь странам СНГ. Таким образом, в настоящее время дилемма не только не решается, но и все больше обостряется.

3. Третья дилемма: сотрудничество или конкуренция с другими внешними игроками

Взаимодействие с другими внешними игроками в регионе еще больше обостряет описанную выше дилемму ответственности или свободы рук. По сути, это оборотная сторона противоречий, связанных со средствами политики России в регионе.

Наличие других крупных внешних игроков может оказаться для России как злом, так и благом. Здесь все зависит от того, будут ли эти игроки с ней сотрудничать или конкурировать.

С одной стороны, *России было бы выгодно сотрудничать с другими внешними игроками для того, чтобы разделить с ними риски и ответственность в регионе*, забрав себе огромную долю доходов от эксплуатации его природных ресурсов.

С другой стороны, Россия не может не опасаться, что и другие крупные внешние игроки будут вести себя сходным образом. *Нефтяные корпорации США, стран ЕС и Китая, прикрываясь на первых порах сотрудничеством, могут со временем экономически полностью вытеснить компании России из региона*. При этом Россия будет продолжать нести затраты по поддержанию стабильности в регионе, например в рамках ОДКБ.

Это неприемлемо для России не только по причине экономических потерь. После существенного уменьшения российского влияния на значительной части постсоветского пространства (Украина, Молдавия, Грузия, Азербайджан)¹² Центральная Азия остается наиболее «дружественным» регионом, где Россия обладает большим политическим весом. Центральноазиатские страны и связанная с ними проблематика преобладают во всех созданных Россией интеграционных структурах на постсоветском пространстве (ЕврАзЭС, ОДКБ, ШОС). В случае потери влияния на центральноазиатские государства преобладающим форматом в отношениях России с постсоветскими странами окончательно станет двухсторонний. *Поэтому потеря влияния на центральноазиатскую энергетику будет означать и конец российского влияния на постсоветское пространство, а также — провал всех пророссийских интеграционных проектов*.

Однако у других внешних игроков тоже есть свои очень серьезные политико-экономические интересы. Так, для ЕС, Китая (а в перспективе — Турции, Пакистана, Индии и даже в определенной степени Японии) Центральная Азия является важным потенциальным фактором обеспечения стабильного снабжения энергетическим сырьем. Для США Центральная Азия важна политически — в целях увеличения американского влияния на постсоветское

¹² Nikitin A. The End of the “Post-Soviet Space”. The Changing Geopolitical Orientations of the Newly Independent States. London, 2007.

пространство и — в перспективе — усиления геополитического противостояния России и Китаю, а также стабилизации ситуации в Афганистане, на Ближнем и Среднем Востоке.

Таким образом, в энергетике Центральной Азии сложилась парадоксальная ситуация. Избавиться от растущего числа различного рода угроз и рисков можно только объединенными усилиями всех внешних игроков. Однако все внешние игроки заинтересованы в получении как можно больших выгод, уповая на то, что отрицательные моменты достанутся другим. В результате складывается классическая математическая «дилемма узника», то есть ситуация, когда внешние игроки, опасаясь обмана со стороны друг друга, отказываются сотрудничать между собой. При этом за счет геополитического противостояния внешних игроков число угроз и рисков для энергетики Центральной Азии только увеличивается, что было показано выше на примере анализа рисков, связанных с мировой политикой.

Наличие «дилеммы узника» в энергетической политике Центральной Азии ведет к тому, что сотрудничество внерегиональных сил становится случайным, нестабильным и имеет очень серьезные ограничения.

Сотрудничество России с США и странами ЕС в эпизодическом масштабе имело место в первой половине 1990-х годов (например, по поводу ядерного оружия Казахстана), а также — в рамках антитеррористической коалиции в начале 2000-х годов. Оно позволило решить ряд очень важных комплексных проблем, однако оказалось очень недолгим.

Сотрудничество России с Китаем в рамках ШОС намного более стабильно. Однако уже сейчас Россия довольно осторожно относится к китайским планам ускорения экономической интеграции в рамках ШОС. Ведь в этом случае не только Центральная Азия, но и сама Россия может превратиться в энергетическо-сырьевой придаток растущей китайской экономики.

По мере расширения трубопроводной инфраструктуры, связывающей Центральную Азию с Китаем (проекты транспортировки в Китай казахстанской нефти и туркменского газа), также растет и конфликтный потенциал в отношениях между Россией и Китаем. Экономически он достаточно очевиден. Во-первых, в отличие от транзита в Западную Европу, Россия не будет получать никаких денег за экспорт казахской нефти в Китай. Во-вторых, интересы России (как покупателя и перепродавца туркменского газа) и Китая (как покупателя) могут столкнуться в случае, если они начнут претендовать на одни и те же объемы его добычи.

Однако существуют и политические аспекты этой проблемы. *Из-за китайских трубопроводов Россия уже в ближайшее время фактически потеряет монополию на транзит центральноазиатского энергетического сырья.* Следовательно, ослабнет зависимость центральноазиатских стран от России и усилится многовекторность их внешних политик. Соответственно за счет России вырастет политическое влияние Китая на постсоветском пространстве в целом. Кроме того, играя на противоречиях между Россией и Китаем, Казахстан, Туркменистан и Узбекистан смогли довести цены на поставляемый России газ до уровня мирового рынка.

4. Четвертая дилемма: максимизировать или минимизировать объемы добычи энергетического сырья в регионе

Эта дилемма, касающаяся собственно объекта (прежде всего нефти и газа), представляется наиболее сложной для энергетической политики России в Центральной Азии.

Рассмотрим прежде всего аргументы в пользу минимизации. Поддержание эффективной сырьевой монополии исторически достаточно часто связано с возможностью серьезно ограничивать объемы его добычи. Хорошим историческим примером здесь может служить политика голландской Ост-Индской компании, десятилетиями в XVII веке контролировавшей рынок пряностей благодаря концентрации их производства на определенных индонезийских островах.

Аналогичные соображения применимы и к вопросу о сохранении российской трубопроводной монополии. Если добыча нефти и газа в регионе вырастет слишком серьезно, то ее уже невозможно будет контролировать. Большие объемы производства привлекут интерес внешних игроков и ускорят строительство альтернативных нефте- и газопроводов.

Если учесть, что для собственных нужд Казахстану необходимо 18—20 млн тонн нефти, то возможные объемы экспорта к 2015 году могут составить 130 млн тонн. При этом имеющиеся на сегодня мощности транспортных систем, связанные с Россией, позволяют экспортировать около 61 млн тонн нефти¹³.

Примерно такая же ситуация складывается и с туркменским газом. Его запасы и степень их извлекаемости в точности неизвестны. Приведенные выше официальные планы довести добычу до 120 млрд куб. м к 2010 году и до 240 млрд куб. м к 2020 году выглядят фантастическими. Тем не менее Туркменистан может очень быстро вновь выйти примерно на те же объемы добычи газа, которые он имел в советское время, то есть приблизительно 80—90 млрд куб. м. В отличие от планов независимого Туркменистана, планы советского времени добывать в Туркменистане около 100 млрд куб. м газа вряд ли базировались на нереалистичной оценке геологических ресурсов. Следовательно, и такие объемы добычи в краткосрочный период могут быть достигнуты.

Существующая инфраструктура газопровода Средняя Азия—Центр (даже с учетом его планируемого расширения) и проектируемый Прикаспийский газопровод не способны пропускать такие объемы; с учетом того, что по этим маршрутам, в случае сохранения транспортной монополии России, могут пойти одновременно с туркменским узбекский и казахский газ, добыча которых также должна существенно вырасти.

С этой точки зрения России для поддержания трубопроводной монополии пришлось бы способствовать увеличению политических рисков для развития региональной энергетики. Например, если оставаться в пределах относительно цивилизованных форм противостояния, то речь могла бы идти о твердом выражении несогласия и создании дипломатическо-юридических препятствий для строительства альтернативных трубопроводов (что и имеет, например, место на Каспийском море).

В будущем же логика поддержания трубопроводной монополии любой ценой может потребовать и менее цивилизованных форм политики, связанных с искусственным созданием политических рисков для развития энергетики региона. Это может быть достигнуто, к примеру, путем нагнетания военно-политической напряженности. Экономический механизм здесь прост. Увеличение рисков автоматически повышает себестоимость проектов и соответственно снижает интерес международных инвесторов к ним. Однако резкое увеличение политических рисков в центральноазиатском регионе ударит и по самой России.

¹³ Нефтегазовый сектор Центральной Азии и сценарии региональной интеграции / Фонд «Наследие Евразии» // Экономическое обозрение ЕврАзЭС. 2006. № 3 (8). С. 6—13.

Другая причина интереса России к минимизации добычи энергетического сырья в Центральной Азии постоянно обсуждалась на Западе в начале—середине 1990-х годов. Именно это обсуждение дало старт реализации политики диверсификации маршрутов поставки сырья в обход России США и Евросоюзом.

Аргументация была следующей. Россия сама выступает в качестве экспортера сходных видов энергетического сырья на том же европейском рынке. В этом плане Центральная Азия не может не восприниматься ею как конкурент. Поэтому (особенно в условиях падения цен, имевшего место в 1990-е годы) всегда существовало искушение использовать позицию России как транспортного монополиста (и даже потенциал неопределенности и нестабильности в регионе) для ограничения доступа центральноазиатских энергетических ресурсов в Европу.

Подобная политика минимизации добычи для недопуска нового сырья на рынки очень долгое время проводилась по отношению к туркменскому газу. Лишь сегодня наблюдаются осторожные попытки отказаться от такой политики. В 1990-е годы руководитель Газпрома Рем Вяхирев открыто заявлял, что не пропустит через российскую территорию ни одного кубометра казахстанского газа. Экспорт в Европу казахстанской нефти через старые советские трубопроводы также был существенно ограничен. Как отмечалось в начале статьи, Россия долгое время блокировала расширение проекта транспортировки казахстанской нефти по трассе КТК Тенгиз—Новороссийск. Правда, там мотивировка была связана не столько с ограничениями поставки на рынок для недопущения конкуренции, сколько с получением максимальной прибыли от транспортной монополии.

В перспективе сходные проблемы могут возникнуть и в сфере электроэнергетики. Россия сама пытается занять существенное место на перспективных рынках электроэнергии стран ЕС и Восточной Азии. Потенциал ее гидро-, тепло- и атомной энергетики при соответствующих инвестициях вполне это позволяет. Зачем ей тогда нужны конкуренты на этих рынках в виде таджикских и киргизских гидроэлектростанций?

Однако имеются и очень серьезные аргументы в пользу максимального участия России в развитии центральноазиатской энергетики.

Во-первых, существует устойчивая зависимость между успешным социально-экономическим развитием стран «ближнего зарубежья» и ситуацией в самой России. Социально-экономические, как и чисто человеческие, связи между Россией и Центральной Азией по-прежнему очень сильны. Любое негативное развитие событий в Центральной Азии может отрицательно сказаться на ситуации в России. Выше мы уже показали, что ТЭК играет ключевую роль в экономиках стран Центральной Азии. Если Россия в интересах поддержания транспортной монополии и повышения цен на внешних рынках будет «душить» центральноазиатскую энергетику, то это подорвет стабильность не только в странах этого региона, но и в самой РФ.

Во-вторых, согласно действующей внешнеполитической стратегии России, утвержденной еще в 2000 году, постсоветское пространство является важнейшим внешнеполитическим приоритетом нашей страны. В недавно выпущенном Министерством иностранных дел России документе под названием «Обзор внешней политики Российской Федерации» (2007 год) вновь отмечено: «Отношения со странами СНГ являются главным приоритетом российской внешней политики»¹⁴. Тот же самый тезис, в еще более острой форме

¹⁴ Обзор внешней политики Российской Федерации. 27.03.2007.

был повторен президентом Д. А. Медведевым в связи с российско-грузинским конфликтом (теперь речь идет даже о зоне приоритетного влияния РФ). Если Россия действительно стремится к интеграции с центральноазиатскими государствами, то взаимовыгодное сотрудничество в сфере ТЭК — одна из немногих экономических сфер, где это возможно.

В-третьих, концепция «великой энергетической державы» и «ответственности России за глобальную энергетическую безопасность» предполагает активную международную экспансию российских энергетических компаний. Центральная Азия является перспективным регионом с точки зрения возможностей капиталовложений. Кроме того, политика минимизации добычи ресурсов в Центральной Азии как раз подрывала бы энергетическую безопасность мира в целом, что противоречит декларированным интересам РФ.

В-четвертых, концепция «великой энергетической державы» предполагает также рост влияния политики России на мировые цены на энергетическое сырье. Для этого необходимо согласовывать позиции нашей страны с позициями других производителей нефти и газа (например, в плане давно обсуждаемого проекта формирования «Газовой ОПЕК»). Центральноазиатские государства могут стать важными партнерами в этом направлении внешне-экономической политики России. Однако такое сотрудничество вряд ли будет возможно в случае проведения Россией политики фактического подрыва ТЭК центральноазиатских стран.

В-пятых, Россия является транзитером и перепродавцом существенной части топливно-энергетических ресурсов, добываемых в Центральной Азии. И она претендует на сохранение этой роли. Следовательно, для увеличения прибылей ей выгодно строить новые газо- и нефтепроводы через свою территорию. Для этого необходимо, чтобы в регионе добывалось больше нефти и газа.

Наличие очень серьезных политических дилемм позволяет с достаточно высокой степенью вероятности предсказать, что энергетическую политику России в Центральной Азии довольно сложно оптимизировать. Причины этого носят абсолютно объективный характер. Они не связаны с качеством управления. В долгосрочной перспективе политика России будет постоянно колебаться между различными противоречащими друг другу вариантами — стремлением увеличить прибыли или политическое влияние, вкладывать ресурсы в комплексное развитие региона или обеспечить себе «свободу рук», сотрудничать или не сотрудничать с крупными внерегиональными игроками, максимизировать или минимизировать объем добываемых в регионе ресурсов. Партнерам России при взаимодействии с ней необходимо учитывать данные характеристики российской внешней политики.

ФОРМИРОВАНИЕ И ИСПОЛНЕНИЕ КОНСОЛИДИРОВАННОГО БЮДЖЕТА ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА

Сулайман РЕШИЕВ

кандидат экономических наук,
начальник отдела экономического
и бюджетного планирования
Департамента отраслевой политики
Администрации Президента
и Правительства Чеченской Республики,
доцент ЧГУ

Ойковоча • Полтка

• OIKONOMIA • POLITIKA

С 2006 года Чеченская Республика перешла на полномасштабный режим работы финансовой системы — в частности, упорядочены и законодательно регламентированы бюджетное устройство и бюджетный процесс республики. В отличие от периода 2003—2005 годов статус бюджета 2006 года был утвержден в форме республиканского закона, то есть он был повышен с юридической точки зрения. Были разграничены финансовые полномочия районного и республиканского уровней бюджетов внутри бюджетной системы республики. С 2006 года также установлен статус органов исполнительной власти республики как распорядителей бюджетных средств, упорядочены система кассового исполнения бюджета и порядок представления финансовой отчетности бюджетополучателями всех уровней бюджетной системы республики.

Согласно отчету Правительства Чеченской Республики о мерах по повышению эффективности расходов бюджета республики, представляемому на основании соглашения по повышению эффективности бюджетных расходов в соответствии с требованиями п. 4 ст. 130 Бюджетного кодекса Российской Федерации, Правительство республики в 2006 году не допустило необоснованного роста численности работников учреждений сектора государственного управления, задолженности по заработной плате и социальным выплатам, а также

кредиторской задолженности по коммунальным выплатам перед поставщиками энергоресурсов и службами жилищно-коммунального комплекса республики. Следует отметить, что вышеназванный пункт Бюджетного кодекса РФ налагает серьезные ограничения на субъекты РФ, в бюджетах которых доля межбюджетных трансфертов (за исключением субвенций) из федерального бюджета в течение двух из трех последних отчетных финансовых лет превышала 60% объема собственных доходов консолидированного бюджета субъекта Российской Федерации.

Консолидированный бюджет Чеченской Республики до сих пор рассчитывают «прямым счетом», то есть с учетом отчетных данных о поступлении налоговых и неналоговых доходов, коэффициентов инфляции, прогнозируемых Министерством экономики и торговли Российской Федерации, на основе данных о бюджетной сфере, с учетом роста заработной платы работников бюджетной сферы, установленной на федеральном уровне.

В 2007 году консолидированный бюджет Чеченской Республики исполнен в целом с перевыполнением плана, утвержденного законом о бюджете. Доходы его составили немислимую доселе сумму — 63 540 565 093,34 руб., а расходы — 60 606 096 122,76 руб. Таким образом, профицит консолидированного бюджета республики в 2007 году составил 2 934 468 970,58 руб. Большинство показателей доходной части консолидированного бюджета выполнено на уровне, предусмотренном законом о бюджете. Положения, источником финансирования которых является федеральный уровень бюджетной системы Российской Федерации, выполнены строго в размерах, предусмотренных законом о бюджете, а в некоторых случаях заметно перевыполнены. Конечно, здесь следует учесть, что некоторые из этих показателей были увеличены в соответствии с индексами роста затрат на различные бюджетные услуги, принятыми на федеральном уровне.

Анализируя доходную часть консолидированного бюджета республики, формируемой из собственных доходов региона, мы пришли к выводу, что прогноз разработчиков закона республиканского бюджета в этой части серьезно отклоняется от фактического положения дел. Так, по очень многим показателям доходной части консолидированного бюджета республики, источниками формирования которых являются собственные доходы, прогнозные данные сильно отклоняются от фактических. В таких случаях в эконометрическом моделировании говорят, что выбранная модель (функция) для описания поведения того или иного показателя слабо аппроксимирует (сглаживает) наблюдаемое значение этого показателя, то есть наличие неадекватности модели описываемому ею процессу. Таким образом, в этой сфере, на наш взгляд, в будущем предстоит организовать работу на принципах точного определения налоговой базы по каждому виду налога. Такая работа должна носить максимально творческий характер, так как от этого напрямую зависит степень роста собственных доходов в консолидированном бюджете республики, а значит, и степень роста ее инвестиционной привлекательности.

Структурный анализ исполнения консолидированного бюджета республики показывает, что:

- структура бюджета чрезмерно перекошена в сторону безвозмездных перечислений из федерального бюджета — он крайне зависим от конъюнктуры федеральной бюджетной политики по отношению к республике;
- отсутствует диверсифицированная структура рыночной экономики республики, отвечающая современным требованиям и вызовам;
- не проработаны меры финансово-экономической политики по увеличению собственной налоговой базы республики;

- расчеты некоторых прогнозных показателей как в доходной, так и в расходной части осуществляются произвольно.

Приведенные ниже рисунки отражают структуру консолидированного бюджета за последние годы и являются наглядным подтверждением сделанных выше выводов (рис. 1, 2). Приведенные диаграммы, с одной стороны, показывают крайнюю диспропорцию прежде всего в доходной части консолидированного бюджета республики, а с другой — свидетельствуют об отсутствии продуманной экономической и финансовой политики в республике. Они также говорят о слабости организации фискальной политики. Так, *налог на прибыль организаций* в основном формируется за счет ОАО «Грознефтегаз»: его доля в 2007 году составила 435,2 млн рублей¹, то есть 60% от всего дохода в консолидированный бюджет по данному виду налога. Заслуга экономических и фискальных служб республики в создании налоговой базы по этому виду налога, к сожалению, на сегодняшний день невелика.

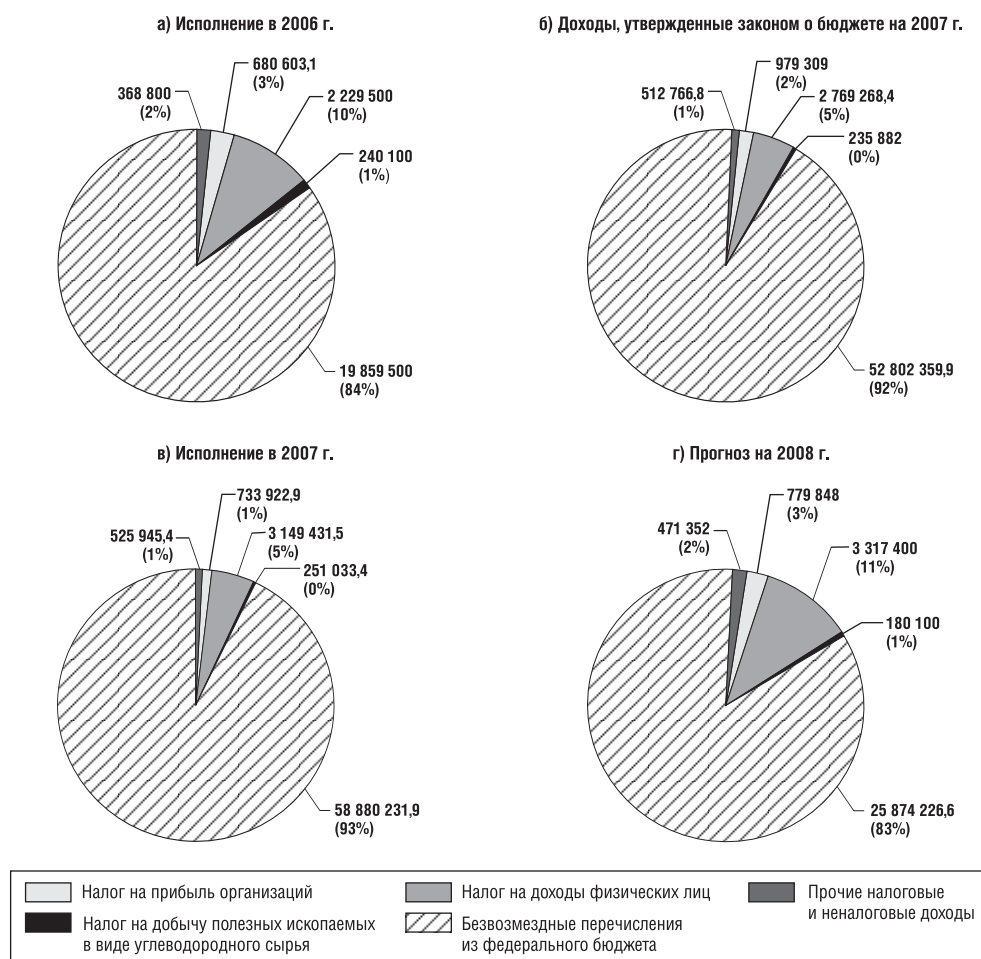


Рис. 1. Структура доходной части консолидированного бюджета Чеченской Республики за последние годы (тыс. рублей)

¹ См.: Аналитическая справка «О работе налоговых органов Чеченской Республики по мобилизации налоговых платежей в бюджетную систему Российской Федерации за 2007 год» УФНС России по Чеченской Республике № 20-06-21/0371 от 01.02.2008 г.

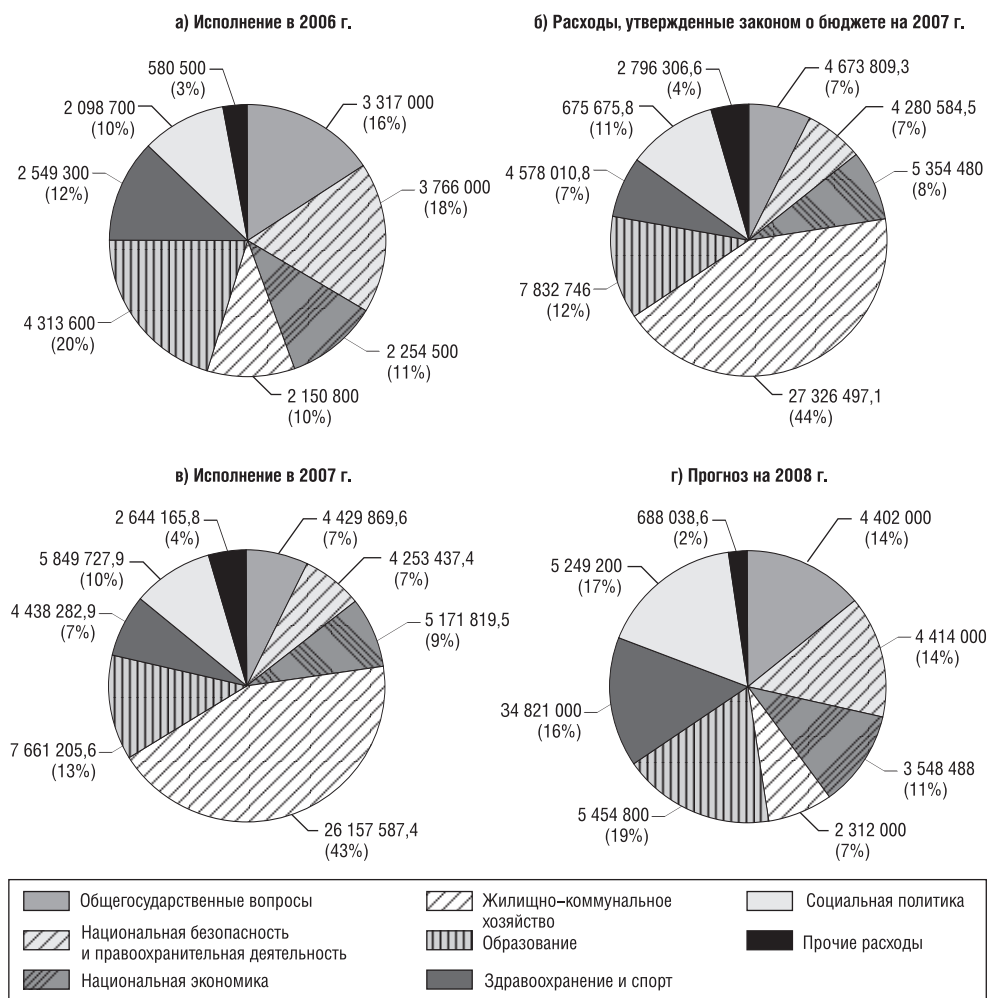


Рис. 2. Структура расходной части консолидированного бюджета Чеченской Республики за последние годы (тыс. рублей)

Налог на доходы физических лиц практически формируется за счет подоходного налога на заработную плату бюджетников согласно пункту 1 статьи 224 Налогового кодекса Российской Федерации (98,1%); его изымают при начислении заработной платы. Таким образом, данный вид налога является легко собираемым, и заслуга фискальных органов республики по его сбору в консолидированный бюджет республики невелика. Работа по обоснованному увеличению налоговой базы по данному виду налога ответственными службами (институтами) республики ведется крайне слабо.

Налог на добычу полезных ископаемых практически формируется за счет нефти, ее доля в 2007 году составляет 251,0 млн рублей², то есть 99,9% от всего дохода в консолидированный бюджет по данному виду налога. Республиканскими экономическими и фискальными службами по определению объективной налоговой базы по данному виду налога и его эффек-

² О работе налоговых органов Чеченской Республики по мобилизации налоговых платежей в бюджетную систему Российской Федерации за 2007 год.

тивному сбору, к сожалению, до сих пор практически ничего не сделано. В результате деятельность в этом секторе экономики республики носит хаотичный характер, с заметным ущербом для консолидированного бюджета, дисциплины в области налоговых платежей, экологии и социально-психологического климата в республике.

Безвозмездные перечисления из федерального бюджета осуществляются в соответствии с пунктами 2–7 статьи 131 Бюджетного кодекса РФ. Высокая дотационность консолидированного бюджета республики отрицательно сказывается как на экономической, так и на политической ситуации в регионе, непосредственно влияя на его имидж. Так, на Чеченскую Республику распространяется пункт 4 статьи 130 Налогового кодекса РФ:

«Дотации из Федерального фонда финансовой поддержки субъектов Российской Федерации и бюджетные кредиты из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации, для которых в двух из трех последних отчетных лет доля указанных дотаций в общем объеме собственных доходов превышала 60%, в течение трех финансовых лет начиная с очередного финансового года предоставляются при условии подписания и соблюдения условий соглашений с Министерством финансов Российской Федерации о мерах по повышению эффективности использования бюджетных средств и увеличению налоговых и неналоговых доходов бюджета субъекта Российской Федерации».

Пункт 5 статьи 131 Бюджетного кодекса РФ гласит³:

«Уровень расчетной бюджетной обеспеченности субъекта Российской Федерации с учетом дотаций из Федерального фонда финансовой поддержки субъектов Российской Федерации не может превышать уровень расчетной бюджетной обеспеченности с учетом дотаций из Федерального фонда финансовой поддержки субъектов Российской Федерации иного субъекта Российской Федерации, который до распределения дотаций Федерального фонда финансовой поддержки субъектов Российской Федерации имел более высокий уровень расчетной бюджетной обеспеченности».

Таким образом, в Чеченской Республике в 2007 году, при самом низком уровне расчетной бюджетной обеспеченности до распределения дотаций Федерального фонда финансовой поддержки субъектов Российской Федерации, зафиксирован минимальный уровень расчетной бюджетной обеспеченности среди всех субъектов Российской Федерации и после распределения дотаций Федерального фонда финансовой поддержки субъектам Российской Федерации. Другими словами, это говорит о том, что Чеченская Республика имела в 2007 году самый слабый бюджет среди всех субъектов Российской Федерации по основным его характеристикам. *Безвозмездные перечисления из федерального бюджета в 2007 году составили 58 880,2 млн рублей, или 93% от всех доходов консолидированного бюджета.* Несмотря на то что в последние годы в этой статье заложены значительные средства, направленные на восстановление социально-экономической сферы Чечни, в ней, к сожалению, не предусмотрено создание современной экономической структуры с учетом ее потенциала и особенностей. Таким образом, высокая зависимость консолидированного бюджета Чечни от безвозмездных перечислений из федерального бюджета сохранится, на наш взгляд, до тех пор, пока федеральный центр и республиканская власть не осознают необходимость создания современной конкурентоспособной экономики в Чечне в интересах единства и стабильности страны.

³ Утратил силу с 1 января 2008 года.

Под прочими налогами и неналоговыми доходами мы понимаем все остальные доходы консолидированного бюджета, кроме вышеперечисленных видов дохода. Республиканские экономические и фискальные службы достигли определенных успехов в сборе этих доходов в консолидированный бюджет Чечни: в 2007 году — 525,9 млн рублей, или 142,6% по сравнению с 2006 годом. Однако даже если данным службам полностью принадлежит заслуга по сбору этих доходов в консолидированный бюджет республики, значение ее до сих пор невелико (1% от доходов бюджета), что не позволяет высоко оценить работу этих служб. Столь малое участие в формировании доходной части консолидированного бюджета всех республиканских служб *говорит в целом о крайней слабости (нецелостности) экономической политики республики.*

Расходная часть консолидированного бюджета Чеченской Республики и ее структура еще далеки от оптимального уровня с учетом опыта успешных аналогов. Как мы видим из рис. 2, многие из основных показателей расходной части бюджета в 2007 году не достигли прогнозных значений, хотя и приблизились к ним вплотную. Отличительная особенность расходной части консолидированного бюджета за 2007 год — то, что главной статьей в нем является ЖКХ (26 157,6 млн рублей, или 43% от всех расходов бюджета), то есть расходы на восстановление жилого сектора республики. Доли образования и здравоохранения в расходах консолидированного бюджета Чечни также существенны: 7661,2 млн (13%) и 4438,2 млн (7%) рублей соответственно. Это говорит о том, что в этих сферах в 2007 году проведена огромная работа по восстановлению и строительству объектов (элементов) социальной инфраструктуры. Вместе с тем удельный вес национальной экономики в расходной части консолидированного бюджета Чеченской Республики остается в последние годы относительно небольшим (в 2007 году — 5171,8 млн рублей, или 9% от всех расходов бюджета), что является, на наш взгляд, серьезным недостатком расходной части. Расходы по этой статье следует значительно увеличить в целях ликвидации последствий военных действий на территории республики и создания современной конкурентоспособной экономики, что в интересах как самой Чечни, так и Российской Федерации в целом.

Таким образом, более половины расходов из расходной части консолидированного бюджета республики сделаны по статье «капитальные расходы». Данный фактор является подтверждением желания федерального центра восстановить Чечню и интегрировать ее в единую социально-экономическую систему страны.

Чеченской Республике крайне важно с учетом опыта подавляющего большинства регионов России перейти от бюджета «затрат» к бюджету, ориентированному на результат. Сводный доклад по расходной части консолидированного бюджета республики необходимо формировать на базе докладов о результатах и основных направлениях деятельности ее министерств и ведомств с учетом прогноза и плана ее социально-экономического развития. Процесс подготовки данного документа должен быть максимально прозрачным и сопровождаться профессиональным обсуждением. Основой для принятия решений о финансировании должны служить реальные результаты. Бюджетирование, ориентированное на результат (БОР), — система формирования и расходования бюджета, отражающая взаимосвязь между затраченными бюджетными ресурсами и полученными результатами, оценивающая экономическую и социальную эффективность тех или иных видов деятельности, финансирующихся из бюджета.

На основании проведенного выше анализа основных характеристик исполнения консолидированного бюджета Чеченской Республики в 2007 году можно сделать следующие выводы:

- республика имеет крайне слабую экономику по сравнению с другими регионами Юга России, и работа по улучшению ее структуры до сих пор практически не ведется;
- институты, определяющие и реализующие бюджетную и фискальную политику на территории республики, отличает крайне слабая работа;
- республике необходимо перейти от бюджета «затрат» к бюджету, ориентированному на результат, с учетом опыта успешных аналогов, то есть перейти от неэффективной «затратной» модели к системе формирования и расходования бюджета, отражающей взаимосвязь между затраченными бюджетными ресурсами и полученными результатами, а также оценивающей экономическую и социальную эффективность тех или иных видов деятельности, финансирующихся из бюджета;
- Чеченской Республике необходимо принципиально улучшить координацию и взаимодействие всех институтов на ее территории, которые призваны формировать и реализовывать социально-экономическую политику республики с целью вывода ее по основным социально-экономическим характеристикам на конкурентный уровень с другими регионами Южного федерального округа;
- необходимо обеспечить в будущем реальную прозрачность (характер обсуждения) процессу формирования и принятия консолидированного бюджета республики в интересах его оптимизации.

Для реального повышения инвестиционной привлекательности Чеченской Республики необходимо решить, наряду с оптимизацией бюджетного устройства и бюджетного процесса, в интересах самой республики и страны в целом следующие задачи (многие из которых актуальны и для других территорий Южного федерального округа, прежде всего для «слабых» регионов):

1. Создание и полноценная реализация нормативно-правовой базы, отвечающей требованиям современной рыночной экономики.

2. Формирование ускоренными темпами на территории республики полноценных современных рыночных институтов, прежде всего территориального учреждения Банка России, таможенной службы и фондового рынка, с учетом позитивного опыта отечественной и мировой практики.

3. Более четкое определение статуса нефтяной отрасли республики в пользу последней, без чего невозможно полноценно восстановить экономику Чечни, интегрировать ее в единое социально-экономическое пространство ЮФО и России в целом, а также вывести ее в обозримом будущем из сверхдотационного состояния и привлечь в ее экономику внешние инвестиции.

После передачи нефтяной отрасли в ведение правительства Чеченской Республики необходимо реорганизовать ее и создать Чеченскую нефтяную корпорацию (ЧНК), чтобы координировать действия всех предприятий, вовлеченных в указанную отрасль. Это должно привести к централизации продажи нефти и к улучшению рыночной конкурентоспособности республики. ЧНК необходимо сформировать собственную сеть распространения, маркетинга и розничной продажи очищенных нефтепродуктов как по регионам Российской Федерации, так и по странам СНГ в интересах максимизации ее дохода. При этом следует изучить и учесть опыт успешных аналогов, прежде всего Кувейта⁴ и Республики Татарстан⁵.

⁴ См.: The Middle East and North Africa. L., 1993. P. 380—756.

⁵ См., например: <http://www.tatneft.ru/dobycha.htm>.

4. Создание опережающими темпами полноценной экономической инфраструктуры при приоритетном развитии всех видов линий коммуникации как внутри республики, так и с зарубежными странами, отвечающих мировым стандартам (связь, железные и автомобильные дороги, авиалинии, электрические сети, нефте-, газо- и водопроводы и т. д.), а также материально-технической базы здравоохранения, образования и науки.

В условиях рыночной конкуренции между регионами страны федеральный центр должен в сжатые сроки решить проблемы монопольного положения в Чеченской Республике оператора мобильной связи «МегаФон», реального придания международного статуса Грозненскому аэропорту. Сегодня из-за нерешенности этих проблем и из-за отсутствия на территории Чечни полноценной таможенной службы экономика республики продолжает нести огромные потери. Об этом свидетельствует, в частности, тот факт, что транспорт и связь Чеченской Республики практически не участвуют в создании валового регионального продукта (ВРП), в то время как, например, в Краснодарском крае их удельный вес в ВРП составляет 18%⁶.

5. Развитие и укрепление интеграционных связей с другими регионами России. Федеральный центр — при непосредственном участии полномочного представителя Президента РФ в ЮФО — должен решительно ликвидировать все созданные между территориями данного округа искусственные барьеры с целью формирования единого рынка ЮФО, а также, в интересах всех субъектов округа и государства в целом, организовать постоянный мониторинг состояния в сфере транзита между территориями округа на уровне ЮФО и на базе полученных результатов наблюдений предпринимать оперативные шаги по пресечению нарушений, имеющихся на любой территории округа.

6. Развитие международного сотрудничества Чеченской Республики. В целях решения этой задачи необходимо создать современные институциональные и инфраструктурные условия для внешнеэкономической деятельности республики при активном участии федерального центра. Развитие этого направления с учетом позитивного опыта отечественной и мировой практики придаст мощный импульс инновационным процессам на территории республики.

Однако в обозримом будущем решить вышеперечисленные задачи своими собственными силами Чеченская Республика не в состоянии ни в политическом, ни в экономическом плане — вследствие крайней ограниченности ее ресурсов. Отсюда следует, что успех (или неудача) в достижении поставленных целей как федеральным центром (повышение собственных доходов в бюджетах дотационных регионов посредством увеличения их налоговых баз), так и Правительством Чеченской Республики (привлечение инвестиций в экономику региона) в условиях республики всецело зависит от федерального центра.

⁶ Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации. 2006: Стат. сб. / Росстат. 2006. С. 288.

КАТАСТРОФА РЕЗЕРВНЫХ ТРЕБОВАНИЙ 1935—1938 ГОДОВ*

Ричард ТИМБЕРЛЕЙК

Оіковона • Політка

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ • ΠΟΛΙΤΙΚΑ

На протяжении 1920—1930-х годов денежно-кредитная политика ФРС—Казначейства сначала ограничивала деловую активность, затем спровоцировала ее сжатие и, наконец, вызвала депрессию. Даже когда экономика была зажата в тисках суровой денежно-кредитной политики, никто из чиновников ФРС—Казначейства, казалось, не осознавал неравновесия сложившейся ситуации. Большинство экономистов и банкиров также не смогли понять этого. Представители ФРС заявляли, что «низкие» процентные ставки являлись признаком кредитного изобилия и отсутствия денежных ограничений. Поскольку рыночные процентные ставки практически сошли на нет, «денег» предположительно было очень много. В действительности же количество денег, которыми — на основании научных расчетов и своевременно — центральный банк должен обеспечивать экономику, было крайне мало¹.

Часть проблемы заключалась в ложной доктрине реальных векселей, на основе которой строило свою кредитную политику большинство коммерческих банков, а впослед-

* *Timberlake R. H. The Reserve Requirement Debacle of 1935—1938 // The Freeman: Ideas of Liberty. 1999. Vol. 49. No 6.*

¹ Эта статья в значительной степени опирается на выдающийся и исчерпывающий анализ Великого сжатия и Великой депрессии, осуществленный Милтоном Фридменом и Анной Шварц: *Friedman M., Schwartz A. J. A Monetary History of the United States, 1867—1960. Princeton: National Bureau of Economic Research and Princeton University Press, 1963.* Я дополнил их объяснение некоторыми материалами из моей книги: *Timberlake R. Monetary Policy in the United States: An Intellectual and Institutional History. Chicago: University of Chicago Press, 1993.*

ствии — чиновники ФРС. Считалось, что если банкиры и предприниматели не занимали деньги по существовавшим в то время ничтожным ставкам, то их предприятия просто были недостаточно производительными для того, чтобы оправдать дополнительные ресурсы. В соответствии с этой точкой зрения производство товаров, услуг и капитала ведет к производству денег через механизм банков и золотого стандарта. На самом деле, когда производство денег является областью человеческих решений, то все происходит наоборот: если люди *ничего* не делают, чтобы на *какой-либо* основе снабжать деньгами экономику, экономическая машина остается бесхозной.

Еще одним недостатком денежно-кредитной политики, усугубившим ограничение денежной массы со стороны ФРС, было официальное отношение к так называемому золотому стандарту (*the gold standard*). С 1920-х годов золотой стандарт превратился в досадное неудобство, встроенное в кредитно-фискальную программу правительства таким образом, чтобы не создавать препятствий для реализации текущих приоритетов денежно-кредитной политики.

1. Эклектичная модель

Казначейство и ФРС успешно находили предлоги, оправдывавшие прошлые ошибки. Представители ФРС сформулировали эклектичную модель экономики, согласно которой депрессия является общемировой и вызвана множеством независимых причин. Они часто, например, повторяли: «Денежная политика — как веревка. За нее можно тащить, но ею нельзя толкать». Приверженцы коллективизма были только рады услышать, что рыночный порядок, основанный на индивидуальной частной собственности и на принципе верховенства права, не может выкарабкаться из глубокой депрессии.

Еще одним фактором, мешавшим найти выход из лабиринта депрессии, стало повышение цены золота, в результате которого все золото было сконцентрировано в Вашингтоне и погребено в подземельях Казначейства. Государственная собственность на золото и незаконность частного владения золотом оставили золоту только одну функцию — служить балластом в фундаменте здания Казначейства США, чтобы его не раскачивали ураганы.

В середине 1930-х годов произошло еще более удивительное событие. Только-только начали появляться признаки запоздалого оживления, частично вызванного денежным расширением на основе масштабной монетизации золота, как чиновники ФРС—Казначейства решили, что непрерывный приток золота создает высокий риск... *инфляции!* Чиновники этих двух учреждений пришли к выводу, что теперь наиболее подходящей тактикой для ФРС будет повысить резервные требования для коммерческих банков, воспользовавшись новыми полномочиями, предоставленными Законом о банках 1935 года. Одновременно Казначейство должно было возродить методы стерилизации золота, применявшиеся Федеральной резервной системой в 1920-х годах. Совет управляющих ФРС воспринимал ситуацию, сложившуюся в денежной сфере в середине 1930-х годов, как удобную возможность испытать на практике новый инструмент — механизм резервных требований.

2. Резервы и нормы резервирования

Прежде чем продолжить, следует, наверное, пояснить, что такое нормы резервирования банков и каковы полномочия центрального банка в отноше-

нии законодательно установленных резервных требований. Норма резервирования банка — это отношение эффективных резервов банка к его обязательствам до востребования (*demand obligations*), то есть к вкладам на текущих счетах (*checking deposits*). Она выражается либо в виде десятичной дроби, либо в процентах. Резервы всегда состоят из наличных денег, таких как золото, серебро и другие законные платежные средства. Все виды законных платежных средств (*legal tender currency*) эмитируются или гарантированы государством. К ним относятся гринбеки, серебряные сертификаты, золотые сертификаты, банкноты центральных банков и казначейские билеты. С 1913 года *основным законным платежным средством* (*principal currency*) стали банкноты федеральных резервных банков, эмитируемые двенадцатью федеральными резервными банками.

Резервами также являются резервные депозиты, которые *коммерческие банки* — члены *федеральной резервной системы* (*member banks*) держат в федеральных резервных банках. Остатки на этих счетах федеральные резервные банки используют для клиринга обязательств до востребования *подведомственных им банков* к другим банкам. Они похожи на счета домохозяйств и предприятий в коммерческих банках, на которые их владельцы выписывают чеки при проведении повседневных сделок. Все эти виды резервов — законодательно установленный окончательный источник средств для погашения вкладов до востребования (и банкнот в XIX веке), являющихся (являвшихся) побочным продуктом ссудной и инвестиционной деятельности банков.

До того как государство стало требовать создания резервов в законодательном порядке, банкиры имели собственные резервные счета. Определяя, какие резервы следует создавать против обязательств до востребования, банкир обычно принимал в расчет множество обстоятельств: степень изменчивости своей ссудной деятельности, особенности географического расположения банка (сельский или городской), близость к финансовым центрам, время года, общую экономическую ситуацию. Особое внимание уделялось банковскому законодательству, создававшему дополнительные институциональные ограничения для других видов деятельности банка. Банковское законодательство было весьма обременительным. Возможно, потому, что все законодатели знали, что банки так или иначе создают деньги, и считали своей обязанностью защитить своих избирателей от этих «хищников».

Очевидно, что степень значимости многих факторов, оказывающих влияние на принятие решения об объеме резервов, с течением времени изменялась. В этом случае банкир корректировал коэффициент резервирования (*adjust the ratio*), расширяя или сокращая выдачу кредитов и ссуд заемщикам. Какими бы ни были резервы банкира, они находились в его распоряжении и он знал, что сможет в полном объеме использовать их в случае возникновения угрозы паники или какого-либо чрезвычайного происшествия.

На первый взгляд, логично считать определение минимальных резервных требований функцией государства, чем-то напоподобие полицейской защиты. Именно это имелось в виду, когда Конгресс впервые рассматривал данную идею в середине 1830-х годов (в связи с тем, что Казначейство США разместило на депозитах в частных банках средства, полученные от продажи земли и таможенных пошлин). Тогда Конгресс рассматривал план, требовавший зафиксировать для всех банков, где имеются счета Казначейства США, минимальный установленный законом резерв на уровне 20%. Сначала это предложение встретило широкую поддержку. Однако после некоторых раздумий и «повторного обсуждения» (*“reconsideration”*), законодатели решили отойти от конкретных предписаний и предоставить

право оговаривать резервные требования к банкам, имеющим счета государственных органов, секретарю казначейства².

Правительства некоторых штатов начали законодательно устанавливать резервные требования для банков в 1840-х годах. Затем Закон о национальных банках (National Bank Act), принятый во время Гражданской войны в 1863 году, установил резервные требования для всех национальных банков. Этот закон выделял три класса банков (описанных в предыдущей статье): банки, расположенные в центральных резервных городах (*central-reserve-city banks*); банки, расположенные в резервных городах (*reserve-city banks*) и банки нерезервных городов (все остальные)³. Резервы ненациональных банков (*non-national banks*) регулировались только законами штатов. Некоторые штаты вообще не предписывали формальных резервных требований⁴.

Разумеется, ни один банк (независимо от законодательства штата) не может работать, не имея определенных резервов для покрытия чрезвычайных потерь и резервов предусмотрительности (*contingency or providential reserves*). Существующая между банками конкуренция за депозиты и межбанковские кредиты (*loan-making opportunities*), а также клиринг расчетными палатами чеков, выписанных на банк, вынуждают банки поддерживать определенный объем резервов. Законодательное установление минимальных требований просто узаконивает то, что платежеспособные и ответственные банки, будучи предприятиями, покрывающими свои издержки, делали бы в любом случае для того, чтобы оставаться в бизнесе, — за одним исключением: *установленные законом минимальные нормативы* обычно фиксируют процентную норму (*percentage*) для широкой категории банков, и потому они несколько выше уровня, который поддерживали бы банки, будучи предоставленными самим себе. Законодательно установленные нормы резервирования выше, потому что регулирование должно охватывать широкий спектр банков, отличающихся друг от друга по уровню риска и по другим показателям, влияющим на уровень поддерживаемых резервов (*reserve maintenance requirements*).

Хотя законодательное установление минимальных резервных требований представляется разумным и стало частью общепринятой точки зрения, практика показала, что их наличие оказывает дестабилизирующее воздействие на банковскую и денежную системы. Во-первых, в зависимости от всех вышеперечисленных факторов «правильная» норма различна для разных банков. Поскольку «правильная» норма резервирования для одного и того же банка напрямую зависит от времени года, то государственный орган, даже обладающий абсолютной мудростью, не может задавать этот параметр для групп банков. Это еще один пример ошибки сводного регулирования (*synoptic regulatory delusion*).

Наконец, сама природа законодательно установленных резервных требований поднимает неразрешимый вопрос: если банк должен поддерживать минимальное отношение резервов к депозитам, то как он может использо-

² Подробнее об этом эпизоде см.: *Friedman M., Schwartz A. J. Monetary Policy in the United States. Ch. 4—5.*

³ К центральным резервным городам по классификации Федеральной резервной системы тогда относились Нью-Йорк, Чикаго, Сент-Луис (Англо-русский словарь по экономике и финансам / Под ред. А. В. Аникина. СПб.: Экономическая школа, 1993).

⁴ Например, штат Иллинойс не предписывал минимальных установленных законом резервов для банков, зарегистрированных (*chartered*) штатом, вплоть до принятия Закона о денежно-кредитном контроле 1980 года (Monetary Control Act), сделавшего создание минимальных установленных законом резервов обязательным для всех банков, независимо от штата, в котором они зарегистрированы. Практически ни в одной другой стране мира для коммерческих банков не устанавливаются резервные требования.

вать эти резервы, когда погашение им своих банкнот и депозитов снижает норму резервирования ниже законодательно установленного уровня?

Удовлетворительного решения этой дилеммы не существует до сих пор. В некоторых странах банковское законодательство позволяет банкам пользоваться обязательными резервами, платя существенные штрафы. Однако часто резервные требования рассматриваются как неснижаемый остаток, и несоблюдение данных требований дает банковским властям повод закрыть банк-нарушитель. В других случаях распространение информации о недостаточной норме резервирования напрямую ведет к разорению банка. Обладая компрометирующим потенциалом, законодательно установленные минимальные нормы превращают то, что могло послужить «подушкой безопасности» в виде готовых к использованию резервов на случай непредусмотренных погашений, в бесполезный неприкосновенный запас, который банки могут затронуть только в том случае, когда исчерпают все остальные ресурсы.

3. Неопределенные последствия

Влияние манипуляций с резервными требованиями (ставших возможными после того, как Закон о банках 1935 года наделил соответствующими полномочиями Совет управляющих Федеральной резервной системы) на денежную массу было весьма неопределенным. Увеличение банковских резервов в связи со значительным ростом объема монетизированного золота позволяло удвоить количество долларов (*dollar amounts*) при текущих резервных требованиях (7, 10 и 13% для различных типов банков). Несмотря на избыток резервов, банки не использовали их для инвестиций и кредитов домохозяйствам и предприятиям. Имея долларовые резервы, в два раза превышавшие установленную законом величину, банковская система, путем расширения кредита и депозитов до установленных законом пределов, могла бы удвоить объем вкладов до востребования⁵. В связи с тем, что банки не использовали полностью свой потенциал, возникает два вопроса: во-первых, какова была вероятность кредитной экспансии со стороны банков? Во-вторых, какое влияние она могла оказать на цены?

Мэрринер Экклс, новый председатель Совета управляющих Федеральной резервной системы, подобно многим чиновникам Казначейства и ФРС, считал, что этот резервный навес (*reserve overhang*) представляет опасность. В конце 1935 года он заявил, что на основе имевшихся резервов «потенциальное расширение банковского кредита может принять такие масштабы, что ФРС не сможет контролировать или оказывать влияние на предложение и стоимость денег». Он отметил, однако, что Совет управляющих пока не наблюдает «признаков чрезмерного расширения деловой активности или кредита»⁶.

В течение последующих шести месяцев продолжавшийся приток золота увеличил банковские резервы до 6 млрд долл., а избыточные резервы — до 3 млрд долл. Эти цифры убедили Экклса, а также других чиновников ФРС и Казначейства в целесообразности повышения резервных требований. Особенно полисимейкерам не нравилось то, что, обладая избыточными уста-

⁵ Здесь важно подчеркнуть, что банковская система, состоящая из коммерческих банков, не может осуществить такую экспансию преднамеренно и целенаправленно. Любая экспансия, предпринимаемая банками, всегда является результатом решений, принимаемых каждым банком в отдельности, и направлена на получение прибыли от успешных финансовых операций. Короче говоря, коммерческие банки не могли (и не могут) проводить денежно-кредитную политику. Это может делать только центральный банк.

⁶ *Eccles M. Beckoning Frontiers. New York: Alfred Knopf, 1951. P. 287.*

новленными законом резервами (*excess legal reserves*), банки оказываются вне контроля ФРС. Как только избыточные резервы превращаются в обязательные, банки опять оказываются на коротком поводке у полисимейкеров из ФРС. «Даже если повышение составит 50%, — заключает Эклс, — оставшиеся резервы все равно будут превышать текущие и ожидаемые потребности бизнеса и могут послужить более чем адекватной основой для масштабной кредитной экспансии»⁷.

В августе 1936 года Совет управляющих ФРС под давлением Федерального банка Нью-Йорка повысил резервные требования на 50%. Это повышение сделало половину — 1,5 млрд долл. — имеющихся у банков резервов недоступными. Однако избыточные установленные законом резервы (*excess legal reserves*) банков все еще составляли 1,5 млрд долл. Поэтому в начале 1937 года Совет управляющих ФРС снова принял решение в марте и мае повысить резервные требования, чтобы «поглотить» (“*top up*”) оставшиеся избытки. Общий объем резервов, перешедших из разряда «избыточных» в разряд «обязательных», составил 3 млрд долл.

Масштаб этого изменения будет легче понять, если сравнить его с эквивалентным долларовым объемом продаж государственных ценных бумаг на открытом рынке. Как отмечают М. Фридмен и А. Шварц, 3 млрд долл. «составляли четвертую часть совокупной массы денег повышенной эффективности (*high-powered money*)». Поскольку общий объем государственных ценных бумаг в портфеле федеральных резервных банков составлял всего лишь 2,4 млрд долл., то Федеральный комитет по открытому рынку, возможно, просто был не в состоянии осуществить столь важную продажу на открытом рынке. Эта идея даже никогда не рассматривалась⁸.

Идея повышения резервных требований поддерживалась и за стенами ФРС—Казначейства. Типичной в этом смысле является точка зрения Бенджамина М. Андерсона, консервативного критика как политики Нового курса в целом, так и денежно-кредитной политики в частности. Андерсон отмечал, что увеличение избыточных резервов слабо влияет на процентные ставки. Поэтому уменьшение резервов путем повышения резервных требований будет иметь очень незначительный противоположный эффект⁹.

Аргументация Андерсона отражает общепринятую экономическую логику того времени. Денежная политика может влиять на финансовый и деловой климат только за счет ограниченного влияния на процентные ставки. Поскольку ставки уже достигли дна, избыточные банковские резервы не имеют значения, а их ликвидация не причинит никакого вреда¹⁰.

4. Противоречия в аргументации

В комментариях Андерсона и Эклса, как и в комментариях других наблюдателей, содержалось явное противоречие. С одной стороны, избыточ-

⁷ Eccles M. Op. cit. P. 288—289.

⁸ Friedman M., Schwartz A. J. A Monetary History of the United States. P. 532. Авторы проанализировали политический и внутриправительственный расклад сил в процессе формирования (денежно-кредитной) политики. Восстановленная ими картина демонстрирует, насколько важна была (и остается) неэкономическая составляющая в действиях органов, которые предположительно должны полностью посвятить себя добросовестному руководству денежной системой и экономикой.

⁹ Anderson B. M. Economics and the Public Welfare: A Financial and Economic History of the United States, 1914—1946. Indianapolis: Liberty Press, 1979 (1949). P. 405.

¹⁰ Ibid. P. 432—433.

ные резервы не являлись денежным стимулом для восстановления нормального уровня деловой активности, с другой стороны, они вели к кредитной экспансии, способной породить инфляцию. Какое же из этих суждений является правильным?

Простой эмпирический анализ легко позволяет оценить потенциал влияния существовавших на тот момент избыточных резервов на уровень цен. Однако тогда никто не удосужился его провести. Необходимо дать ответ на следующие вопросы: (1) Сколько денег могла произвести банковская система на основе имевшихся в ней резервов, прежде чем денежные власти практически свели на нет избыточные установленные законом резервы? (2) Насколько высока была вероятность того, что расширение денежной массы приведет к инфляции? (3) Наконец, насколько вероятно, что коммерческие банки увеличивали бы свои кредитные и депозитные счета до этого максимума?

Практические ответы на два первых вопроса можно получить из следующей таблицы, содержащей денежные показатели и данные о занятости и уровне цен за тот период. Колонки (1) и (2) показывают величину депозитов и резервов *коммерческих банков — членов Федеральной резервной системы* на соответствующие даты. Колонка (3) показывает обязательные резервы на те же даты. Колонка (4) — разность между колонками (2) и (3) — отражает избыточные установленные законом резервы.

В колонке (5) показано, насколько увеличился бы объем депозитов, если бы банки, на основе имевшихся у них избыточных резервов, увеличили выдачу кредитов и инвестиции до полного исчерпания установленных в соответствующие периоды времени лимитов. Колонка (6) — это денежная масса M2 (сумма наличных денег и вкладов до востребования плюс срочные вклады в коммерческих банках) на указанные даты. Следовательно, максимальная денежная масса, которая могла возникнуть в результате кредитной экспансии банков (колонка (7) — «максимальная денежная масса»), равна сумме колонок (5) и (6).

Колонка (8) — «денежная масса при полной занятости» (*full employment money stock*) — представляет собой оценочную величину и показывает, какой объем денег в обращении (M2) требовался экономике США, чтобы достичь полной занятости на соответствующие даты. Произведенная корректировка существовавшей денежной массы основывалась на двух теоретических соображениях. Во-первых, для обслуживания сделок с большим объемом товаров и услуг, которые были бы произведены при полной занятости рабочей силы, требуется больше денег. Во-вторых, большее количество денег потребовалось бы для того, чтобы вернуть цены на уровень 1929 года, когда экономика характеризовалась практически полной занятостью¹¹. В рыночной экономике, страдающей от жестокой безработицы, увеличение денежной массы одновременно вызывает оживление производства и повышение цен. (Выражаясь техническим языком, агрегированная функция предложения не является ни совершенно эластичной, ни совершенно неэластичной.)

¹¹ Эти поправки не учитывают возможные изменения скорости обращения денег. Опыт циклического изменения скорости обращения денег подтверждает, что она изменяется медленно и с запозданием. Более детальный анализ «денежной массы при полной занятости» см.: *Friedman M., Schwartz A. J. Monetary Policy in the United States. P. 292—294. Если бы структура цен в долларах была совершенно гибкой к понижению (perfectly flexible downward), то «полная занятость» была бы возможна при любом уровне цен. Однако в реальном мире 1930-х годов цены не обладали гибкостью к понижению, так как они уже упали «ниже плинтуса» (gone through the floor). К тому же на протяжении почти 10 лет программы, реализуемые государством, активно противодействовали понижению цен.*

Колонка (9) показывает — в процентах — избыток (+) или недостаток (–) денежной массы на соответствующую дату. Являющийся мерилем потенциальной инфляции, этот показатель рассчитывается путем деления колонки (8) на колонку (7) и вычитания (1) для того, чтобы представить избыток (или недостаток) в процентном отношении. Тем самым, в колонке (9) дана оценка инфляции, которую могла вызвать банковская система при существовавших в то время институциональных константах. В колонках (10) и (11) приведены данные по безработице и ценам в том виде, как их обычно измеряет Бюро статистики труда (Bureau of labor statistics). Для простоты за 100% взят показатель индекса цен 1929 года.

Как видно из колонки (9), максимальный потенциал инфляции в системе составлял всего 5,6% в июне 1936 года, как раз перед первым масштабным повышением резервных требований в августе 1936 года. После этого повышения инфляционный потенциал стал отрицательным (–9,5%), что означает, что при существующих условиях экономка уже не могла достичь полной занятости, независимо от масштабов экспансии коммерческих банков.

Т а б л и ц а

Депозиты и резервы коммерческих банков – членов Федеральной резервной системы, денежная масса, безработица и цены в 1935–1938 годы*

| Дата | Депозиты коммерческих банков | Резервы коммерческих банков | Обязательные резервы коммерческих банков | Избыточные резервы коммерческих банков (2)–(3) | Возможное увеличение депозитов коммерческих банков | Денежная масса M2 | Максимальная денежная масса M2 (5)+(6) | Денежная масса полной занятости | Инфляционный потенциал (7) | Безработица в процентах от рабочей силы | Цены, 1929=100 |
|------------|------------------------------|-----------------------------|--|--|--|-------------------|--|---------------------------------|----------------------------|---|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 1935 | | | | | | | | | | | |
| 31 декабря | 28,9 | 6,28 | 3,30 | 3,98 | 26,1 | 40,3 | 66,4 | 59,2 | +12,2 | 18,5 | 80,5 |
| 1936 | | | | | | | | | | | |
| 30 июня | 31,3 | 6,17 | 3,58 | 2,59 | 22,6 | 43,3 | 65,9 | 62,4 | +5,6 | 16,9 | 80,9 |
| 31 декабря | 32,2 | 7,33 | 5,28 | 2,03 | 12,5 | 45,0 | 57,5 | 63,5 | –9,5 | 15,6 | 82,6 |
| 1937 | | | | | | | | | | | |
| 30 июня | 37,3 | 7,38 | 6,50 | 0,88 | 4,4 | 45,2 | 49,6 | 61,5 | –19,3 | 14,3 | 83,8 |
| 31 декабря | 31,7 | 7,71 | 6,64 | 1,07 | 5,0 | 44,0 | 49,0 | 61,6 | –20,5 | 16,6 | 83,1 |
| 1938 | | | | | | | | | | | |
| 30 июня | 31,6 | 8,61 | 5,85 | 2,76 | 14,9 | 44,1 | 59,0 | 64,4 | –8,4 | 19,0 | 82,3 |

* Денежные показатели в млрд долл., показатели безработицы и цен в %.

Источники: Cagan Ph. Determinants and Effect of Changes in the Stock of Money, 1875–1960 / National Bureau of Economic Research. New York: Columbia University Press, 1965. P. 350; Board of Governors of the Federal Reserve System? Banking and Monetary Statistics. Washington, D.C., 1943. P. 396–397; Friedman M., Schwartz A. J. Monetary History of the United States, 1867–1960. Table A-1. P. 714–715.

Делая скидку на благонамеренное невежество, первое повышение резервных требований можно было бы простить. Оно компенсировало часть колоссального увеличения монетизации золота, спровоцированного не имеющим оправдания повышением цены золота, которое осуществил Рузвельт. Однако второе повышение в марте и мае 1937 года привело к тому, что наметившийся

подъем превратился в очередную циклическую катастрофу. «Инфляционный» потенциал упал до $-20,5\%$, а все основные индикаторы деловой активности стали отрицательными. К сентябрю рецессия стала очевидной. В середине 1938 года ФРС и Казначейство отменили некоторые ограничения, однако здоровая экономическая активность не возобновлялась до денежного расширения, произошедшего во время войны в 1941—1942 годах. Итак, ответ на первый вопрос ясен: в период между 1937 и 1941 годами никакой инфляции возникнуть не могло. К чему в действительности привела политика ФРС—Казначейства, так это к острой *рецессии*, которая еще сильнее подорвала доверие к рыночной системе.

На третий вопрос — насколько вероятно, что коммерческие банки увеличивали бы кредитные и депозитные счета до этого максимума — на основе денежных показателей ответить нельзя. Чтобы дать ответ на этот вопрос, наблюдатель должен представить себе логику типичного банкира, пережившего Великое сжатие, множество сомнительных мер Нового курса и резкое повышение резервных требований.

5. Осторожные банкиры

Начнем с того, что профессии банкира не свойственен радикализм. Банкиры управляют учреждениями, поддерживающими ликвидность на основе частичных резервов. Представьте себе, что банк после восьми лет денежных потрясений вдруг обнаруживает, что его установленные законом резервы удвоились менее чем за год. Вполне возможно, что до этого он в течение четырех—шести лет выпрашивал кредит у своего регионального федерального резервного банка. Во время кризисов в начале 1930-х годов в его коридорах толпились взволнованные вкладчики. Не исключено, что, пытаясь увеличить резервы и удовлетворить своих клиентов, этот банкир предлагал для учета региональному федеральному резервному банку «приемлемую ценную бумагу» своего банка. А кредитный комитет Федерального резервного банка вполне мог ответить, потянув время (*in “shaggy dog” term*), что эти ценные бумаги «недостаточно приемлемы», и отвергнуть заявку.

После такого ответа банкир мог сделать только один вывод: в случае дефицита ликвидности федеральный резервный банк его не спасет. Милтон Фридмен, проанализировавший этот сюжет в мельчайших деталях, заметил: «Горький опыт, приобретенный в 1929—1933 годах, научил банки тому, что поддержание... лишь минимальной величины [резервов], требуемой законом, недостаточно; на обязательные установленные законом резервы нельзя полагаться, не ставя банк под угрозу закрытия [по решению государственных органов банковского контроля]. ...Неудивительно, что те, кто пережил этот «холокост», осознали необходимость создавать собственную защиту от неожиданных требований (*unexpected demands*). [Банковские] вклады, превышавшие установленные законом обязательные резервы, в сущности представляли собой необеспеченные обязательства [банка], эффективными резервами покрытия которых могло служить только *превышение массы денег повышенной эффективности над обязательными резервами*»¹². Если банкиру

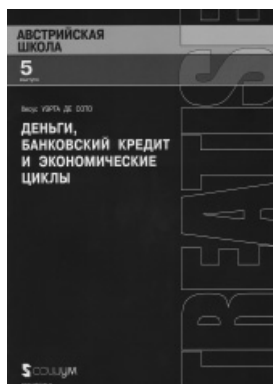
¹² *Friedman M.* A Program for Monetary Stability. New York: Fordham University Press, 1960. P. 46; аналогичный комментарий см.: *Friedman M., Schwartz A. J.* Monetary Policy in the United States. P. 348. Все банковские кризисы, случившиеся в период действия установленных государством резервных требований, подтверждают этот парадокс: создайте систему установленных законом обязательных резервов для банков и резервы станут невозможно использовать по их прямому назначению.

удалось пережить банковские кризисы того времени благодаря проведению более консервативной кредитной политики, то его консерватизм мог только усилиться. И вот, прежде чем банку удалось восстановить сколько-нибудь существенную долю доходов, получаемых до начала депрессии, Совет управляющих ФРС внезапно *удваивает* резервные требования. Ко всему прочему, Верховный суд только что поддержал аннулирование золотой оговорки в государственных контрактах, профсоюзы становились все более агрессивными, появились социальные налоги. Насколько прибыльными могли быть кредитные операции в подобных условиях? Каких новых проблем следовало ожидать от «кредитора в последней инстанции», который на самом деле должен был быть защитником?

Обязательные резервы — это не просто численные артефакты, но, как это ни парадоксально, на практике они не способны защитить обязательства банка. Однако они оказывают на поведение банкира весьма важное побочное воздействие. Из-за катастрофических ошибок в применении этого инструмента в 1930-е годы ФРС все меньше и меньше использует обязательные резервы в целях кредитно-денежного регулирования. Сегодня ФРС управляет денежной массой почти исключительно путем проведения операций на открытом рынке. И хотя установленные законом резервные требования не используются в качестве инструмента регулирования, их все равно следует полностью отменить, чтобы Совет управляющих ФРС не имел возможности снова ошибиться и спровоцировать денежную катастрофу, как это произошло в 1930-х годах. Банки будут сами управлять своими резервами, и резервы вновь начнут выполнять свою традиционную функцию.

Хесус УЭРТА ДЕ СОТО. Деньги, банковский кредит и экономические циклы.

Челябинск: Социум, 2008. — 677 с.



Книга посвящена всестороннему рассмотрению центрального института современного экономического порядка — банковского дела на началах частичного резервирования с центральным банком и роли этого института в регулярно повторяющихся экономических циклах «бум—крах». Первые три главы посвящены юридическим и историческим аспектам банковского дела с частичным резервированием от античности до наших дней: истории библейского Иерусалимского банка, банкиров в античных Греции и Риме, средневековой Флоренции, Испании XVI века и Голландии XVIII века показывают, что банковское дело с частичным резервированием не может существовать без предоставления банкирам привилегий со стороны государства, которых нет ни у какого другого вида бизнеса. Привилегии эти заключаются в праве не платить по своим долгам.

В главах 4—7 подробно объясняется, каким образом нарушение универсальных принципов права, выражающихся в невыполнении принципа 100-процентного резервирования, неизбежно ведет к кредитной экспансии и циклу «бум—крах».

Цикл начинается с понижения центральным банком ставки процента ниже рыночного уровня; в результате кредитной экспансии запускается бум: на рынке активов надуваются «пузыри», в реальной экономике начинают реализовываться долгосрочные проекты, рассчитанные на заведомо заниженную ставку процента, — ошибочные инвестиции. Однако экономический бум несет в себе семена своего кризисного прекращения: денежный спрос на инвестиции начинает превышать предложение реальных сбережений, вызывая ценовую инфляцию. Рано или поздно центральный банк вынужден повысить учетную ставку. Происходит кризис: лопаются «пузыри» на рынках активов и обнаруживается убыточность ошибочных инвестиций при новых, более высоких процентных ставках — стадия фондовых крахов и банковских паник. В ходе послекризисной депрессии происходит расчистка ошибочных инвестиций — производственная структура приспосабливается к новой структуре спроса.

Глава 8 посвящена разбору теорий, обосновывающих необходимость центрального банка и допустимость банковского дела с частичным резервированием. В завершающей 9-й главе книги автор обсуждает проблему реформирования современной денежной системы, базирующейся на сочетании неизменных денег и банковского дела с частичным резервированием.

Позиция авторов представленных в номере статей не всегда совпадает с позицией издателей журнала. Перепечатка, перевод, а также размещение материалов журнала «Экономическая политика» в Интернете только при согласовании с редакцией. При использовании материалов ссылка на журнал обязательна. Редакция оставляет за собой право не вступать в переписку с авторами и читателями. Присланные материалы не рецензируются и не возвращаются.

Издатель: АНО «Редакция журнала „Экономическая политика“».

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство ПИ № ФС77-25546.

Адрес редакции: 117571, Москва, просп. Вернадского, д. 82.

Тел.: (495) 933-80-52. E-mail: ec_policy@anx.ru.

Над номером работали: Е. Антонова (научное редактирование), В. Новиков (научное редактирование), О. Федосова (литературное редактирование и корректура).

Отпечатано в типографии ООО «Ако-Принт». 117218 Москва, ул. Б. Черемушкинская, д. 25, к. 97.

Тираж 2000 экз. Цена свободная.