

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА УРОВЕНЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Франциско О.Ю.¹, канд. экон. наук, Молчан А.С.², д-р экон. наук,
Франциско П.Ю.²*

¹ ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина», Российская Федерация, г. Краснодар

² ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет», Российская Федерация, г. Краснодар

Аннотация. В статье рассматривается понятие недобросовестной конкуренции и обосновывается необходимость ее анализа и выявления влияния на уровень экономической безопасности предприятия. На примере конкретной организации определено ее конкурентное положение, а также дана оценка конкурентоспособности, что позволило выявить имеющиеся угрозы влияния недобросовестной конкуренции на деятельность предприятия, а также предложить определенные меры по совершенствованию защиты от недобросовестной конкуренции.

Ключевые слова. Конкуренция, недобросовестная конкуренция, экономическая безопасность, угрозы, мероприятия.

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF DISINGENUOUS COMPETITION ON THE LEVEL OF ECONOMIC SAFETY OF THE ENTERPRISE

*Frantsisko O.Yu.¹, Cand. Sc. (Econ.), Molchan A.S.², Dr. Sc. (Econ.),
Frantsisko P.Yu.²*

¹FSBEI HE «Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin»,
Russian Federation, Krasnodar

²FSBEI HE «Kuban State Technological University»,
Russian Federation, Krasnodar

Abstract. The article considers the concept of the disingenuous competition and justifies the necessity for its analysis and identification of the impact on the level of economic safety of the enterprise. Based on the example of a particular organization, its competitive position has been determined, as well as an assessment of competitiveness, which has made it possible to identify the existing threats to the effect of the disingenuous competition on the activities of the enterprise, as well as to propose certain measures to improve protection from the disingenuous competition.

Keywords. Competition, unfair competition, economic security, threats, activities.

Экономическая деятельность любого предприятия сопряжена с многочисленными рисками, степень влияния которых в настоящее время постоянно растет. Когда происходит глобализация процессов мирового развития, а также политических, экономических связей и взаимоотношений, есть риск формирования новых угроз в развитии предпринимательской деятельности.

Проблемы, связанные с обеспечением защиты от недобросовестной конкуренции волнуют умы политиков, ученых, практиков из различных сфер и слоев общественной жизни уже достаточно длительное время, до сих пор не все вопросы получили должную проработку и освещение. В частности, особого внимания заслуживает рассмотрение вопросов определения и оценки направлений и способов защиты от недобросовестной конкуренции в целях обеспечения экономической безопасности отдельных предприятий.

Разработка и реализация мер по защите от недобросовестной конкуренции является важной задачей в условиях нестабильности политической, социальной и экономической систем. В этих условиях организации необходимо своевременно выявлять и предотвращать внешние угрозы, исходящие от конкурентов, чтобы эффективно функционировать следует постоянно повышать конкурентоспособность предприятия на рынке.

Конкуренция выступает в качестве ключевого фактора развития экономики, не является исключением и сфера деятельности предприятий топливно-энергетического комплекса. Важность топливно-энергетической отрасли является основой национальной экономики и, следовательно, стратегической безопасности государства, в связи с этим вопросам конкуренции в деятельности предприятий ТЭК важно уделять пристальное внимание.

Термин «конкуренция» происходит от латинского слова «concurrere», которое обозначает «сталкиваться», и понимается как борьба между независимыми экономическими субъектами за ограниченные экономические ресурсы; процессы экономических взаимосвязей, взаимодействий, а также борьба между участниками рынка в целях обеспечения лучших возможностей для реализации произведенных видов продукции в совокупности с удовлетворением разнообразных потребностей потребителей. В теории экономики в настоящее время существует большое разнообразие определений понятия «конкуренции». Приведем лишь некоторые из них.

Так, в Федеральном законе от 26.07.2006 № 135–ФЗ (ред. от 23.04.2018) «О защите конкуренции» дано такое определение: «Конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [1].

Р.А. Фатхутдинов в работе «Конкурентоспособность: Россия и мир. 1995–2015» приводит следующее определение: «Конкуренция – это процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для достижения победы или других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства» [2, с. 68].

В работе «Международный маркетинг» конкуренция определяется как «экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения различных потребностей покупателей и получения наибольшей прибыли» [3, с. 10].

А французский ученый Ф. Перру под конкуренцией понимает «действие постоянной угрозы подрыва господства и постоянного его пересмотра в рамках таких правил игры, которые обеспечивают творчество и отбор» [4, с. 78].

Необходимо обратить внимание на факт, что конкуренция развивается до определенных границ. Иначе говоря, государством охраняются только методы ведения конкурентной борьбы, являющиеся добросовестными. А вопросы, связанные с недобросовестной конкуренцией, исторически не регламентировались во взаимосвязи с охраной объектов промышленной собственности (необходимо отметить, что под объектами промышленной собственности понимаются объекты интеллектуальной собственности, используемые для получения прибыли в хозяйственной деятельности, к ним, в частности, относятся: полезные модели, изобретения, товарные знаки, промышленные образцы и т.д.).

За рубежом широко распространена практика принятия нормативных правовых актов, регламентирующих одновременно вопросы, связанные с объектами промышленной собственности и проблемами недобросовестной конкуренции (так, в Канаде в 1952 г. Действует Закон о товарных знаках и недобросовестной конкуренции). Однако недобросовестная конкуренция выступает в качестве социального, экономического и правового феномена.

Широко распространена точка зрения, согласно которой правовой институт недобросовестной конкуренции – это часть законодательства «конкурентного права», используемая в законодательстве многих стран и представляющая собой комплекс правил, различных отраслей, регулирующих конкурентные отношения, последние могут происходить не только в объектах интеллектуальной собственности, но и в сфере личных прав организаций, договорных обязательств и др.

На международно-правовом уровне юридическое определение недобросовестной конкуренции содержится в п. 2 ст.10 Парижской Конвенции и сформулировано следующим образом: «Актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах».

Кроме того, в качестве недобросовестной конкуренции определяются 12 видов деятельности в комментарии к Типовому закону по товарным знакам, фирменным наименованиям и актам недобросовестной конкуренции для развивающихся стран. К недобросовестным относятся следующие виды конкурентной деятельности:

- 1) переманивание покупателей у конкурентов, преследующее целью привлечь их в качестве клиентов, а также в будущем сохранить их приверженность предприятию;
- 2) осуществление промышленного шпионажа, подкуп служащих с целью выяснения коммерческой тайны конкурентов, а также секретов их производства;
- 3) неправомерное раскрытие или использование ноу-хау конкурента;
- 4) привлечение к нарушению или разрыву контрактов с работодателем служащих конкурента;

5) угрозы конкуренту исками о нарушениях патента или товарного знака, в случае если это осуществляется недобросовестными методами и преследует цель противодействия конкуренции в сфере торговли;

6) саботирование торговли, осуществляемой фирмой конкурентов, с целью недопущения или противодействия конкуренции;

7) демпинг, т.е. продажа товаров по цене ниже их себестоимости, преследующая цель оказать противодействие конкуренту или подавить его;

8) формирование у потребителя не соответствующего действительности мнения, что ему предоставляется возможность осуществить покупку на максимально выгодных для него условиях;

9) копирование услуг, товаров, рекламы, а также других аспектов коммерческой деятельности конкурента, осуществляемое намеренно;

10) способствование нарушению заключенных конкурентами контрактов;

11) выпуск рекламы, содержащей сопоставление с товарами или услугами конкурентов;

12) нарушение не имеющих непосредственного отношения к конкуренции правовых положений, в результате которого создается возможность получить неоправданное преимущество над конкурентами [5].

Проведем оценку влияния недобросовестной конкуренции на уровень развития экономической безопасности предприятия на примере ООО «РН-Краснодарнефтегаз».

Для выявления наличия недобросовестной конкуренции следует рассмотреть организации с точки зрения ее конкурентных преимуществ по сравнению с характеристиками основных конкурентов.

На данный момент организация находится на таком этапе своего жизненного цикла, как зрелость, т. е. конкуренция уже приобрела стабильный характер, а темпы роста рынка замедлились. Из этого следует, что предприятие нацелено не на рост, а на увеличение рентабельности, хотя рост по-прежнему продолжается. Увеличение рентабельности деятельности предприятия осуществляется за счет профессиональной сегментации рынка и эффективного применения имеющихся активов. Для повышения эффективности применения ресурсов в организации выделяются те капиталовложения, где затраты могут быть сокращены, доходы повышены, и потенциал эффекта синергии максимально используется.

ООО «РН-Краснодарнефтегаз» занимается специфической деятельностью – нефтегазовой добычей, поэтому количество конкурентов в данном сегменте рынка ограничено, что увеличивает риск возникновения недобросовестной конкуренции. Так как все виды деятельности связанные с добычей полезных ископаемых и регулируются Федеральным законом «О недрах», требуется получение Лицензии на пользования недрами, что говорит о меньших рисках связанных с недобросовестной конкуренцией (таблица 1).

Анализ структуры рынка позволил выявить следующих конкурентов ООО «РН-Краснодарнефтегаз»: ООО «Газпром добыча Краснодар», ООО «Башнефть».

На основании данных таблицы можно сделать вывод о том, что лидирующее положение по добычи нефти занимает ООО «Газпром добыча Краснодар», показатель которого в процентном соотношении составляет 38 % от общего объема рынка.

Таблица 1

Конкурентное положение ООО «РН-Краснодарнефтегаз» на рынке нефтегазодобычи

Показатель	ООО «Газпром добыча Краснодар»	ООО «РН-Краснодарнефтегаз»	ООО «Башнефть»
Объем реализации, млн баррель нефти	7,3	6,8	6,5
Доля рынка, %	38	31	27
Объем реализации, млрд куб. м газа	3,19	2,9	2,61
Доля рынка, %	40	30	20

Второе место занимает ООО «РН-Краснодарнефтегаз», что составляет 31 %, третье место занимает ООО «Башнефть», что в процентном отношении равно 27 %, другие организации занимают 4 % рынка. По газовой добыче «РН-Краснодарнефтегаз» занимает второе место, что в процентном соотношении составляет 30 %. Лидирующее место занимает ООО «Газпром добыча Краснодар» – 40 %. Третье место занимает ООО «Башнефть» – 20 % рынка и другие организации занимают 10 % рынка газодобычи.

Для того чтобы выявить наличие недобросовестной конкуренции на внутреннем рынке, используем методику оценки конкурентоспособности предприятия Ж.Ж. Ламбена (таблица 2).

Таблица 2

Индикаторы оценки конкурентоспособности предприятия по газодобыче

Критерии оценки	Конкуренты		
	ООО «РН- Краснодарнефтегаз»	ООО «Газпром добыча Краснодар»	ООО «Башнефть»
Относительная доля рынка по добычи газа	3	5	3
Отличительные свойства	4	4,5	4
Издержки	3	5	3
Степень освоения технологии	2	5	2
Каналы товародвижения	4	4	3
Имидж	3	5	2
Итого:	19	28	16

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что на фоне лидера рынка «РН-Краснодарнефтегаз» имеет сумму баллов 19, данный показатель близок к показателю ООО «Башнефть», хотя охват рынка у рассматриваемого в рамках настоящей работы предприятия выше. Для выявления негатив-

ных факторов, влияющих на конкурентоспособность, произведем расчеты согласно методике, описанной Ж.Ж. Ламбенем:

Коэф. конкр.= $19/28=0,6$ – ООО «РН-Краснодарнефтегаз

Коэф. конкр.= $28/28=1$ – ООО «Газпром добыча Краснодар»

Коэф. конкр.= $16/28=0,57$ – ООО «Башнефть»

Приведенные расчеты свидетельствуют о том, что ООО «Газпром добыча Краснодар», который является лидером в данном сегменте рынка. Конкурентоспособность у данного предприятия на высоком уровне, что нельзя сказать относительно ООО «РН-Краснодарнефтегаз», ведь уровень конкурентоспособности по приведенным данным составляет менее 0,6. Такой показатель квалифицируется как низкий, такое же состояние характерно для ООО «Башнефть». Различие между двумя анализируемыми предприятиями, которые имеют одинаково низкий коэффициент конкурентоспособности, в том, что если у ООО «Башнефть» доля рынка газовой добычи 20 %, то у ООО «РН-Краснодарнефтегаз» доля 30 %. Следовательно, недополучение прибыли и возможные потери от действий недобросовестных конкурентов у ООО «РН-Краснодарнефтегаз» выше. Поскольку если проводить параллель между конкуренцией и недобросовестной конкуренцией, то основная причина действий в том или ином случае – это возможность путем захвата рынка сбывать свою продукцию, товары, работы или услуги в большем объеме. Таким образом, многие компании имеющие цель захватить рынок сбыта могут навязывать свою политику и проводить демпинг цен, тем самым осуществлять свою деятельность как недобросовестные конкуренты.

По результатам проведенных расчетов и просмотров критерии оценки конкурентоспособности по методике Ж.Ж. Ламбена, можно говорить о том, что ООО «РН-Краснодарнефтегаз» не способен эффективно отвечать на угрозы со стороны недобросовестных конкурентов (таблица 3).

Таблица 3

Индикаторы оценки конкурентоспособности предприятия по нефтедобыче

Критерии оценки	Конкуренты		
	ООО «РН-Краснодарнефтегаз»	ООО «Газпром добыча Краснодар»	ООО «Башнефть»
Относительная доля рынка по добычи нефти	5	4	4
Отличительные свойства	5	4	2
Издержки	2	5	3
Степень освоения технологии	3	4	2
Каналы товародвижения	4	4	4
Имидж	5	5	2
Итого:	24	26	15

По проведенному анализу можно отметить, что на фоне конкурентов «РН-Краснодарнефтегаз» имеет не наивысшую сумму баллов, хотя имеет

большую долю рынка. Для выявления негативных факторов, влияющих на конкурентоспособность, произведем расчеты согласно методике Ж.Ж. Ламбена:

Коэф.конкр.= $24/26= 0,9$ – ООО «РН-Краснодарнефтегаз

Коэф.конкр.= $26/24= 1,08$ – ООО « Газпром добыча Краснодар»

Коэф.конкр.= $15/26= 0,57$ – ООО «Башнефть»

Исходя из полученных данных в ходе расчета коэффициента конкурентоспособности ООО «РН-Краснодарнефтегаз» при его функционировании по основному виду деятельности нефтедобычи – наблюдается средний уровень защищенности от недобросовестной конкуренции, данный коэффициент составляет 0,9. Влияние на коэффициент оказал показатель «Издержки», данный показатель имеет наименьшее значение при рассмотрении всех конкурентов, что является одним из признаков формирования недобросовестной конкуренции. Так же следует отметить, что по показателю «Степень освоения технологий» также наблюдается низкий уровень, в связи с тем, что предприятие не применяет новое оборудование, себестоимость добычи увеличивается и как следствие происходит удорожание готовой продукции.

При этом у конкурентной организации ООО « Газпром добыча Краснодар» которая занимает первое место на рынке уровень конкурентоспособности по тем же показателям выше и имеет более высокую оценку, что показывает эффективное распределение и четкий контроль в области нефтедобычи, хотя основным получением прибыли у предприятия ведется за счет газодобычи.

Таким образом, проведя анализ внутренней и внешней среды рынка, можно говорить о том, что воздействие на экономическую безопасность ООО «РН-Краснодарнефтегаз» осуществляется за счет политических, экономических, и маркетинговых рычагов давления. Непосредственный конкурент ООО «Башнефть», устанавливает монопольно низкие цены, что приводит к сокращению объемов реализации нефти, и, как следствие, к недополученную прибыли. Следовательно, руководству ООО «РН-Краснодарнефтегаз» в целях роста конкурентоспособности, повышения качества предоставляемых услуг, роста прибыли и упрочения репутации были необходимо принимать определенные меры по совершенствованию защиты от недобросовестной конкуренции, в частности: внедрить программу по снижению дебиторской задолженности и увеличению каналов сбыта; провести совершенствование рекламной стратегии; принимать контрмеры по противодействию демпингу направленные на снижение влияния ООО «Башнефть» на рынке нефтегазовой продукции.

Литература

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135–ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О защите конкуренции». URL: <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 18.05.2018).
2. Фатхутдинов Р. Конкурентоспособность: Россия и мир. 1995-2015. М., 2005. 606 с.

3. Перцовский Н.И., Спиридонов И.А., Барсукова С.В. Международный маркетинг: учеб. пособие / под ред. Н.И. Перцовского. М., 2001. 239 с.
4. Перру Ф. Экономическое пространство: теория и приложения / пер. с англ. А.П. Горюнова // Пространственная экономика. 2007. № 2. С. 77-93.
5. Типовой закон о конкуренции. Серия документов ЮНКТАД по проблематике законодательства и политики в области конкуренции Организация объединенных наций. Женева, 2000 г. URL:http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pdf/law_competition.pdf. (дата обращения 18.05.2018).