

КОНКУРЕНТНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО И КАРТЕЛЬ: АНАЛИЗ ОТЛИЧИЙ

COMPETITIVE COOPERATION AND CARTEL: ANALYSIS OF DIFFERENCES

*A. Kalchenko
N. Ovechkina*

Annotation

Two main forms of cooperation with competitors—cartel and cooperation—were reviewed. Advantages and disadvantages of these two forms of cooperation were identified for participants of cooperation and for the market. During the research work the salient features of these forms of cooperation were compared with each other in order to reveal the best form of cooperation with competitors.

Keywords: market economy, cooperation with competitors, cartel, cooperation, private and general aims of companies.

*Кальченко Анастасия Андреевна
Национальный исследовательский
университет "Высшая школа экономики",
С–Петербург*

*Овечкина Наталия Алексеевна
Национальный исследовательский
университет "Высшая школа экономики",
С–Петербург*

Аннотация

Рассмотрены две формы взаимодействия с конкурентами: картель и конкурентное сотрудничество. Выявлены преимущества и недостатки этих двух форм сотрудничества с позиции участников сотрудничества и рынка. В ходе работы характерные признаки картеля и конкурентного сотрудничества сравнили между собой, чтобы выявить наилучшую форму взаимодействия с конкурентами.

Ключевые слова:

Рыночная экономика, взаимодействие с конкурентами, картель, конкурентное сотрудничество, частные и общие цели компаний.

Введение

Неотъемлемым условием нормального функционирования рыночной экономики на сегодняшний день является конкуренция. Покупатели компании являются основным источником ее дохода, поэтому фирмы стремятся установить с покупателями долгосрочные отношения. Они постоянно придумывают различные методы и способы совершенствования своих товаров или создают принципиально новые продукты удовлетворения потребностей покупателей, отличные от товаров-субститутов конкурентов. Но зачастую забывают, что успех любой фирмы определяется ее эффективным взаимодействием с внешней средой, которая включает в себя как потребителей, так и основных конкурентов. Более того, от эффективности и качества взаимодействия фирм с конкурентами зависит привлекательность выпускаемых товаров или услуг для ее целевой аудитории.

Сегодня выделяют две основные формы взаимодействия с конкурентами: непосредственно конкуренция и сотрудничество.

Сотрудничество между конкурентами зародилось еще в 19 веке, когда были созданы первые картели [9]. Но стремительно лидирующие позиции на рынке начинает занимать новая форма кооперации фирм – конкурентное сотрудничество.

Целью данной работы является детальное сравнение преимуществ и недостатков картеля и конкурентного сотрудничества, с целью выявления наилучшей формы взаимодействия фирм в сфере сотрудничества.

Для достижения данной цели мы сформулировали следующие задачи:

- ◆ Проанализировать механизм функционирования картеля и конкурентного сотрудничества;
- ◆ Выявление плюсов и минусов данных форм объединения предприятий;
- ◆ На основе проведенного сравнения выявить лучшую форму для сотрудничества фирм на рынке.

Обзор литературы

В начале исследования данной темы было обнаружено достаточное количество информации о функционировании картелей, однако существует не так много литературы, полезной для анализа внутренних механизмов работы такой формы взаимодействия как конкурентное сотрудничество.

Анализ существующих на сегодняшний день исследований российских и зарубежных авторов, рассматривающих функционирование картелей и конкурентного

сотрудничества, позволяет нам утверждать, что каких-либо публикаций, акцентирующих свое внимание на обобщении этих двух форм взаимодействия, пока нет.

Н. Гурин и А. Кириллина, [2] рассматривающие картель как традиционный способ взаимодействия конкурентов, дают ясное представление о том, как происходит кооперация фирм внутри картеля. На основе незаконного сговора конкурентов происходит монополизация рынка, что приводит к подрыву основ рыночной экономики и к искусственному росту цен.

Понятие конкурентное сотрудничество широко рассматривается Адамом Бранденбургером и Барри Нэйлбаффом в книге "Конкурентное сотрудничество в бизнесе" как новый подход в объединении кооперации и конкуренции. Главная идея конкурентного сотрудничества заключается в том, что совместная деятельность конкурентов направлена на поиск и расширение рынков, а не на бесконечную борьбу за потребителя. В результате конкурентного сотрудничества нет проигравших, а только выигравшие [1].

Эта теория получила свое дальнейшее развитие в других работах. В работе И. Д. Котлярова [4] конкурентное сотрудничество рассматривается как инструмент повышения эффективности деятельности предприятий. Он считает, что такое сотрудничество направлено на обеспечение совпадающих интересов различных компаний, но при этом сохраняется соперничество между ними для достижения частных целей.

Таким образом, на сегодняшний день существуют работы, описывающие структурные достоинства и недостатки таких форм взаимодействия как картель и конкурентное сотрудничество, однако нет работ, посвященных непосредственно сравнению данных двух форм объединения конкурентов.

Содержание исследования

Для начала следует подробнее разобраться в том, что же такое картель и чем данный вид сотрудничества привлекателен, если уже с XIX в. фирмы стали участвовать в таком роде взаимодействия. При этом, разумеется, необходимо рассмотреть негативные последствия данного объединения.

Картель – это союз предпринимателей на основе картельного соглашения, в котором устанавливаются обязательные для всех участников условия: по объему производства, ценам, доле на рынке сбыта, ассортименту, обмену патентами, условиям найма рабочей силы и т.д. Главной целью при создании данного объединения для его участников является получение монопольной прибыли путем сговора [2; С. 14]. То есть какие-то фирмы, ре-

ализующие свои товары или услуги в определенной сфере, анализируют ситуацию на рынке, понимают, что ввиду существующей на данный момент жесткой конкуренции их прибыль не столь значительна, как хотелось бы, и принимают решение объединиться с кем-то из своих конкурентов, дабы повысить получаемую фирмой прибыль.

Существуют несколько признаков, характерных для такой формы взаимодействия как картель.

Во-первых, это договорной характер объединения, то есть группа фирм заключает между собой договор с целью полного или частичного уничтожения конкуренции между ними и получения монопольной прибыли.

Во-вторых, сохранение права собственности участников картеля на свои предприятия и обеспечиваемая этим хозяйственная, финансовая и юридическая самостоятельность.

В-третьих, это ведение совместной деятельности по реализации продукции, которая также может распространяться в определенной степени и на ее производство. И, в связи с тем, что объединение в картель происходит на основе достаточно жесткого договора со строгими правилами, которые участники обязаны выполнять, существует также следующий признак – это наличие системы принуждения, включающей в себя выявление нарушений и применение санкций к нарушителям [6]. Как и у любой формы взаимодействия, у картеля есть свои преимущества, но их не так много и они все в основном существуют лишь для компаний, которые в картель входят. На другие же фирмы и потребителей появление картеля на рынке действует в большинстве случаев лишь негативно.

Преимуществом является то, что участники заключают взаимовыгодные соглашения о регулировании объемов производства, о разделе рынков сбыта, установлении уровня заработной платы. Также на начальном этапе существования картеля могут происходить такие положительные изменения на рынке, как появление нового товара или услуги и снижение цены для конечного потребителя. Однако данный эффект долго не продлится, и далее в полной мере проявятся все недостатки такой формы объединения. У этих компаний пропадают какие-либо стимулы для развития и в связи этим проявляются следующие негативные стороны, как меньший выбор товаров и отсутствие новых, более качественных товаров.

Следует также упомянуть, что сама форма картеля запрещена для реализации на российских рынках, так как она противоречит основным принципам антимонопольного законодательства, так как производит искусственный рост цен и ограничивает конкуренцию и затормаживает экономическое развитие, что подрывает доверие общества к основам рыночной экономики и политике

властей в этой области. Однако в ряде случаев, снять запрет на картели возможно. К примеру, запрет может быть снят, если картелю принадлежит незначительная часть рынка и данное объединение благоприятствует технологическому прогрессу в отрасли, так и направлено на освоение новых рынков [3]. Для наглядности представим плюсы и минусы картельного соглашения в Табл.1.

Теперь рассмотрим вторую форму сотрудничества с конкурентами – конкурентное сотрудничество. В последнее время большое количество коопераций, а так же появление различных межфирменных сетей в качестве новой организационно–управленческой формы существования компании на рынке способствовали появлению такого рыночного феномена как конкурентное сотрудничество. Конкурентное сотрудничество изменило традиционное представление о сущности конкуренции как об игре с нулевым результатом. Раньше считалось, что фирмы – это игроки и они соревнуются "за место под солнцем". Соответственно успех одного игрока автоматически означал проигрыш другого. Новый подход к взаимодействию с конкурентами подразумевает, что конкуренты рассматриваются как партнеры, основные действия которых направлены на объединение своих возможностей и ресурсов для единой цели – повышения качества товаров и обслуживания клиентов в отрасли. Таким образом, можно дать определение конкурентному сотрудничеству. Конкурентное сотрудничество – это такое взаимодействие между компаниями, которое не препятствует конкуренции между ними для достижения частных целей

фирм, но в то же время способствует достижению каких-либо общих целей в отрасли [4; С. 2].

Сторонники концепции конкурентного сотрудничества утверждают, что максимизация совместных результатов возникает, когда фирмы сотрудничают в создании новых реальных ценностей и одновременно конкурируют за увеличение собственной доли на развитом совместными усилиями рынке [7; С. 17]. Безусловно, прежде чем использовать данную форму сотрудничества в стратегиях фирм необходимо знать, какие у нее преимущества и недостатки. Начнем с того, что понятие конкурентное сотрудничество подразумевает добросовестное ведение конкуренции, при которой фирмы используют различные законные методы ведения борьбы, обеспечивающие равные условия функционирования всех субъектов на рынке [4]. Также фирмы, выбравшие путь конкурентного сотрудничества, стремятся совместными усилиями гарантировать качественное обслуживание своих клиентов, поэтому создают различные этические кодексы и отраслевые ассоциации.

Данные кодексы должны регламентировать правила поведения сотрудничающих фирм, основные методы ведения добросовестной конкуренции, стандарты обслуживания клиентов. Компании, не желающие подчиняться этическому кодексу, постепенно бы уходили с рынка в силу того, что соперничать одному против нескольких компаний, объединенных общей целью, не только тяжело, но и просто невозможно. В подтверждение этого можно

Таблица 1.

Плюсы и минусы картельного соглашения.

	Участники картеля	Рынок
Преимущества	Заключение взаимовыгодных соглашений	Появление нового товара или услуги (на начальных этапах становления картеля)
	Стабильность спроса на товар	Стабильность предложения товара
	Увеличение прибыли путем сговора	
Недостатки	Незаконное существование	Искусственный рост цен
	Отсутствие мотивов для развития	Затормаживание экономического развития
	Наличие системы принуждения (применение санкций)	Подрыв доверия общества к основам рыночной экономики
		Уменьшение товарного ряда и качества товаров
		Ограничение конкуренции

процитировать слова основателя LinkedIn Рида Хоффмана: "В одиночку никто успеха не добьется. Единственная возможность сделать нечто существенное – реализовать это вместе с другими людьми". Также отраслевые ассоциации могут разрабатывать различные программы лояльности. Например, в магазинах "Л'Этуаль" даже если у вас нет их дисконтной карты, можно предъявить при покупке товаров дисконтную карту других парфюмерных магазинов, таких как "Рив Гош", "Иль де Боте" и "Золотое Яблоко", и вам будет сделана скидка. Но главная обязанность отраслевых организаций заключается в лоббировании интересов отрасли в органах исполнительной и законодательной власти.

К примеру, результатом совместного лоббирования интересов может быть предоставление муниципалитетом объединенным компаниям прямого доступа к аренде удобных помещений для размещения либо производства, либо точек продаж в наиболее привлекательных для клиентов районах.

Конкурентное сотрудничество позволяет получить доступ к ресурсам других компаний. Они не оплачивают их приобретение, т.е. сетевая структура взаимодействия помогает устранить проблемы в ресурсах для деятельности компаний. Суть сетевого сотрудничества сводится к удовлетворению амбиций всех участников сети или, ины-

ми словами, к развитию бизнеса каждого участника сети, что и является главной целью конкурентного сотрудничества. Взаимосвязь конкурентного сотрудничества и сетевой экономики определяется еще одной общей целью – устранение избыточной конкуренции в отрасли частично, но не полностью, так как достижение частных целей компаний путем конкуренции между участниками конкурентного сотрудничества способствует эффективному развитию рыночных отношений.

В качестве недостатка конкурентного сотрудничества можно выделить лишь то, что данный вид сотрудничества пока что слабо распространен особенно в России, а во-вторых, при конкурентном сотрудничестве фирмы не заключают никаких официальных договоров. То есть интересы фирм слабо защищены, когда они решаются объединиться с конкурентами для реализации общих целей и получения максимальной прибыли, потому что в любой момент какая-нибудь фирма может покинуть рассматриваемое сотрудничество в случае нахождения более выгодных условий. И это может привести к финансовым потерям других членов данного объединения. И хотя каждая сторона предпочла бы отхватить большую долю пирога, сам пирог, благодаря их сотрудничеству, становится пышнее [5]. Наглядно представим изученные преимущества и недостатки как для членов конкурентного сотрудничества, так и для рынка в Табл.2.

Таблица 2.

Преимущества и недостатки как для членов конкурентного сотрудничества, так и для рынка.

	Для участников конкурентного сотрудничества	Для рынка
Преимущества	Честная конкуренция	Честная конкуренция
	Противодействие товарам-субститутам	Качественное обслуживание клиентов
	Развитие программ лояльности	Развитие программ лояльности
	Лоббирование интересов в органах власти	Эффективное развитие рыночных отношений
	Устранение недостатка ресурсов	Создание и улучшение товара или услуги
	Улучшение собственных конкурентных позиций	
Недостатки	Слабо развито в России	Слабо развито в России
	Слабо защищены от финансовых потерь	
	Риск недобросовестного поведения партнеров	

Результат исследования и выводы

В предыдущих частях работы были подробно раскрыты достоинства и недостатки таких двух форм взаимодействия конкурентов как картель и конкурентное сотрудничество (коопетиция). Сейчас же сравним эти две формы сотрудничества по характерным для них признакам. На основе полученных результатов выберем наилучшую форму кооперации с конкурентами. Для наибольшей наглядности сравнение произведено в форме таблицы

Таблица 3.

	Коопетиция	Картель
Формальный договор	- (+)	+ (-)
Легальность	+	-
Ограничение конкуренции на рынке	-	+
Новизна идеи	+	-
Нацеленность на ценовую политику	-	+
Ограничение возможностей участников	-	+
Уменьшение качества и количества товаров	-	+

В общем и целом, все эти пункты были раскрыты при подробном рассмотрении данных форм кооперации. Од-

нако следует пояснить первый пункт. В ходе работы нами было выявлено, что картельное соглашение не может носить формальный характер, так как сразу привлечет внимание антимонопольных органов, но на сегодняшний день многие компании тщательно пытаются завуалировать наличие картельного соглашения. Эти соглашения заключаются иногда устно, но чаще всего формально закрепляется часть условий в договорах с клиентами компании- участниками соглашений. В конкурентном сотрудничестве аналогичная ситуация: соглашения заключаются либо в устной форме, либо в формальной (чаще предпочтение отдается первой форме, так как данное сотрудничество основано на доверии партнеров). И третий пункт – ограничение конкуренции на рынке. При осуществлении конкурентного сотрудничества, несмотря на то, что фирмы осуществляют некоего рода кооперацию, в данном секторе все равно сохраняется рыночная структура экономики. Но при создании картеля возникает своего рода монополия, что противоречит основному фактору существования рыночной экономики.

Таким образом, на основе полученной таблицы сравнения, можно сделать вывод, что картель явно проигрывает по многим параметрам конкурентному сотрудничеству. Поэтому наилучшим методом взаимоотношения с конкурентами является конкурентное сотрудничество. Если рассматривать традиционное сотрудничество, то оно предполагает формулу $1+1=2$, где фирмы делают что-то вместе, но при этом притворяются, что конкуренции между ними нет. Конкурентное же сотрудничество учит партнеров помогать друг другу, так как сила и возможности одного становятся силой и возможностями другого. Партнеры доверяют друг другу, так как цели, мотивации и планы объединенных фирм достаточно прозрачны, и стремятся решить вопрос, как сделать так, чтобы стандартное равенство $1+1$ было равно не два, а три.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бранденбургер Адам, Нейлбафф Барри. Конкурентное сотрудничество в бизнесе.– М.: Кейс.– 2012.– 352с.
2. Гурин Н. Картели и их влияние на экономику государства: анализ российского законодательства//Конкурентное право– 2011.– №2.–23–28с.
3. Исакова Н.Ю. Интерактивная парадигма объединения предприятий в условиях глобализации экономики и интеграции капитала // Экономические науки.– 2013.– № 10.– С. 163– 167
4. Котляров И. Д. Маркетинг конкурентов и связи с конкурентами // Практический маркетинг. – 2010. – № 4. – С. 15–19.
5. Кабрера М. Коопетиция – новое слово в стратегии. – 2014 URL: <http://hbr-russia.ru/management/strategiya/p13385/> (дата обращения: 19.10.2014)
6. Корпоративный менеджмент. Владимирова И.Г. Организационные формы интеграции компаний. –2000 URL: <http://www.cfin.ru/press/management/1999-6/13.shtml> (дата обращения: 19.10.2014)
7. Хасанов Ю. Модели принятия управленческих решений в альянсах высокотехнологичных компаний/ дис. на соиск. учен. степ. канд. эк. наук.08.00.05.– М.–2014.–170с.
8. Giovanni Battista Dagnino. Coopetition strategy.A new kind of interfirm dynamics for value creation. – 2002 URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/977/644/1219/coopetition.pdf> (дата обращения: 19.10.2014)
9. GRUZENKIN LAW OFFICE. –2007 URL: <http://www.vladeubiznesom.ru/content/blogcategory/37/49/> (дата обращения: 19.10.2014)