

©2017 г.

Юрий Тарануха

доктор экономических наук, профессор

Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

(e-mail: yu.taranukha@mail.ru)

МОДИФИКАЦИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРИНЦИПА В ПРОЦЕССЕ ЭВОЛЮЦИИ КОНКУРЕНЦИИ

Статья посвящена анализу эволюции конкуренции. Рассматривая конкуренцию в виде многоуровневой системы, автор выдвигает гипотезу о ее модификации на макроуровне, который определяет основные параметры всей системы. При этом показано, что вследствие изменений в производительных силах, в конкурентах и в условиях их соперничества происходит модификация конкурентного принципа. На смену бескомпромиссной борьбе, служившей способом завоевания преимуществ, приходит конкурентное партнерство, которое становится единственно возможным методом создания, развития и накопления компетенций в условиях рассеянного знания, быстрых и непредсказуемых перемен.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная система, партнерство, стратегические альянсы, сетевая кооперация.

Конкуренция — не просто сложное, многомерное явление. Конкуренция — это система. И ее надо воспринимать именно в таком качестве. Соответственно, рассматривая ее как процесс, следует понимать, что речь идет о движении системы. В этом смысле она выступает формой движения (развития) рыночных отношений. Однако заключенное в ней содержание может проявляться в разных формах. Каждая такая форма есть способ существования одной из сторон содержания конкуренции, несущий в себе отдельный компонент конкурентной системы. Здесь формы проявления содержания конкуренции суть способы выражения разных ипостасей конкуренции, а потому могут рассматриваться как формы выражения общего, особенного и единичного.

Каждая форма проявления конкуренции — часть конкурентного процесса, обладающая своим особым содержанием. Поэтому каждая такая форма реализует себя в виде отдельной подсистемы с присущими ей особенностями элементной структуры и устройства. Сама же конкуренция представляет совокупность подсистем, выступающих компонентами единой системы [8]. В соответствии с формами проявления конкуренции мы выделяем три подсистемы. *Макроподсистему*, где конкуренция реализует себя в качестве принципа организации и функционирования рыночного хозяйства. *Мезоподсистему*, где конкуренция проявляется как механизм взаимодействия продавцов. *Микроподсистему*, посредством которой обеспечивается реализация конкуренции в качестве способа достижения экономических целей.

В макроподсистеме содержательная сторона конкуренции выражается в уравнивании эгоистических притязаний агентов рыночного хозяйства. Ее предназначение состоит в обеспечении условий для разрешения его главного противоречия: «каждый должен желать для себя монополии, тогда как все общество ... должно ее устранять». Формой существования этого противоречия является сама конкуренция.

Содержательный признак макроподсистемы конкуренции проявляется как принцип ее устройства, так сказать, становой хребет всей конструкции конкурентной системы. Ее задача — обеспечить реализацию этого принципа. Специфика состоит в том, что в ней борьба частных интересов проявляется не как борьба среди соперников, а как норма, определяющая принципы этой борьбы. Это конкуренция без конкурентов. В макроподсистеме она представляется в виде невидимой, стихийно действующей силы, которая не только регулирует их поведение, но одновременно обеспечивается и воспроизводство конкурентного принципа отношений хозяйствующих субъектов. Именно по этой причине конкуренция может быть названа законом рыночной экономики.

Если функциональное предназначение макроконкуренции состоит в том, чтобы уравнивать эгоистические притязания участников рынка, то в чем же конкретно выражается действие заложенного в ней принципа? Подлинное предназначение этого принципа состоит в определении типа предпринимательского поведения. Данный принцип — один из тех институциональных факторов, посредством которых устанавливаются «правила игры», а через них и структура вознаграждения конкурентов, которая, принимая форму стимулов, определяет направленность их деятельности. Эта деятельность может быть производительной, выражаясь в создании дополнительной ценности (*rent-creating*), и непроизводительной, сводясь к перераспределению существующего богатства (*rent-seeking*). Она может быть даже деструктивной (*rent-destroying*), препятствуя росту общественного благосостояния или приводя к его сокращению [11, pp. 894, 909, 916; 21, pp. 14–15]. Тип предпринимательской деятельности будет определяться тем, насколько симметричным является действие уравнивающего принципа по отношению ко всем соперникам.

Воспроизводственный процесс конкурентного принципа обеспечивается посредством взаимодействия двух сторон: объективной и субъективной. *Объективная сторона макроконкуренции* — это наличие условий для реализации частного интереса: общественное разделение труда, хозяйственная обособленность и частная собственность, то есть тех экономических параметров, которые сохраняют необходимость товарно-денежной формы обмена. Какова направленность действия конкуренции в этом отношении? Что касается общественного разделения труда, то она является одним из важнейших факторов его углубления. Относительно

хозяйственного обособления ее действие носит двойственный характер. Способствуя усилению концентрации и централизации производства, конкуренция содействует преодолению обособленности производственных ячеек. Но способствует она этому своеобразно — посредством образования масштабных технологически и экономически интегрированных структур при сохранении и даже усилении экономической обособленности между ними.

Субъективная сторона макроконкуренции представлена действующими лицами и институтами. Действующие лица — это, естественно, конкуренты. Но здесь они проявляются не в образе конкретных соперников, а предстают друг перед другом в обезличенном виде, не как капиталисты-предприниматели, а как капиталы, действие которых подчинено единому принципу. Институты макроконкуренции — это формальные и неформальные правила и нормы, регулирующие конкурентное взаимодействие соперников, а также органы, деятельность которых связана с обеспечением реализации этих норм и правил. Неформальная часть этих правил и норм представлена тем, что юристы называют «принятыми обычаями делового оборота в промышленных и торговых делах». Формальная их часть — законодательством, регулирующим отношения в сфере конкуренции. Она включает также инструментарий регулирования правовых отношений, связанных с практикой недобросовестной конкуренции.

Конкуренция была бы мертвой формой, а не процессом, если бы обеспечивала только простое воспроизводство заложенного в ней отношения. Однако по ходу ее воспроизводства это отношение претерпевает количественные и качественные изменения. Причем подвергается модификации не только форма проявления конкурентного принципа, но и само его содержание. Данный аспект вопроса и станет объектом нашего анализа.

Макроподсистема конкуренции — наиболее консервативный элемент конкурентной системы. Происходящие в ней эволюционные изменения совершаются столь медленно и постепенно, что участники конкуренции, свыкаясь с постепенностью преобразований, не замечают качественных перемен. Они воспринимают их как изменения в конкурентной политике, но не в самой конкуренции. Поэтому эволюционные (качественные) перемены в макроконкуренции обнаруживаются только при анализе ее сквозь призму исторического процесса путем сравнения ее состояний, присущих разным долгосрочным временным этапам. Градуализм (постепенность) процесса эволюционного развития макроконкуренции обусловлен закрепленной за ней в конкурентной системе функцией — осуществлять селекцию среди тех инноваций, которыми сопровождается функционирование микро- и мезоподсистем конкуренции, отсеивая случайные изменения и закрепляя необходимые. В этом смысле

эволюционный метаморфоз макроконкуренции выступает в качестве обобщающего результата, воплощающего собой признание соответствия направленности развития механизма и способов конкуренции требованиям эволюционных закономерностей. Подобно тому, как в биологии эволюционирует не отдельная особь, а вид, так и в конкуренции подлинными эволюционными изменениями отражаются в модификации не отдельных ее сторон, а самой сути конкуренции.

Говоря о развитии макроконкуренции, мы должны понимать его как результат воспроизводственного процесса, который обеспечивает не просто воссоздание заключенных в ней отношений (принципов) и формы ее существования, а их возобновление в несколько модифицированном виде: при изменении количественных и качественных параметров. При этом важно учитывать, что возникающие изменения, являясь следствием предшествующих условий, сами становятся исходными условиями для последующих перемен в конкуренции. Проще говоря, направленность и характер ее развития во многом определяются нынешним состоянием конкуренции. Реализуется в воспроизводственном процессе и другая закономерность — действие закона перехода количества в качество, который отражает процесс развития явления, состоящий в накоплении незначительных, постепенных и внешне незаметных количественных изменений с последующей их трансформацией в открытые качественные изменения.

В макроподсистеме действие закона перехода количества в качество проявляется двойственно. С одной стороны, его действие проявляется в своем обычном качестве, в виде механизма, отражающего способ развития явления — конкуренции как отношения. В этом случае его действие проявляется как разрешение заключенного в конкуренции внутреннего противоречия, следствием которого становится переход явления в новое качество, что в нашем случае будет означать самоотрицание конкуренции. Переход количества в качество выразится в виде спонтанного, вызванного внутренними причинами, и межсистемного (коренного), отражающего преобразование качественного содержания явления, скачка. Например, в виде *перехода от соперничества к сотрудничеству*. С другой стороны, вследствие многоуровневого устройства конкурентной системы действие закона перехода количества в качество проявится в виде качественных перемен в макроподсистеме, то есть внутрисистемных скачков, которые индуцируются изменениями, происходящими в других подсистемах конкуренции. В данном случае мера количественных изменений такова, что приводит к модификации качественных параметров явления, но не вызывает перемены его качественного состояния. Например, переход от свободной к регулируемой конкуренции. Подобные качественные переходы могут рассматриваться как способ обеспечения непрерывности развития конкурентного процесса.

Категория количества связывает явления, отражая то общее, что им свойственно и в чем они сходны. Для конкуренции параметром, связывающим разные формы ее существования, выступает характер заключенного в ней отношения — соперничества за витальные возможности. Поэтому в качестве показателя или меры количественных изменений в конкуренции будут выступать масштабность и глубина действия конкурентного отношения. Изначально конкуренция возникает как отношение, локализованное рамками местных рынков. Затем оно охватывает региональный рынок, а позднее распространяется на всю национальную экономику. Наконец, оно становится глобальным, охватывая своим действием весь мир. Расширение поля действия конкуренции — факт очевидный. Но именно в силу этой очевидности следует подчеркнуть, что сущностная сторона этого процесса заключается не в самом расширении посредством освоения новых территорий. За пространственными (количественными) изменениями скрывается новое качество — универсализация конкурентного принципа, означающая подчинение его действию все большей части мирового хозяйства. Таким образом, в масштабном (количественном) аспекте суть воспроизводства конкурентного отношения сводится к установлению его господства посредством вытеснения альтернативных принципов отношений. При капитализме это отношение становится базисным, обеспечивая не только реализацию законов капиталистического производства, но и регулирование всех сторон жизни буржуазного общества.

Конкуренция не была бы диалектическим процессом, если бы она характеризовалась односторонней направленностью развития. Вытесняя альтернативные типы отношений, конкурентное отношение достигает пика своего распространения и господства. Его дальнейшее количественное развитие становится невозможным. Назревает потребность в качественной трансформации отношения — в скачке, который создаст простор для дальнейшего развития отношения хозяйствующих субъектов. Сказанное не означает, что в процессе подготовки к такому скачку конкурентное отношение остается застывшим, не претерпевая никаких модификаций. Напротив, диалектика эволюционного процесса, особенно сложных систем, как раз в том и состоит, что подготовка явления к переходу в качественно новое состояние происходит постепенно посредством вызревания в нем промежуточных форм существования, которые несут в себе наряду с господствующим отношением зачатки нового отношения, что и определяет градуализм развития конкурентной системы.

Идея о модификации конкурентного отношения не нова. В.И. Ленин в работе «Империализм как высшая стадия капитализма» отразил сущностную сторону перемены в нем в результате перехода к монополистической стадии развития капитализма, указав на то, что конкуренция

превращается в способ господства финансового капитала. При этом содержательная сторона заключенного в этом отношении конкурентного принципа им не анализировалась. В неявной форме эта проблема присутствует в работе Дж.К. Гэлбрейта «Американский капитализм: Теория уравнивающей силы» [14], первое издание которой увидело свет в 1952 году. Надо сказать, у самого автора постановки проблемы в том ракурсе, в котором она рассматривается нами, нет. У него она представлена в размытом виде — как проблема модификации действия конкурентного механизма. Принимая олигополию в качестве базовой структуры капиталистической экономики середины XX века, Гэлбрейт обосновывает положение о том, что в новых условиях «самодвижущая сила конкуренции является химерой», а ее регулирующая функция подрывается действием «уравнивающих сил». В числе «уравнивающих сил» он выделяет корпорации (крупный бизнес), профсоюзы и государство. Суть действия этих сил заключается в том, что они нейтрализуют производ в поведении сторон, участвующих в рыночных сделках. Корпорации не могут реализовать имеющуюся у них монопольную власть, так как, сталкиваясь на рынках в качестве продавцов и покупателей, олигополисты уравнивают друг друга. Их давление на рынок труда уравнивается мощностью профсоюзов. В сфере отношений между представителями монополистического и немонополистического секторов уравнивающей силой выступает государство.

Концепцию «уравнивающей силы» можно подвергнуть критике с разных позиций [13, 18, 19, 20]. Однако факт возникновения в экономике сил, которые ограничивают эгоистические притязания конкурентов, отрицать нельзя. Поэтому выдвижение идеи о трансформации конкурентного отношения было вполне обоснованным. Существенным было и то, что причину изменений Гэлбрейт связал с развитием «техноструктуры». Будучи сторонником институционального подхода, он видел в ней только совокупность лиц, владеющих специализированными знаниями: ученых, инженеров, техников, маркетологов, лоббистов, адвокатов, администраторов. Монополизировав знания, необходимые для принятия решений, техноструктура, с одной стороны, устраняет владельцев капитала от процесса принятия решений; а с другой, — регулируя цены и издержки, а также взаимоотношения между поставщиками и потребителями, обществом и правительством, становится инструментом контроля над хозяйственной средой. Власть техноструктуры, нейтрализуя эгоистические притязания, подрывает стихийность и непредсказуемость конкурентного механизма. Ее цель — создание условий для устойчивого экономического роста. Хотя перемена в конкурентном поведении не лишена внутренних причин — отделение собственности от управления посредством передачи управленческих рычагов в руки технократов, в модели Гэлбрейта трансформация конкурентного принципа выступает следствием внешнего

воздействия — принуждения, которому подвергается поведение конкурентов со стороны «уравновешивающих сил».

Схожая по своей сути модель модификации конкуренции в начале 60-х годов XX века была предложена Франсуа Перру. Она также опирается на принуждение. Но в отличие от Гэлбрейта, который выводил принуждение из равновесия участвующих в конкуренции сил, Перру, напротив, выводит его из неравенства этих сил. Ф. Перру опирается на «эффект доминирования», рассматривая его в качестве исходного пункта экономической деятельности [16]. Доминирование на рынках он принимал как данность, которая является следствием фактически существующего между экономическими единицами неравенства, возникающего в силу различий в размерах производства и капитала, в условиях заключения сделок и предоставления кредитов, в степени информированности и отраслевой активности. «Современный экономический мир, — отмечал Перру, — есть мир фирм господствующих и подчиненных» [17, р. 15]. Одни экономические единицы доминируют над другими, а отношения между ними строятся на принципах господства и подчинения. «Эффект доминирования» состоит в изменении формы и содержания отношений между экономическими единицами, которое выражается в ощущении взаимозависимости и в наличии принуждения при принятии решений. «Мир свободной конкуренции уступил место конкуренции гетерогенной, в которой различные экономические единицы связаны между собой асимметричными отношениями экономической и социальной власти, хозяйственные организации не пассивно воспринимают рыночные императивы, а активно и сознательно осуществляют собственную экономическую стратегию» [17, р. 20]. На смену хаотическому скоплению атомизированных агентов приходит устойчивое взаимодействие между ними, где каждый воспринимает себя членом единой, системно организованной совокупности, которую Перру называл «макроединицей». Как следствие, внутри макроединиц происходит изменение природы и содержания конкуренции, которая из стихийной, агрессивной, неорганизованной становится «коллективной» и превращается в «борьбу — соревнование». Изменение природы конкуренции влечет за собой целый ряд трансформаций. Изменяется механизм распределения ресурсов, то есть движения капиталов внутри отрасли и между отраслями. Целевая функция состоит в максимизации прибыли не только для отдельного предприятия, но и для макроединицы в целом. «Цены в рамках макроединицы являются уже функцией не спроса и предложения, регулируются не издержками предельного предприятия, а становятся функцией высшей формы управления, организующей производство и воздействующей на спрос» [4, с. 98].

В концепции Ф. Перру модификация конкурентных отношений обусловлена принуждением, а взаимодействие экономических единиц

имеет сугубо принудительный характер. Для конкурентных условий монополистического капитализма такой тип взаимодействия соперников — весьма распространенное явление, что, во всей видимости, и послужило ему основанием для выделения принуждения в качестве причины изменения природы конкуренции. Отрицать наличие принуждения при вступлении фирм в отношения партнерства нельзя. Но насколько оно отвечает природе конкурентного поведения? Очень мало. Только в той мере, в какой поведение подчинения позволяет защититься от конкурентного давления. Природа конкурентного поведения такова, что его определяющим императивом является не повиновение и покорность, а строптивость, выражающаяся в стремлении к улучшению своего положения и завоеванию превосходства. Поэтому любое, опирающееся на принуждение, объединение соперников будет неустойчивым. Никакая форма взаимодействия не будет стабильной, если она лишена внутренней мотивации — заинтересованности в нем. Типичным примером этому может служить олигополия. Сказать, что «макроединицы» Перру лишены такой мотивации, было бы неверно, так как «совокупная эффективность действий партнеров повышается» [4, с. 98]. Однако это мотивация, так сказать, *ex post*, в то время как *ex ante* она опирается на принуждение, то есть задается извне. Поэтому и понятие «макроединица» оказывается размытым. Это может быть олигополия, а может альянс или кластер.

С. Макговерн и З. Моттиар, как и Ф. Перру, ищут объяснение разным типам конкурентных отношений в особенностях типа власти [22]. Однако в противоположность ему, они видят причину «гармоничного сосуществования», включающего одновременно соперничество и сотрудничество между фирмами, не в наличии доминирования и принуждения, а, наоборот, в их отсутствии. Когда власть опирается на доминирование, рынок будет характеризоваться традиционными формами несовершенной конкуренции. Так как доминирование связывается со способностью господствующей фирмы сдерживать действия соперников против её интересов, то суть таких форм конкуренции состоит в субъективном осознании каждым ее участником того, что свобода их действий ограничена предписывающими правилами и существуют насильственные меры принуждения к следованию этим правилам. Но есть промышленные районы (индустриальные зоны), где ни одна из фирм или их группа не имеет власти, чтобы занимать господствующее положение. Все фирмы ведут себя в соответствии с установленными правилами, которые поддерживаются социальными, торговыми и промышленными связями, сформировавшимися на протяжении некоторого времени. В этих районах властью обладают не фирмы или группа фирм, а сами районы. Их власть заключена в системе взаимодействия между участниками. Ее ответственность заключается в следовании участников определенным нормам, но не по принуждению, а по собственному выбору. Здесь власть

является внешней по отношению к фирмам, но внутренней по отношению к районам. Если сказать проще, то эта власть есть «социальный договор». Так как власть для фирм исходит не изнутри, то открывается возможность для совместного сосуществования и доверия, а значит, и сотрудничества между соперниками. В результате формируются взаимоотношения, которые включают элементы кооперации и конкуренции одновременно. Авторы назвали эту форму взаимодействия кооперативной конкуренцией.

Кооперативная конкуренция — это система отношений, в которой кооперация между фирмами развивается через неформальные отношения, а не по традиционной модели принуждения малых фирм большими. В кооперативной конкуренции сотрудничество и конкуренция не только не исключают друг друга, но и являются разными сторонами одной медали. Смысл ее кооперативного свойства заключается в отсутствии принуждения в отношениях между ее участниками. Кооперативная конкуренция — это социальная норма, которой добровольно следуют фирмы, действующие в данном промышленном районе. Эта норма обеспечивает власть (управление) над фирмами не принуждая, а оказывая влияние на их решения и подсказывая им, как себя вести. В сущности, данный подход является отражением идеи социализации рынков, которая стала активно продвигаться в рамках экономической социологии, где рынок и конкуренция трактуются как социально укорененные процессы [6, 1]. Его отличие состоит в использовании для объяснения природы конкуренции в промышленных отраслях особого социального института — власти. Присутствие социального в экономическом вряд ли кто будет отрицать. Но и чрезмерная социологизация экономических явлений опасна [9]. Однако проблема не в этом.

Первое, на что следует обратить внимание, так это то, что кооперативная конкуренция постулируется не как модифицированная форма, а как особый тип конкуренции, который существует наряду с другими. Принимая во внимание ссылку авторов на А. Маршалла, следует понимать так, что кооперативная конкуренция существовала всегда. Учитывая отсутствие доминирования в домонополистический период, следует предположить, что он должен был быть периодом господства кооперативной конкуренции. Экономическая история, однако, этого не подтверждает.

Второе. Если тип конкуренции определяется типом власти, то почему при этом не наблюдается ожидаемая симметричность типов конкуренции? На практике рынки с одинаковым типом власти могут демонстрировать разные типы конкурентного взаимодействия фирм, как кооперативного, так и противоположного ему.

Третье. Если в процессе конкурентного взаимодействия соперники добровольно и притом охотно, как утверждают авторы, следуют сложившимся правилам поведения, то почему как раз именно лишенные

доминирования модели организации рынка являются крайне неустойчивыми? Конкурентная практика наглядно показывает, что «гармоничное сосуществование» сохраняется лишь до тех пор, пока существует баланс сил. Но поскольку мотивом конкурентного поведения является завоевание преимуществ, то такое сосуществование есть всего лишь затишье перед бурей.

Наконец, весьма сомнительным представляется положение о том, что опосредующая распределение выгод система отношений, какой, по сути, является конкуренция, может действовать без принуждения. Сами авторы вынуждены признать наличие в их системе «гармоничного сосуществования» правительственных организаций, которые берут на себя функцию поддержания порядка, а также санкций для фирм, которые вели себя неприемлемо. Тем не менее, суть дела в ином. Даже если отсутствуют какие-либо формальные меры принуждения, в том числе и в виде социальной нормы, конкуренция не будет лишена принуждения, так как сама ее природа предполагает взаимное ограничение возможностей соперников. Поэтому, говоря о типе власти как ключе к пониманию типа конкурентного взаимодействия, ее следует понимать именно в таком качестве. Власть конкуренции — это власть не «социального договора», а власть заложенного в ней принципа, уравнивающего эгоистические притязания участников конкурентных отношений. В этом смысле конкуренция и принуждение неотделимы друг от друга. Иное дело, что принуждение не всегда носит характер насилия или угрозы силой. И все же тот особый тип конкуренции, который характеризуется сочленением соперничества и сотрудничества, предполагает, как раз, наличие доминирования. Вопрос лишь в том, в чем оно заключается и какова форма его реализации?

Подлинная причина модификации конкурентного отношения не может быть объяснена только принуждением. Но она не может быть правильно понята без учета отношений доминирования. Как мы покажем, мотивация к вступлению соперников в партнерские отношения коренится в логике развития самого конкурентного отношения, которое включает элементы как принуждения, так и стимулов (выгод). Конкурентное отношение — это, прежде всего, способ, посредством которого реализуются частные интересы. Специфика этого способа состоит в том, что действует он на основе принципа уравнивания противоборствующих интересов. Но механизм реализации этого принципа может быть разным. Самый простой — прямое противопоставление одного интереса другому. Форма действия такого механизма — непримиримая борьба с витальным исходом. Ее результат — победа одного и поражение другого. Это, так сказать, классический, стандартный вариант реализации конкурентного принципа. Останется ли он неизменным, если рассмотреть его действие в воспроизводственном аспекте? Что касается

его действия, то два следствия являются достаточно очевидными. Первое — это селективный отбор среди соперников. Он приводит к укреплению конкурентной позиции соперников, прошедших отбор, что, в свою очередь, обостряет борьбу между ними. Самый простой способ защиты от конкуренции — это уйти от нее, переместив деятельность в область, свободную от конкуренции, что является фактором конкурентного экспансионизма. Но хозяйственное пространство и экономически (объем спроса), и территориально является ограниченным. Поэтому лакуны, свободные от конкуренции, постепенного заполняются, а усиление интенсивности конкуренции становится непрямым следствием (вторым) воспроизводства конкурентных отношений.

Мощь конкурентных позиций соперников и напряженность условий соперничества не может не сказаться на их поведении. Действие уравнивающего принципа конкуренции подсказывает им, что если они будут вести себя эгоистически, то могут рассчитывать только на минимальный результат, а то и вовсе стать жертвами такого типа поведения. Соперники понимают, что в такой ситуации более предпочтительным, с точки зрения реализации их частных интересов, становится не прямая борьба, а взаимодействие. В действительности за этим пониманием скрывается модификация действия конкурентного принципа уравнивания эгоистических притязаний. Смысл модификации состоит в том, что реализация заложенного в конкуренции принципа обеспечивается не только путем противопоставления частных интересов, но и посредством достижения компромисса между соперниками на основе взаимных уступок.

Природы конкуренции это не меняет. Своекорыстие остается главным мотивом поведения ее участников, а сама она — фактором, ограничивающим их возможности в реализации своекорыстия. В этом нет даже тени альтруизма, то есть готовности жертвовать своими интересами ради интересов других. Произшедшая в конкурентном принципе перемена — это не более чем свидетельство реакции соперников на изменения условий конкурентной борьбы, реакции, которая выразилась в понимании необходимости учета интересов соперников и стала способом оптимизации достижения эгоистических целей.

И все же при неизменности сущности конкурентного принципа его содержание изменяется: оно становится более богатым в том смысле, что однородность способа разрешения заключенного в нем отношения сменяется разнородностью таких способов, так как помимо противопоставления интересов допускается и их сочетание. В действии конкурентного принципа появляется некоторая двойственность. Он перестает быть способом реализации только атомизированного, строго обособленного частного интереса. Он становится еще и способом, который обеспечивает реализацию частных интересов в виде некоторой их совокупности, как бы в консолидированной форме.

В реальности это находит свое выражение в том, что конкурентное пространство подчинено действию стандартного конкурентного принципа со всеми присущими ему свойствами: эгоистической мотивацией, ограничительным воздействием и витальным отбором. Но в рамках этого пространства существуют сегменты, где действие конкурентного принципа будет проявляться по-разному. На рынках с атомистической структурой организации его действие выразится в форме бескомпромиссной борьбы, ставящей целью вытеснение (уничтожение) соперника с рынка. Напротив, на олигополистических рынках соперники будут тяготеть к взаимодействию, стремясь избежать прямого столкновения интересов. Здесь действие конкурентного принципа проявляется не в полную силу, создавая для соперников более комфортные конкурентные условия: стабильность и прогнозируемость. Конкурентные войны возможны и на олигополистических рынках, но, что характерно, чаще всего они ведутся между разными группировками, а не среди всей совокупности соперников, действующих на рынке. Учитывая существующее многообразие рынков, конкурентное пространство легко представить в виде мозаики, где элементы различаются между собой и каждый из них обладает определенными особенностями, но все они складываются в единую картину, подчиняясь действию единого принципа.

Экспансионизм — это только одна закономерность воспроизводства конкурентного отношения. Другая его закономерность заключается в углублении этого отношения. И связано это со специализацией деятельности участников конкурентного процесса, которая выступает если не единственным, то как минимум одним из важнейших способов завоевания конкурентных преимуществ. Причем по мере того, как сужается свободное от конкуренции пространство, специализация приобретает все большее значение, становясь, в конечном счете, определяющим источником завоевания конкурентных преимуществ. В «экономике знаний» борьба ведется уже вокруг компетенций, выступающих в виде узкопрофессиональных сгустков знаний, навыков и опыта. Но чем глубже специализация соперника, тем дальше он отстоит от потенциального источника вознаграждения — той рыночной ценности (продукта), создание которой является результатом кооперативной деятельности целой совокупности владельцев таких компетенций.

Проще говоря, завоевание конкурентного преимущества на рынке становится возможным не иначе, как только путем совместной деятельности. *Возникает принципиально новая ситуация: реализация частных интересов требует объединения усилий соперников. Ее новизна заключается в том, что олигополистического взаимодействия, ставшего к этому времени рутинным, для решения возникшей задачи уже недостаточно. Для этого необходим переход соперников к иному типу отношений — сотрудничеству. Сама же конкуренция создает и мотивацию к такому переходу.*

К взаимодействию подталкивают не опасения, связанные с реагированием конкурентов, и даже не понимание того, что кооперативное поведение приносит лучшие плоды. Мотивом перехода к новому типу отношений выступает осознание того, что завоевание конкурентного преимущества, а значит, и достижение частного интереса в одиночку становится невозможным.

Это особый тип сотрудничества, которое опирается на отношения соперничества, а потому являющегося внутренне противоречивым. Это сотрудничество сродни тому, которое присуще игре футбольной команды: все игроки стремятся к одному результату, но каждый из них ведет себя так, чтобы извлечь как можно большую пользу для себя. Так и в рыночной игре соперники едины в своем стремлении к достижению общей цели, но они разобщены относительно присвоения выгод, возникающих в результате практического осуществления этой цели. Поэтому такой тип сотрудничества более уместно определять как конкурентное партнерство. Так же как и при игре в футбол, главную проблему составляет поиск правильного соотношения между соперничеством и сотрудничеством, нахождение которого и определит результат. Применительно к «играм обмена», то есть к отношениям конкуренции, *конкурентное партнерство* означает, что фирмы сотрудничают на стадии создания рыночной ценности, но соперничают при распределении созданной ценности. Сотрудничая как производители, они соперничают как продавцы. Поскольку возникающее между фирмами сотрудничество самым тесным образом сопряжено с соперничеством между ними, то оно с полным основанием может быть определено как модифицированная форма конкурентного отношения.

Данный тип модификации конкурентного отношения существенно отличается от предыдущего ее типа, изменения в котором ограничивались видоизменением способа взаимодействия соперников. Суть отличия в глубине трансформаций, которым подверглось конкурентное отношение. Во-первых, в отличие от олигополистического взаимодействия, новая модификация конкурентной связи не ограничивается реагированием, а предполагает установление между соперниками партнерских отношений. Во-вторых, она несет в себе качественно иную мотивацию. Взаимодействие соперников опирается на извлечение обоюдной выгоды, так как партнерство создает благоприятные условия не только для присвоения произведенной ценности, но и для производства большей ценности. В-третьих, более глубокой трансформации подвергся механизм конкурентной связи между соперниками. С одной стороны, более жестким становится действие ограничительного принципа, так как партнерство предполагает наличие комплементарности. Фирмы вступают в партнерские отношения с теми, кто способен обеспечить усиление их собственных конкурентных преимуществ. Поэтому, с другой

стороны, усиливается действие уравнивающего принципа конкуренции, так как партнеры понимают, что разрыв отношений приведет к утрате дополняющего преимущества и тем самым к снижению конкурентоспособности каждого из них.

Но самое главное отличие партнерского типа взаимодействия от олигополистического заключается в большей устойчивости. Олигополистическое взаимодействие между соперниками неустойчиво, так как опирается только на рыночную связь и внутренне противоречиво: выигрыш одного — результат уступки другого. Поэтому оно сохраняется лишь до тех пор, пока кто-то не почувствует себя достаточно сильным, чтобы игнорировать интересы соперников. Партнерство реализуется не на рынке, а раньше, — еще на стадии создания рыночной ценности, вследствие чего стимулы для эгоистических притязаний, проявляющихся, например, в виде оппортунистического поведения, понижаются. Устойчивость партнерства обуславливается еще и тем, что оно опирается на сетевую организацию, устройство которой характеризуется комплементарностью. Выход из нее ослабит конкурентную устойчивость, прежде всего, покидающего ее участника. Все это позволяет говорить о внутреннем перерождении (качественной трансформации) конкурентного отношения, которое связано с замещением элементов подавления и уничтожения элементами связи и содействия. Поглощая свойства предыдущего типа взаимодействия, конкурентное партнерство дополняется признаками, которые, укрепляя взаимозависимость его участников, делают взаимодействие более стабильным. В этом смысле олигополистическое взаимодействие можно назвать «слабой» формой модификации конкурентного отношения, а партнерство — «сильной» формой.

Суть различия между этими формами заключается в степени проявления в каждой из них сущностных свойств конкуренции: эгоизма и хищничества. Партнерские отношения накладывают большие ограничения на проявление эгоистических притязаний. Они не только уравнивают такие притязания, но канализируют их в русло коллективного интереса. Сколь тесным бы ни было олигополистическое взаимодействие, его участники заинтересованы в устранении соперников, так как только выиграют от этого. При партнерской форме взаимодействия, несмотря на сохраняющееся между ними соперничество, его члены не заинтересованы в сужении круга участников, так как это может обернуться подрывом конкурентоспособности партнерства¹, а значит, и каждого

¹ При сетевой форме организации бизнеса ее участники заинтересованы в расширении сети за счет вовлечения в нее новых участников, добиваясь тем самым укрепления конкурентоспособности за счет реализации эффекта масштаба и увеличения контролируемой доли рынка. В условиях гиперконкуренции, где борьба часто концентрируется вокруг установления отраслевого стандарта, многочисленность сети приобретает особую значимость, так как определяет величину сетевого эффекта, а через него и победу в указанной борьбе (*Гомес-Кассерес Б.* Как конкурируют сети альянсов // Стратегические альянсы. М.: Альпина бизнес букс, 2008. С. 100–101).

из них. Более того, как части целого, они объективно ориентированы на укрепление каждого звена. Соперничества между ними это, конечно, не устраняет. Но здесь соперничество не выходит за рамки соревновательности, которая не несет в себе витальных последствий подобно конкуренции. Хотя партнерство не исключает такого исхода вообще. Но это коснется только тех участников, которые по каким-то причинам утратят свою дополняющую значимость, то есть перестанут служить фактором созидания ценности.

Но есть и другой, более значимый аспект последствий, вызванных переходом к «сильной» форме модификации конкурентного отношения. Олигополистическое взаимодействие приносит выгоду только его участникам в виде дополнительной прибыли. Чем теснее кооперативное взаимодействие фирм, тем больше потери благосостояния общества. Причем эти потери выражаются не только в сокращении потребительского излишка, но и в увеличении «мертвого груза». Партнерство, обеспечивая повышение конкурентоспособности, а благодаря этому и усиление своей рыночной власти, тоже не исключает возникновения указанных потерь. Вместе с тем, представляя собой производственную кооперацию, опирающуюся на специализацию, оно всегда сопровождается ростом производительности труда и, следовательно, снижением издержек производства. Присущая партнерству комплементарность создает благоприятные условия для более интенсивного и быстрого обмена знаниями и компетенциями, активизируя тем самым ход прогрессивных изменений в технологиях, организации производства и бизнеса. Поэтому, какими бы ни были последствия присутствия партнерских объединений для рынка, для общества они выступают субъектами обеспечения прогрессивного движения. В этом смысле развитие и распространение этой формы конкурентной связи есть элемент эволюции.

Методологически проблема модификации конкурентного отношения сводится к вопросу о соотношении сущности и содержания, явления и формы. Каждая форма имеет собственное содержание, чем-то отличающееся от содержания других форм: структурой набора составляющих элементов и соотношением между ними. Однако, различаясь второстепенными признаками, все они содержат в себе один и тот же сущностный признак – соперничество частных интересов. Сущность выражает то общее и необходимое, что присуще любой форме проявления конкурентного отношения, в то время как содержание отражает специфику проявления этого отношения в конкретных условиях бытия. При этом различия в содержании свидетельствуют не только о многообразии проявлений общего и необходимого, но и о происходящих в явлении качественных изменениях, то есть о его развитии. Тем не менее, несмотря на содержательные различия, пусть даже и весьма существенные, конкурентное отношение не изменяет своей сущности, оставаясь способом борьбы частных интересов.

Взятая сама по себе, обособленно, каждая модификация конкурентного отношения представляется в качестве самостоятельного, независимого от других, явления. В результате возникает ложная иллюзия их качественной обособленности и, соответственно, возможность трактовать их как разные по природе явления. В действительности каждая такая модификация помимо внешних признаков содержит в себе общую для них сущностную черту. Поэтому все они суть разные типы модификации одного и того же конкурентного принципа. В каждом из них этот принцип проявляет себя по-разному: сильнее или слабее. Однако его действие присуще любой из них, что и позволяет рассматривать эти модификации как разные способы реализации конкурентного отношения, а переход от одной к другой — как действие закона перехода количества в качество. Вместе с тем, какие бы модификации не претерпевало конкурентное отношение, оно не меняет своей сущностной природы до тех пор, пока сохраняются условия его существования.

К примеру, отличительная черта конкурентного партнерства — наличие элементов сотрудничества между соперниками. Означает ли это, что данный способ реализации конкурентного отношения устраняет действие конкурентных принципов или означает отмирание конкуренции [15]? Нет, так как соперничество, хотя и в более слабой форме, в ней сохраняется. Но главное заключается в том, что конкурентное партнерство выступает лишь частным случаем, формой проявления конкурентного отношения при его сохранении в качестве общего принципа организации рыночной экономики. Нельзя забывать, что конкурентное партнерство — это тип взаимодействия производителей, но не продавцов. Поэтому действует он только в границах организованной на базе партнерских отношений структуры, но не рынка. Конкурентное партнерство, строго говоря, не является формой рыночного взаимодействия. На рынке взаимодействуют не партнеры, а конкуренты, принявшие обличье партнерства. Соответственно конкурентный процесс будет характеризоваться отнюдь не партнерскими отношениями. Напротив, включение в конкурентную борьбу партнерств приведет к усилению жесткости этой борьбы и непредсказуемости ее последствий, так как она будет вестись между более мощными, обладающими значительным потенциалом, экономическими силами. В этом смысле рынок с олигополистическим взаимодействием будет характеризоваться меньшей агрессивностью по сравнению с рынком, где конкуренция ведется среди соперников, организованных в партнерства. То, что сегодня определяется как гиперконкуренция, является одним из последствий перехода конкуренции в фазу борьбы между основанными на партнерских отношениях сетевыми формами организации бизнеса.

Конкурентное отношение является той несущей конструкцией, на которую опирается вся макроподсистема. Поэтому процесс модификации

способа его реализации — это одновременно и процесс трансформации подсистемы. Сам трансформационный процесс будет состоять из двух этапов. Первый этап будет характеризоваться расширением видового разнообразия способов реализации конкурентного отношения, в том смысле, что процесс его модификации осуществляется не посредством замены старого способа новым, а дополнения его новым способом, который будет действовать одновременно со старыми способами. Эволюционная составляющая процесса выразится в изменении соотношения и роли старых и новых способов в подсистеме. Весовая доля старых способов будет уменьшаться, а новых увеличиваться. Составляющие ядро подсистемы старые способы со временем переместятся на периферию, в то время как новые способы, возникая в качестве периферийных, будут постепенно перемещаться к центру и по прошествии некоторого времени станут опорными. Другими словами, автономность действия одних способов будет снижаться, а управляющая роль других усиливаться. В содержательном аспекте этот процесс представляет собой аналог процесса цефализации, который отражает усиление в ходе эволюции живых организмов генетических качеств, связанных с наследованием не инстинктивных, а приобретаемых в процессе жизнедеятельности навыков. Упрощая, можно сказать, что на смену простому, связанному только с реагированием, типу поведения приходит сложный его тип, опирающийся, в том числе, и на приобретенный опыт. Применительно к конкуренции это означает, что заключенное в ней отношение эволюционирует посредством последовательных переходов от простейших способов его реализации в виде открытой борьбы к более сложным способам, отражающих понимание ограничительной природы этого отношения и учет вызываемых им последствий. Например, от конкуренции Бертрана к конкуренции Курно, от олигополистического взаимодействия к образованию альянсов, а впоследствии и к конкурентному партнерству. Непримируемость в конкурентном отношении вытесняется согласованием. Поэтому всякое усовершенствование конкуренции есть элемент ее исчерпания.

В отличие от первого, второй этап развития конкурентного отношения характеризуется унификацией способа его реализации. Достигнув пика разнообразия, численность модификаций способа начнет сокращаться. Причем с той закономерностью, что способы с явно выраженными конкурентными признаками будут поглощаться способами, в которых доминируют соревновательные черты. Поскольку процесс цефализации действует однонаправленно, то отмеченная закономерность выразится в качественной трансформации принципа взаимодействия экономических субъектов, а в конечном счете, в переходе к качественно иному типу отношений между ними. Таким образом, процесс трансформации макроподсистемы подчиняется действию общего эволюционного

закона: от исходного отношения через многообразие к унификации с последующим переходом в новое качество. В макроподсистеме конкуренции действие этого закона выражается в изменении элементной базы ее объективной (технологические и инфраструктурные параметры экономики) и субъективной (институциональные параметры экономики) сторон. Внешне эти изменения воспринимаются как следствие трансформаций, происходящих в рамках субъективной стороны конкуренции, то есть деятельности регулирующих органов, устанавливающих новые правила и нормы и принуждающих к их исполнению. В действительности они являются результатом не перемены в понимании новых требований, а следствием действия самой конкуренции, той борьбы, которая вызвала к жизни новые условия. Поэтому эволюция конкурентного духа общества — обновленное понимание содержания и границ конкуренции, с одной стороны, выступает следствием развития материальной базы производства, а с другой — является отражением действия общего закона эволюции явлений.

Завершенность качественного изменения, то есть переход количественных изменений за пределы меры, поддерживавшей сохранение качественной определенности явления, находит свое выражение в изменении формы существования этого явления. *Смена формы существования макроконкуренции — это переход от свободной к регулируемой конкуренции.* Содержательная сторона этого перехода состоит в подрыве способности конкуренции к самоорганизации, то есть к воспроизводству собственных принципов и механизмов. Так как эта перемена является следствием действия закономерностей, заключенных в самой конкуренции, то единственным способом противодействия этой тенденции является внешнее воздействие на систему конкуренции, ее принудительное регулирование.

Специфика процесса развития заключается в том, что оно выступает формой реализации заложенного в конкуренции противоречия между принципом ее действия и результатом его действия: принцип требует равенства условий участия в конкурентной борьбе, но само его действие, наоборот, приводит к созданию неравенства этих условий. Переход от свободной к регулируемой форме конкуренции не устраняет самого противоречия. Он лишь свидетельствует о трансформации принципа и механизма действия конкуренции как неперменной части решения более общей задачи — приведения макроподсистемы конкуренции в соответствие с новыми хозяйственными условиями. В этом смысле переход к регулируемой конкуренции — свидетельство эволюции конкуренции, а само регулирование — форма выражения произошедших в ней качественных изменений.

Литература

1. Анализ рынков в современной экономической социологии / 2-е изд. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2008.
2. Всемирная история экономической мысли. Т. 5. Теоретические и прикладные концепции развитых стран Запада. М.: Мысль, 1994.
3. Гомес-Кассерес Б. Как конкурируют сети альянсов // Стратегические альянсы. М.: Альпина бизнес букс, 2008.
4. История экономических учений: (современный этап). Учебное пособие / М.: ИНФРА-М, 2002.
5. Ленин В.И. Философские тетради // Полн. собр. соч. Т. 29.
6. Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления / Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 4.
7. Сторчевой М.А. Социология рынков: экскурсия в новую методологию / Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 4.
8. Тарануха Ю.В. Конкуренция: система и процесс. М.: ДИС, 2012.
9. Фирсов Е.Ю. Размышления по поводу «социологии рынков» / Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 5.
10. Энгельс Ф. Наброски к критике политической экономии // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 1.
11. Baumol W.J. Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive // Journal of political economy, 1990. Vol. 98. № 5. Pt. 1.
12. Bonner H. Psychology of Personality. N.Y.: Ronald Press Co., 1961.
13. Friedman M. Friedman on Galbraith, and on Curing the British Disease. Vancouver: Fraser Institute, 1977.
14. Galbraith J.K. American Capitalism: The Concept of Countervailing Power. New Brunswick. N. J., 1993. Ch. IX.
15. Moore J.F. The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems. N.Y. Harper Business, 1996.
16. Perroux F. L'economie du XX sifcle. Paris. 1961.
17. Perroux F. Le IV Plan français (1962–1965). Paris, 1963.
18. Pratson F.J. Perspectives on Galbraith: Conversations and Opinions. Boston: CBI Pub. Co., 1978.
19. Reisman D. Galbraith and Market Capitalism. New York and London: New York University Press, 1980.
20. Sharpe Myron E. John Kenneth Galbraith and the Lower Economics. Macmillan, 1973.
21. Desai S., Acs Z. J. A theory of destructive entrepreneurship // Jena economic research paper. 2007. URL: <http://www.jenecon.de>. pp.14–15.
22. McGovern Siobhain, Mottiar Zeine. Co-Operative Competition: A Foucauldian Perspective. DCUBS Research Papers 1996–1997. No. 20.
23. URL: http://www.dcu.ie/dcubs/research_papers/no20.html#back_1.