

## КРУГЛЫЙ СТОЛ «ВОПРОСЫ ТЕОРИИ КОНКУРЕНЦИИ»

*Данная публикация является развернутым отчетом по итогам круглого стола «Вопросы теории конкуренции», организованного и проведенного журналом «Современная конкуренция» 19 мая 2010 г.*

*Сегодня в России созрели интересные и самобытные научно-педагогические школы в области теории конкуренции и конкурентоспособности. Главной целью прошедшего мероприятия было предоставление признанным экспертам в области теории конкуренции возможности познакомиться друг друга и широкую научно-педагогическую общественность со своими научными взглядами.*

*На круглом столе рассматривались различные аспекты защиты, измерения и развития конкуренции, понимания природы конкуренции и конкурентоспособности и иные вопросы, образующие предмет теории конкуренции.*

**Ключевые слова:** теория конкуренции, развитие конкуренции, измерение конкуренции, антимонопольное регулирование, конкурентоспособность бизнеса.

**Р**едакционный совет журнала «Современная конкуренция» совместно с Московской финансово-промышленной академией провели 19 мая 2010 г. круглый стол «Вопросы теории конкуренции».

В работе круглого стола приняли участие:

**Авдашева С. Б.**, докт. экон. наук, профессор, заместитель директора Института анализа предприятий и рынков НИУ Высшая школа экономики;

**Бондарева Ю. Э.**, канд. экон. наук, начальник Управления контроля и надзора на рынке финансовых услуг;

**Гельвановский М. И.**, докт. экон. наук, профессор, действительный член РАЕН, генеральный директор Национального института развития РАН;

**Князева И. В.**, докт. экон. наук, профессор, проректор по науке Сибирской академии государственной службы, ФАС России;

**Пироженко А. А.**, директор Департамента развития конкуренции и анализа конъюнктуры рынков Министерства экономического развития РФ;

**Светуных С. Г.**, докт. экон. наук, профессор, заведующий кафедрой Экономическая кибернетика и экономико-математические методы Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов;

**Тарануха Ю. В.**, докт. экон. наук, профессор МГУ им. М. В. Ломоносова;

**Шаститко А. Е.**, докт. экон. наук, профессор МГУ им. М. В. Ломоносова, генеральный директор фонда «Бюро экономического анализа»;

**Разу М. Л.**, докт. экон. наук, профессор Государственного университета управления, Заслуженный деятель науки РФ;

**Филиппов А. В.**, докт. псих. наук, профессор Государственного университета управления, Заслуженный деятель науки РФ.

Заочное участие приняли:

**Клейнер Г. Б.**, докт. экон. наук, профессор, член-корреспондент РАН, академик РАЕН, академик Международной академии менеджмента, заместитель директора Центрального экономико-математического института РАН;

**Юданов А. Ю.**, докт. экон. наук, профессор Финансовой академии при Правительстве РФ, член Европейской ассоциации истории бизнеса.

Модератором выступил **Рубин Ю. Б.**, докт. экон. наук, профессор, член-корреспондент Российской академии образования, почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, ректор Московской финансово-промышленной академии, заведующий кафедрой Теории и практики конкуренции Московской финансово-промышленной академии, главный редактор журнала «Современная конкуренция».

Для обсуждения участникам круглого стола были предложены следующие вопросы.

1. Структурный, поведенческий и функциональный подходы к изучению современной конкуренции.

1.1. Структурный или поведенческий подходы к конкуренции: преимущества и недостатки. Какая исследовательская программа ближе к реальности?

1.2. Является ли конкуренция непрерывным и непрекращающимся процессом или сменой разных состояний рынка (динамический или статический подход)?

1.3. Актуальны ли микроэкономические подходы (теория равновесной цены) к рассмотрению конкуренции?

1.4. Какие школы конкуренции вам ближе — неоавстрийцы, неоклассика, гарвардская школа, чикагская школа, неоинституционализм, иная школа?

1.5. Возможна ли комплексная или системная концепция конкуренции, отражающие представленное в теории многообразие трактовок конкуренции?

2. Измерение конкуренции: цели, методы, точность.

2.1. Зачем измерять конкуренцию?

2.2. Возможно ли это?

2.3. Что именно (какие свойства и характеристики конкуренции) можно и следует измерять: интенсивность, напряженность, силу, эффективность, иное?

2.4. Как измерить конкуренцию?

2.5. Достаточно ли точны линейные методы измерения конкуренции?

3. Место теории конкуренции в системе знаний.

3.1. Каково место теории конкуренции в экономических и управленческих науках?

3.2. Существует ли теория конкуренции (как единая отдельная система знаний)?

3.3. Является ли теория конкуренции набором знаний из теории отраслевых рынков, социологии, микроэкономики, стратегического менеджмента, маркетинга и конкурентного права?

3.4. Какова взаимосвязь теории конкуренции с другими дисциплинами?

3.5. Какие вы видите проблемы преподавания теории конкуренции?

4. Конкурентоспособность в контексте теории конкуренции.

4.1. Каково соотношение категорий конкурентоспособности и конкуренции: тождественны, одна является частью другой, разные (непересекающиеся) категории?

4.2. Конкурентоспособность — самостоятельная отрасль знаний или комплексная (искусственно собранный набор теоретических положений) отрасль, включающая маркетинг, менеджмент, финансы и др.?

4.3. Каково место теории конкурентоспособности в экономических и управленческих науках?

## Стенограмма

### Рубин Ю. Б.

Сегодня очень важное событие. Журнал «Современная конкуренция» впервые проводит круглый стол по теории конкуренции. С нашей стороны это был крайне рискованный шаг, поскольку и журнал еще сравнительно молодой, и предложенные здесь темы не очень рельефно видны с точки зрения вузов. Потому что в государственных образовательных стандартах нет таких дисциплин, четких блоков дисциплин, нет такой специализации, а вузовский прагматизм не располагает в сторону исправления этой ситуации.

По предварительной регистрации участников круглого стола складывается достаточно многообещающая картина, на что мы даже не рассчитывали, когда рассылали приглашения.

Состав присутствующих участников и сам факт такого внимания к теоретическим вопросам конкуренции позволяют нам надеяться на то, что этот круглый стол станет важным этапом в развитии заявленной тематики и проблематики.

Благодарю всех, кто откликнулся на наше приглашение. Мы считаем, что сегодня в России созрели довольно интересные научные школы. И моя задача как модератора данного мероприятия заключается в том, чтобы дать возможность российским коллегам высказать свои мысли относительно возможного пути дальнейшего развития теории конкуренции, дальнейшей кооперации, интеграции и консолидации научных школ конкуренции или их дезинтеграции, что, наверное, было бы менее интересно.

Анализ того, что издается за рубежом, показывает, что существуют отдельные специализированные научные издания, посвященные именно конкуренции. Их немного. Как правило, это англоязычные издания: несколько американских изданий, два британских журнала. Но не более того. Есть и неспециализированные издания, которые публикуют отдельные материалы по теории конкуренции, практике конкуренции, конкурентным стратегиям и моделям, конкурентному позиционированию, по разному спектру этого очень интересного явления.

Наша цель — постараться собрать и консолидировать вокруг журнала всю прогрессивную научную и педагогическую общественность, дать ей возможность найти свою трибуну, с которой можно было бы общаться с заинтересованными читателями, и таким образом постепенно сформировать важные и необходимые для отечественной науки и страны в целом тенденции развития теории, которые со временем привели бы к консолидированным подходам и пониманиям.

Перед нами стоит ряд задач.

*Первая задача* — познакомиться друг с другом. Ибо со многими коллегами мы лично знакомы по их публикациям. У журнала есть определенный подход к взаимодействию с авторами. Мы стараемся уважительно и внимательно относиться ко всем авторам и материалам, что у нас публикуются, пытаемся с разных сторон рассмотреть тему и увидеть положительное в разных пониманиях, если они обусловлены искренним желанием и стремлением к научному творчеству.

*Вторая задача* — определить, существует ли теория конкуренции. Есть мнение, что такой самостоятельной отрасли науки или подотрасли не существует. Интересно понять, может ли она быть или ее быть не может? Поскольку многих отраслей знаний когда-то не было, они возникли позже. Так, возможно, с течением времени произойдет и с теорией конкуренции, т. е. эта тематика претендует на то, чтобы в недалекой перспективе выделиться в отдельную область знаний и специализированных исследований. Мы должны будем понять статус данной тематики.

Есть разные мнения: необходимо консолидировать усилия и двигаться в сторону вызревания и моделирования самостоятельной теории конкуренции или — это невозможно, потому что слишком разные подходы.

Мне этот вопрос не представляется столь безысходным. И сегодня мы попробуем поговорить об этом.

*Третья задача*, которая объективно стоит перед нами, — не просто сделать хороший, серьезный, системный, аналитический материал, но и попытаться повлиять на формирование подходов и определенных новаций в научных исследованиях.

Коллеги, которых мы пригласили, — люди самодостаточные и являются признанными экспертами в области теории конкуренции. Они многого добились, стали известными и читаемыми. Поэтому им уже «не до излишней суеты», хочется сделать что-нибудь фундаментальное для будущего экономической

науки и истории, чтобы на это было обращено внимание тех, кто занимается сопредельными исследованиями или образовательной деятельностью в вузах, где изучаются экономика и менеджмент на разных уровнях образования.

Год назад, с публикации статьи знаменитого ученого Ф. Хайека мы начали обсуждение теоретических вопросов конкуренции, которые будут обсуждаться и в дальнейшем. Заседание круглого стола пройдет в рамках этой дискуссии.

Итак, коллеги, есть несколько вопросов, которые предварительно были разосланы участникам, и мы должны по ним высказаться. Здесь прозвучат разные точки зрения. Мы не стремимся в ходе обсуждения их унифицировать. Они принимаются как есть. Постараемся всем дать возможность высказаться по тем или иным тематикам, и если не унифицировать, то хотя бы как-то синтезировать разные взгляды. Далее обобщим нашу работу — подготовим материалы для публикации в журнале «Современная конкуренция» в рубрике, посвященной теоретическим дискуссиям.

Разумеется, есть и другие вопросы, относящиеся к теории конкуренции, но оставшиеся за рамками сегодняшнего мероприятия. Если у вас возникло желание предложить такую тему, мы готовы ее принять к дискуссии.

Ключевой вопрос сводится к тому, что существует много *разных подходов к пониманию конкуренции*. С одной стороны, это хорошо, с другой — не совсем, поскольку люди должны до чего-то договариваться. Так же, как когда-то математики договорились до того, что дважды два четыре, и потом от этой платформы неудержимо двигались вперед, так же, по всей видимости, должны возникнуть системные договоренности, которые могут послужить фундаментом специальной теории конкуренции. В предложенные к обсуждению вопросы вынесены существующие *подходы к пониманию конкуренции*, которые кем-то названы как *струк-*

*турный, поведенческий и функциональный*. Честно скажу, не мною. Но есть такое определение, оно присутствует в научной литературе. Соответственно различают несколько пониманий конкуренции: с позиции микроэкономической теории и разных школ экономической теории, маркетинга, стратегического управления, междисциплинарных научных исследований и даже биологии. Все это существует и по-разному объясняет явление конкуренции.

Есть такие элементы теории конкуренции, как объекты, субъекты, конкурентные действия, а также *конкурентоспособность*. Имеет это какое-то отношение к конкуренции или нет? Наверное, каждый из нас считает, что конкурентоспособность имеет отношение к конкуренции. Но, к сожалению, многие люди, особенно далекие от науки, но полагающие, что они вправе высказываться на данную тему, уверены, что конкурентоспособность не имеет никакого отношения к конкуренции. Приведу пример. Это парадоксальная ситуация. Согласно паспорту научной специальности «Экономика и управление народным хозяйством» конкуренция относится к специализации «Маркетинг», а конкурентоспособность помещена в пункты паспорта о предпринимательстве. То, что маркетинг отделен от предпринимательства, весьма спорно. Мы вынуждены с этим работать, потому что теперь это некая норма жизни: конкурентоспособность — не конкуренция, и предпринимательство также не имеет отношения к конкуренции. Думаю, мы постараемся не просто поговорить об этом, но и повлиять на такое положение вещей.

Прежде всего хотелось бы ознакомить всех присутствующих с позицией Клейнера Г. Б., который не смог принять участия в заседании круглого стола. Мы попросили его ответить на поставленные вопросы, чтобы донести до присутствующих свою позицию. Итак, я позволю себе зачитать его мнение.

«Первое, что нужно сделать на круглом столе — определить *понятие конкуренции*. Идет ли речь о состязательности субъектов или их решений; между настоящим и будущим и т. д. Возможна ли конкуренция без рынка и рынок без конкуренции? Считаю, что в обоих случаях — да.

Теперь что касается вопроса о *различных подходах* к изучению современной конкуренции. «Конкуренция» между *структурным и поведенческим* подходами лишена смысла. *Системный подход* к изучению любых явлений, в том числе конкуренции, требует ее рассмотрения в двух основных ракурсах: внутреннем и внешнем.

*Внутренний ракурс*: конкуренция — это отношение между хозяйствующими субъектами, удовлетворяющее определенным аксиомам, которые должны позволять отличать конкурентные отношения от, скажем, кооперационных.

*Внешний ракурс*: конкуренция — это определенное явление в экономике, удовлетворяющее некоторым условиям.

Эти два вида описания образуют естественную пару. Что же касается так называемого структурного подхода, то он определяет лишь предпосылки конкуренции. Поэтому наиболее актуальная исследовательская программа состояла бы в создании систем аксиом, выражающих сущность конкуренции как отношения между субъектами и как одного из экономических явлений.

Сегодня в России распространена точка зрения, согласно которой именно конкуренция является доминирующим фактором и движущей силой экономического развития: какие бы недостатки в экономике ни отмечались (например, недостаточная восприимчивость к инновациям, низкое качество продукции, низкий средний уровень жизни граждан и т. п.), они могут быть устранены или ослаблены путем *развития конкуренции* в тех или иных сферах. Соответственно развитие конкуренции рассматривается едва ли не как панацея от всех экономических болезней, а *конкурентоспособность* хозяй-

ствующих субъектов, территорий, стран вырастает в главную характеристику их жизнеспособности и эффективности в целом.

По нашему мнению, конкуренция действительно является одним из немногих фундаментальных факторов экономического развития, но лишь «одним из...». Наряду с ней в экономическом пространстве действуют такие не менее мощные силы, как *кооперация, интеграция, коэволюция* (предопределенное или выстроенное согласованное развитие). При этом ни одна из перечисленных форм взаимоотношений между субъектами не должна быть довлеющей в масштабах всей экономики. Определить оптимальные для данной экономики пропорции и формы взаимодействия этих сил — основная, на наш взгляд, задача поиска модели хозяйственного развития страны.

В последнее время и фокус внимания экономической теории стал смещаться с конкурентных «сил отталкивания» на кооперационные «силы притяжения» и эволюционно-коэволюционные «силы инерции». Даже современные маркетинговые концепции основываются на понимании отношений между поставщиком и потребителем не как желаний реализовать (казалось бы противоположные) собственные интересы, а как стремления к «совместному созданию ценности».

Отсюда также вытекает ответ на вопрос *об измерении конкуренции*. Как известно, измерение представляет собой такое отображение множества изменяемых объектов (явлений) в некоторую шкалу, при котором определенные отношения между объектами измерений переходят в отношения между результатами измерений. От того, какие отношения между субъектами конкуренции признаются и учитываются, зависят и характер, и возможности измерения. Например, «сила конкуренции» может проявляться как размер фактора снижения цен (внешний, функциональный подход) или как показатель «ненависти» конкурирующих субъектов?

На вопрос о том, является ли конкуренция непрерывным и непрекращающимся процессом или сменой разных состояний рынка, отвечу что, это динамика.

Но следует иметь в виду, что конкуренция — вовсе не единственно возможный на рынке вариант отношений.

Здесь выделяются: *копродукция* — совместное выполнение некоторой конкретной совокупности работ, обеспечивающей достижение общей заданной цели (например, производство изделия); *кооперация* — долгосрочное сотрудничество, предусматривающее совместные действия неограниченной длительности (например, создание объектов общего пользования); *контактирование* — спорадический краткосрочный обмен информацией; *координация* — информационное взаимодействие (возможно, при участии третьих лиц или организаций), направленное на согласование действий субъектов; *коэволюция* — обмен намерениями и планами, направленный на согласование долгосрочного развития субъектов; *консолидация* — полное согласование действий, сближение интересов.

Является ли этот список исчерпывающим? Оказывается, эти виды можно охарактеризовать, используя комбинации значений некоторой единой системы признаков. В качестве таких признаков я предлагаю использовать следующие характеристики:

— наличие/отсутствие функциональных взаимодействий субъектов, т. е. взаимодействий в ходе их производственно-хозяйственной деятельности;

— наличие/отсутствие информационных взаимодействий субъектов, обмен текущей (ситуационной) информацией;

— учет/отсутствие учета информации о долгосрочных намерениях и интересах субъектов.

В зависимости от наличия или отсутствия этих трех признаков можно охарактеризовать обозначенные виды отношений.

Безразличие и конкуренция характеризуются отсутствием и функциональных взаимо-

отношений, и обмена информацией. Но при конкуренции присутствует учет планов и намерений субъектов. Здесь нужно дать некоторые пояснения. Два субъекта могут считаться конкурентами, только если каждый из них воспринимает другого как конкурента. Это в свою очередь означает, что у каждого из них есть уверенность в том, что другой субъект останется конкурентом в перспективном периоде. При контактировании учет планов и намерений субъектов отсутствует, но присутствует обмен текущей информацией. При копродукции присутствуют только функциональные взаимоотношения, без информационного обмена. Кооперация характеризуется функциональным взаимодействием и обменом текущей информацией, а координация — функциональным взаимодействием и учетом намерений, т. е. координация требует наличия информации о перспективном положении субъекта, а кооперация как совместная деятельность носит ситуационный характер и может осуществляться и без согласования долгосрочных планов. Коэволюция — это обмен текущей информацией и учет намерений без функционального взаимодействия, а консолидация предполагает наличие всех трех параметров. Таким образом, приведенный перечень видов взаимоотношений исчерпывает все возможные комбинации значений трех избранных признаков.

Хотелось бы отметить, что российской экономике не хватает не конкурентоспособности, а *договороспособности*. Дисциплина договоров шире следования институтам — вот истинный дефицит российской экономики.

Экономика деконсолидирована, фрагментирована, атомизирована. Если нет способности к копродукции, кооперации, нужна координация, причем весьма мощная. Как минимум это система индикативного стратегического планирования, как максимум — плановая система социализма, ведущая к тупику. Поэтому необходима исследовательская программа создания системы

«компромиссного стратегического планирования», основанной на сочетании мягкого давления плана и более жесткого давления рынка.

По вопросу о том, возможна ли комплексная или *системная концепция конкуренции*, думаю, что исследовательская программа именно такого направления необходима современной науке и практике. Ощущается необходимость в проведении масштабного фундаментального исследования конкуренции: неоконкуренции, межпериодной, межсистемной и других видов конкуренции».

Такова позиция Клейнера Г. Б., с которой можно дискутировать или соглашаться, отталкиваясь от нее в собственных ответах.

Я прошу присутствующих кратко сформулировать свой взгляд на то, что такое конкуренция под углом зрения уже озвученных проблем, которые представлены в вопроснике. Как это возникло? Как вы это понимаете? В каком контексте: структурном, поведенческом, деятельном, профессиональном?

Далее слово предоставляется Авдашевой С. Б., известному ученому, публикующему много материалов, которые я с большим удовольствием изучаю, читаю и цитирую.

### **Авдашева С. Б.**

Большое спасибо, Юрий Борисович. Честно скажу, что задача общего определения конкуренции, разработка такого определения, которое позволяло бы отвечать на весь круг исследовательских вопросов, мною никогда не ставилась. А когда я сталкивалась с необходимостью дать самое простое рабочее определение конкуренции, то формулировала конкуренцию как соперничество между продавцами. Мне кажется, что попытки искусственного скрещивания альтернативных подходов к определению понятия конкуренции не являются плодотворной целью.

Другое дело — *измерение конкуренции*. Сами возможности измерения конкуренции

в некоторой степени и предопределяют то определение конкуренции, которым пользуется конкретный исследователь. В том случае, когда измерение конкуренции предполагает измерение условий конкуренции или измерение результатов конкуренции, исследователь вынужден использовать рабочие определения, которые сводят конкуренцию преимущественно к условиям или результатам.

В этом смысле не вижу противоречий между структурным и поведенческим подходами к конкуренции. Не считаю, что есть какой-то особый *структурный подход* к определению этого понятия. Просто существовала школа — впоследствии получившая название гарвардской школы, — которая на фоне микроэкономического анализа решила проверить вывод, верный для предпосылок, использующихся при анализе модели Курно, — о том, что «чем больше продавцов на рынке, тем ниже будут цены». Это и стало центральной эмпирически тестируемой гипотезой многих сотен работ.

Можно ли считать, что гарвардская школа давала особое определение конкуренции? Скорее всего, нет, поскольку такая задача ей и не ставилась. Могут ли выводы гарвардской школы лечь в основу особого определения конкуренции? Тоже, скорее всего, нет, поскольку конкуренция — это непрерывный и непрекращающийся *процесс*, а не *смена разных состояний*. Другое дело, что смена состояний позволяет применять сравнительную статику как метод анализа. Мы не всегда и не всеми методами можем проанализировать динамику процесса, но сравнительную статику проанализировать проще, поэтому вместо процесса анализируют смену разных состояний.

Актуальны ли микроэкономический подход, теория *равновесной цены* при рассмотрении конкуренции? На этот вопрос отвечу положительно. Теория равновесной цены никогда не претендовала на то, чтобы быть теорией конкуренции. Просто в рамках микроэкономического анализа конку-

ренция объявлялась тем механизмом, который способствовал установлению равновесной цены. То есть конкуренция в большинстве моделей микроэкономики абсолютно выносится за скобки, ее наличие выступает предпосылкой, но не собственно объектом анализа. Даже смешно задавать себе вопрос, верю ли я в *микроэкономическую теорию* равновесной цены. Ясно, что это теория с очень большим количеством предпосылок. И ее предсказания верны или неверны в зависимости от того, выполняется или не выполняется в конкретной ситуации сложный комплекс предпосылок. Но микроэкономический подход объективно не получится исключить из исследовательской программы, поскольку он заложен в фундаменте многих показателей, которые используются исследователями разных школ. На самом деле эти показатели базируются на так называемом микроэкономическом подходе к теории равновесной цены. Получается немного смешно, когда человек отрицает микроэкономический подход, а потом начинает измерять конкуренцию разницей между ценой и предельными издержками или сравнением цен с ценами сопоставимого рынка. Потому что он отталкивается от той же теории, ибо только в теории равновесной цены есть представление о том, что отношение маржи к цене может быть каким-то *мерилом конкуренции*.

В этой связи, отвечая на вопрос, какие *школы конкуренции* вам ближе, скажу, что поскольку конкуренция — сложный процесс, каждая школа может внести свой вклад в ее анализ. Можно сколько угодно критиковать гарвардскую школу, но исторически она была первой попыткой перейти от модели к эмпирике. А сегодня в учебниках пишут об «ошибках гарвардской школы», о том, какие глупые были люди 60 лет назад, когда дали возможность защищать столько PhD, востребованных до сих пор; как плоха была школа, которая дала возможность перейти от теории к эмпирическому анализу. Наконец, даже сами проблемы измерения

конкуренции и не только конкуренции, но и влияния конкуренции на поведение продавцов и равновесие рынка, которые были установлены благодаря работам гарвардской школы, позволили впоследствии предложить много плодотворных методов эмпирического анализа. Видимо, то же самое можно сказать практически обо всех подходах к изучению конкуренции, в том числе и критикуемых современными исследователями.

Что касается *единой теории конкуренции*, то я, наверное, ответила бы не так, как Клейнер Г. Б. Мне кажется, комплексная *единая теория конкуренции* вряд ли возможна именно потому, что конкуренция — это очень сложный процесс, т. е. невозможна комплексная теория конкуренции, отвечающая на все те вопросы, которые ставят перед собой отдельные школы.

Можно ли измерить конкуренцию? Да, безусловно. Есть ли методика измерения конкуренции? Да, конечно, существует много подходов к такому измерению, но каждый подход предназначен для ответа на конкретный вопрос, решения конкретных задач. Каждый из подходов может быть лучше или хуже другого в смысле адекватности поставленной задаче. Возможно ли существование теории, которая позволила бы сразу ответить на все вопросы, равно как и универсальной методики, позволяющей измерять конкуренцию? Конечно, нет. Приведу конкретный пример. Можно ли измерить конкуренцию для целей применения антимонопольного законодательства? Можно. Здесь могу только еще раз выразить свое восхищение 108-ым приказом<sup>1</sup>, которым руководствуется ФАС. Подходит ли эта методика для целей маркетинга? Нет. Каждый инструмент нужен для своей цели. Большое спасибо.

<sup>1</sup> Здесь и далее имеется в виду Приказ ФАС от 25 апреля 2006 г. № 108 «Об утверждении порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке».



**Рубин Ю. Б.**

Спасибо. Хочется спросить наших коллег, которые занимаются практической деятельностью, о том, что для них конкуренция в русле поставленных нами вопросов, а также о том, какие теоретические наработки и результаты исследований конкуренции были бы сейчас востребованы и в каком контексте? Используете ли вы теоретические подходы к конкуренции в своей практической деятельности?

**Бондарева Ю. Э.**

Когда на практике применяешь теорию, то используешь оптимальный подход при *измерении конкуренции*. При большом потоке информации, которая есть у регулятора, при большом потоке сделок, конечно, минимизируешь теоретические подходы. Существует такая схема: согласно указанию в 108-ом приказе мы в основном пользуемся только двумя показателями концентрации. И это справедливо для общих подходов, для 90% сделок при анализе концентрации. Но как только идет сложная сделка, сразу чувствуется недостаток *инструментария* и обращаешься к теории, к тем методам анализа, которые возможны в целом, и раскрываешь 15 показателей концентрации и больше, идешь вглубь. В этом смысле теория, безусловно, важна для практиков.

Отмечу, что когда месяц назад мы отказывали в согласии по сделке в отношении слияния двух регистраторов, ощущался *недостаток в инструментарии* именно применительно к анализу рынка услуг по регистрации финансовых сделок. Это особенный рынок в финансовой сфере, очень важный с точки зрения фиксации прав собственности. Для нас это была первая за последнее время сделка. Какой теории здесь больше? Макро- или микротеоии? Можно ли утверждать, что рынок регистраторов больше склоняется к межстрановому рынку? Нужно ли здесь учитывать еще и интересы иностранных инвесторов, а не только индекс Герфидаля–Гиршмана? Можно ли говорить

о том, что это региональный или федеральный рынок? А может быть, здесь следует учитывать потенциал тех, кто покупает, и в какой степени? Получалось так, что покупатель-иностранец входил на наш рынок регистраторов с абсолютно новыми для нас технологиями. Он гарантировал защиту реестра — то, чего у нас не было. Он готов был применять новый инструментарий, обеспечивающий функции Центрального депозитария, которого нет в России. Учитывая, что покупатель предлагает такие меры, возможно, следует пренебречь опасностью на региональном рынке? В этом смысле, конечно, мы всегда смотрим, что говорят теоретики, куда движется наша наука применительно именно к российскому рынку.

**Пирожено А. А.**

Безусловно, для нас теоретический подход важен. Мы хотим учесть и отразить позиции разных школ для того, чтобы иметь взвешенный подход при обсуждении этих проблем. Как раз сейчас в Департаменте мы обсуждаем насущную задачу — методику оценки уровня *развития конкуренции* в Российской Федерации в целом. Встает вопрос, каким мерилom ее мерить? Как говорила Авдашева С. Б., это будут условия конкуренции или эффекты, которые дает конкуренция. И если будет и то, и другое, что вероятнее всего, то в какой пропорции и *какими показателями это мерить*? Поэтому у нас есть сугубо практическая задача, которую мы можем решить, только определившись, что есть конкуренция и как нам на нее смотреть.

Но мы, скорее, смотрим на конкуренцию с точки зрения *поведенческого подхода*, нежели *структурного*. Видим те же практические кейсы. На рынках в целом больше конкуренции, и эффективность этого рынка выше с точки зрения потребителя и предпринимателя при условии, что там больше хозяйствующих субъектов. Но это далеко не всегда так. Есть много рынков, особенно в нашей стране, где действительно преобла-

дают капиталоемкие отрасли. Там говорить о низкой концентрации не приходится. И если серьезно смотреть на конкретные отрасли, например, металлургию или нефтяной сектор, которые пока составляют хребет нашей экономики, сложно говорить о необходимости увеличения числа хозяйствующих субъектов в этих отраслях, понимая, какие здесь условия инвестирования, сроки окупаемости и масштабы производства.

Поэтому считаем, что нужно больше ориентироваться на эффекты и условия конкуренции, позволяющие вести бизнес в любой отрасли. И в этой связи следует оценивать конкуренцию через условия.

Конкуренция — это естественный процесс, и нужно смотреть на то, что мешает этому процессу. Прежде всего проблемой во многом являются действия государства, те же барьеры входа на рынок, действия и акты должностных лиц органов власти, которые ограничивают конкуренцию и противоречат антимонопольному законодательству. На эти вещи, как нам кажется, нужно обращать особое внимание. Но при этом, говоря о методике измерения, важно иметь четкое понимание конкуренции как процесса.

Удастся ли договориться о единой теории конкуренции? Боюсь, что нет. Очень разные подходы. Полярные точки зрения, как в отношении самого понятия, так и его эффектов. Поэтому необходимо определиться, как правильно отметила Авдашева С. Б., зачем мы это делаем, для чего используем данное понятие и что хотим получить. Видимо, по каждой задаче будет свой консенсус, вполне корректный. Например, для целей антимонопольного регулирования сейчас больше превалирует структурный подход, что, по-моему, вполне оправданно, учитывая инструментарий, задачи. Для нас как экономического ведомства все же более оправдан поведенческий подход. Компромисс, конечно, возможен, если мы будем исходить из двух точек зрения и уже потом дискутировать о результатах.

#### **Рубин Ю. Б.**

Я понимаю так, что *структурный подход*, если говорить о практических результатах, — это анализ структуры рынка, определение его долей, и, видимо, *инструментарий антимонопольного регулирования*. *Поведенческий подход* — это собственно анализ конкурентных действий, конкурентного поведения и их эффективности. Что же будет практическим результатом *структурного и поведенческого подходов*?

Возьмем, к примеру, структурное исследование конкуренции. Мы задаем некие условия антимонопольного регулирования: какие могут быть доли, сколько субъектов должно быть на рынке с точки зрения эффективности самого рынка, возможности развиваться, каких-то его внутренних импульсов развития для того, чтобы он не умер. И в этом смысле теория конкуренции в какой-то степени превращается в *теорию антимонопольного регулирования*.

С другой стороны, конкуренция как *поведенческий* феномен связана с конкурентными действиями. Здесь мы оцениваем, насколько эффективно, полезно и ценно ведут себя на рынке конкуренты, какова их польза, какие позиции они должны занимать. Я так понимаю. Вы это имели в виду?

#### **Пироженко А. А.**

Да, но для нас нет сомнений в том, является ли эффективным поведение субъектов в условиях конкуренции, т. е. это аксиома. Да, это ценно, эффективно. Мы исходим из этого, чтобы ответить на вопрос: что нужно для этого делать, что этому мешает? Мы не ставим это под сомнение. Вопрос в том, как развивать конкуренцию.

#### **Рубин Ю. Б.**

Хочу обратить ваше внимание на то, что эти теоретические подходы во что-то воплощаются. Если государство здесь играет определяющую роль, то они воплощаются в определенной государственной политике.

Вызывает интерес статья о конкурентной политике, авторами которой являются Авдашева С. Б. и Шаститко А. Е. Она опубликована в первом номере журнала «Современная конкуренция» за текущий год. Когда я ее читал, думал, что конкурентная политика и антимонопольная политика — это не одно и то же. Здесь речь идет о разных вещах, как-то между собой связанных, но имеющих разные гносеологические корни. И, по всей вероятности, они по-разному могут быть полезны для общества.

Но я хотел бы сейчас пойти в другом направлении. Тот практический результат, который могут дать теоретические построения для целей антимонопольной политики — это все или нет?

Как Вы думаете, Юрий Васильевич?

### Тарануха Ю. В.

Прежде всего отмечу, что постановки вопросов действительно интересные. Я хотел бы обратить внимание на то, что когда мы говорим о теории, о структурной, поведенческой и других предпосылках, не учитываем того, что авторы этих подходов не ставили перед собой задачу создания теории конкуренции как таковой. Во всех этих теориях конкуренция выступает своеобразным инструментом для решения других задач. И в этом смысле не случайно мы говорим, например, о структурном подходе. Фактически это неоклассика. Какая задача? Доказать любым способом, что рынок может достичь равновесия. Достиг он его или нет — неважно. Может достичь. Соответственно оформлялась и вся теория. И здесь конкуренция оказалась удачным механизмом, который может показать и доказать это положение.

Возьмем, к примеру, австрийцев. *Неоавстрийская школа* — это прежде всего субъективное восприятие экономической жизни. Отсюда берут свое начало труды Ф. Хайека, И. Кирцнера и других ученых. Добавим к этому предпринимательский подход.

Главный его недостаток заключается в том, что мы почему-то игнорируем К. Мар-

кса. Не знаю, сознательно или бессознательно. В поставленных здесь вопросах К. Маркс не представлен. Как будто нет такой теории, такого подхода, хотя именно К. Маркс — единственный, кто, во всяком случае, конкретно ставил перед собой задачу создания теории конкуренции, кто обосновал положение, что конкуренция в рыночной экономике является ядром и механизмом работы этой системы. То, что ему не удалось создать теорию, — это другой вопрос. Однако у К. Маркса такое наследие, по сравнению с которым все остальные подходы, которые мы обычно обсуждаем, — это отдельная мозаика, отдельные кусочки. В этом мне видится главная проблема современных исследований конкуренции. В какой-то мере этот недостаток можно простить исследователям Запада, но что касается российских ученых, непонятно, почему у нас такое устойчивое игнорирование того, что мы, казалось бы, можем знать лучше других?

В этой связи, говоря о системном подходе, подчеркну, что с учетом этого обстоятельства может быть создана системная или комплексная, единая теория конкуренции. Но, конечно, целостная теория конкуренции может состояться не как соединение в принципе патологически не соединяемых подходов, а наоборот. При использовании системного подхода мы увидим, что новое из того, что присутствует в структурном, поведенческом и функциональном подходах, — это идеологемы, отражающие отдельные стороны, отдельные части конкуренции.

Я ни в коем случае не хочу сказать, что структурный подход неправ. Как уже отмечалось, структурный подход — это искаженное представление о конкуренции, потому что это статика. Но, с другой стороны, он необходим для измерения конкуренции как статический метод исследований. Без него не обойтись. И здесь микроэкономика — самый подходящий инструмент. Хотя нужно четко понимать, что конкуренция должна рассматриваться и пониматься исклю-

чительно как *процесс*. Другой вопрос, что мы вкладываем в это понятие, какое содержание?

Моя точка зрения сводится к тому, что конкуренция — очень сложное многомерное понятие, отсюда и множественность подходов и трактовок. В этом смысле как минимум конкуренция должна рассматриваться как отношение, возникающее в рыночной экономике в целом, и как действие.

На мой взгляд, здесь есть две стороны. Объективная сторона — это некие *условия конкуренции*, то, что принуждает конкурировать и не позволяет субъектам выйти за рамки конкурентного соперничества. В этом случае как раз уместен и наиболее содержателен подход К. Маркса, в том смысле, что конкуренция имеет характер принуждения. Хочешь или нет, на рынке ты не можешь не быть участником конкуренции. Выбор простой: будь конкурентом или умри. Других вариантов нет.

С другой стороны, в конкуренции присутствует и субъективный элемент. Он очень большой и крайне важный, потому что конкуренция не бывает просто отношением, конкуренция — это всегда *действие*.

Считаю продуктивным рассматривать конкуренцию как процесс соперничества, в котором действия конкурентов ограничивают возможности других участников рынка. И когда с этой точки зрения мы посмотрим на конкуренцию, найдем ответы на многие вопросы, которые сегодня были поставлены, поймем достижения многих подходов. И. Шумпетеру, Ф. Хайеку и многим другим здесь найдется место.

Теперь что касается выбора между непрерывным процессом и сменой состояний рынка. В подходе, который мной озвучен, если рассматривать конкуренцию как объективный процесс, как некую данность и систему отношений, это, конечно, *процесс*.

Однако субъективно, с точки зрения отдельного участника конкуренции конкуренция не может рассматриваться как нечто бесконечное.

Для конкретного участника рынка, конкуренция — это *ситуация*, сложившаяся сегодня и требующая принятия конкретных решений. Для директора фирмы, которому нужно принять решение, конкуренция проявляется как ситуация. Гарвардская парадигма, микроэкономический анализ — наиболее практичные для него инструменты, позволяющие разобраться в конкурентной ситуации. Грубо говоря, здесь применим портеровский подход: изучить ситуацию, конкурентные силы, которые на нее влияют, принять решение. В этом смысле можно рассматривать конкуренцию с точки зрения действующего лица как некоторую рыночную ситуацию, которая возникает.

Как я уже отмечал, мне наиболее близка марксистская школа. Думается, она является ключом к созданию подлинно *системной теории конкуренции*, в которой, подчеркиваю, найдется место всем подходам. И мы увидим, что в других школах и подходах внимание концентрировалось на отдельных, частных сторонах конкуренции.

Что касается измерителя, то, конечно же, хотелось бы измерить все. Но мы уже видели, почему сегодня так остро стоит *проблема измерения конкуренции*. Потому что современная конкуренция характеризуется очень высокой динамикой. И если раньше все эти показатели концентрации на практике в принципе работали, то сейчас изменения на рынках происходят настолько быстро, что ситуация меняется, пока мы ее измеряем.

Естественно, большое значение имеет *глобализация*, которая тоже путает все карты, поскольку возникает вопрос о границах рынка, на котором мы должны мерить концентрацию: региональном, российском или глобальном рынке, а главный конкурент может быть даже с Марса. И что тогда это измерение покажет? Ничего. Получается, что силы, ограничивающие ваше производство в России и количество товаров, которое вы продаете по статистике, — это разные вещи. Поэтому возникает необходимость

в том, чтобы разработать *инструментарий* для оценки динамики конкуренции. Как измерить напряженность, интенсивность конкуренции? Могу честно сказать, не знаю. И где бы я ни сталкивался с этой проблемой, — никто не знает, как измерить эти качественные характеристики.

Что означает интенсивная конкуренция? Может быть, это скорость входа/выхода фирм на рынок? Их быстрая сменяемость и обновляемость? Какой инструментарий здесь потребуется? Я согласен с Пироженко А. А., который говорил о необходимости проследить последствия конкуренции, ее направление.

Представляется, что сегодня мы упускаем еще один вопрос, когда рассматриваем конкуренцию именно как проблему соперничества и борьбы. Клейнер Г. Б. справедливо ставит вопрос. Любая конкуренция — это дихотомия: *конкуренции и кооперации*. На Западе много об этом пишут. Рыночная экономика наглядно демонстрирует, что сфера действия конкуренции сужается. Она заменяется соревнованием в виде промышленных сетей, кластеров и т. д. Возможно, с этой точки зрения, говоря о развитии конкуренции, мы не должны видеть развитие конкуренции в создании на рынке условий какой-то смертельной борьбы, что в России часто происходит. Мы боремся, поедая друг друга, в то время как на Западе люди находят формы кооперации и создают объединения, подобные футбольной команде, где соревнуясь между собой, конкурируют с субъектами извне.

Сегодня мы вынуждены говорить о глобальной конкуренции, и если рассматривать перспективы России с этой точки зрения, может быть, и государственным органам стоит посмотреть на *развитие конкуренции* в таком ключе, а не просто способствовать повышению интенсивности конкуренции. По неоклассике, самая лучшая конкуренция — это наиболее напряженная конкуренция. Но совершенная конкуренция, в виде идеального ее портрета, — это сего-

дня смерть, не позволяющая накапливать ни потенциала, ни ресурсов, ничего. А как создать конкуренцию, которая заставит наших предпринимателей не только работать в инновационном ключе, но и объединять инновационные идеи, выступая некоторой единой командой? Хотя в контексте разговора о конкуренции это, возможно, звучит смешно — быть единой командой по отношению к другим, я бы сказал, «чужим» командам конкурентов, которые работают на том же рынке.

#### **Пироженко А. А.**

В антимонопольном законодательстве это называют согласованными действиями.

#### **Тарануха Ю. В.**

Нет. Это не согласованные действия в антимонопольном понимании. Если они здесь и есть, то это действия другого типа. Естественно, если мы разрабатываем новую технологию, у нас должны быть согласованные действия. Но это не имеет отношения к антимонопольному регулированию.

#### **Рубин Ю. Б.**

Большое спасибо. Давайте не будем забывать о темах, которые мы обозначили. Очень интересный сюжет прозвучал от двух представителей властных структур. Интересны, с одной стороны, выводы для *антимонопольного регулирования*, с другой — выводы, видимо, связанные с чем-то, что и является прообразом *конкурентной политики*, которую можно было бы внедрять, но она необязательно имела бы антимонопольный ракурс.

Кстати говоря, у К. Маркса, о котором Тарануха Ю. В. очень справедливо упомянул, была идея: «Синтез, но не формула, а движение». *Конкуренция и монополия*. Конкуренцию он противопоставлял только монополии, где как раз была дихотомия конкуренции и монополии. Поэтому логично предположить, как далее развивалось это понимание.

Отсюда вытекает тема «Антимонопольная политика и конкурентоспособность», т. е. как конкурентоспособность связана с конкуренцией. В какой сюжет разговора о конкуренции это можно отнести?

Может быть, конкурентная политика как раз должна служить обеспечению конкурентоспособности и усилению гарантий конкурентоспособного бизнеса? Наверное, так. Ирина Владимировна, с удовольствием передаю Вам слово.

### Князева И. В.

Пока я ехала сюда, стала думать о том, что же такое конкуренция, и поняла, что в рамках движения автомобиля по дороге конкуренция — это борьба за место. По большому счету везде и у всех это борьба за лучшее место.

Но я хотела бы продолжить тему, о которой говорил Тарануха Ю. В., а именно — тему гиперконкуренции в условиях глобализации. Думаю, что и сегодня она актуальна. Об этом свидетельствует огромное количество последних теоретических и практических материалов. Недавно я была в Стамбуле на 9-ой конференции Международной конкурентной сети (МКС) и могла это наблюдать. Вопрос о том, что гиперконкуренция и глобализация стоят достаточно близко, очень важный.

Классические признаки монополии в условиях глобализации начинают исчезать. Сегодня, как уже было здесь замечено, характер конкуренции переходит от борьбы за какую-то отдельную долю рынка или, как я сказала, за место (т. е. структурный аспект), к борьбе за лидерство в создании ценности у потребителя. Это имеет место быть и активно формирует новые конкурентные начала в борьбе бизнес-систем.

Но, рассматривая понятийный аппарат и антимонопольное регулирование, хотелось бы отметить некоторые этимологические вещи. Хотя я использую категорию «конкурентная политика», пишу и говорю об этом, не рассматриваю ее этимологически

как антимонопольную политику. Ведь конкурентная политика — это политика хозяйствующих субъектов, она носит либо конкурентный, либо неконкурентный формат. Политика защиты конкуренции — приемлемая этимологическая категория и словосочетание. А конкурентная политика — совсем не то, что антимонопольная политика даже в терминологическом плане. Поэтому я не буду использовать понятие конкурентной политики, а буду говорить о политике защиты конкуренции и антимонопольной политике, о том, на чем она строится.

В последние десять лет американское антимонопольное регулирование активно переходит от структурного к поведенческому анализу рынка и его использованию в доказательной базе. Этому сегодня следуют и европейские конкурентные ведомства. Большое внимание они уделяют именно анализу соглашений и согласованных действий, а не контролю за деятельностью монополий или доминирующих субъектов, как призывает наше законодательство. Это тоже факт европейской политики — *competition law*. Почему? Потому что если говорить о применении структурного подхода, я не рассматриваю инфраструктурные отрасли, а только рынки временной монополии, то в рамках активных динамических изменений сегодня устанавливается одна структура рынка, а завтра — другая. На мой взгляд, чтобы вычислить долю рынка, нужно провести огромнейшую работу, на которую иногда уходит 3–4 месяца. И пока мы все проанализируем, начиная считать долю рынка, может получиться так, что гора породит мышь, совершенно не конструктивный результат.

В поведении доминирующих субъектов, особенно если они являются глобальными игроками, нередко сегодня возникает большой положительный эффект для потребителя: снижение цен, дополнительные бонусы и т. д. При поведенческом подходе для потребителя появляется больше выигршей. Думаю, и практики меня поддержат

в том, что антимонопольное регулирование сегодня, скорее, идет в сторону рассмотрения картельных сговоров или согласованного поведения.

Хотелось бы коснуться вопроса об интенсификации конкуренции. Здесь последние десять лет намечается достаточно серьезный и мощный прорыв в активных, инновационно-движущихся экономиках и рыночных тенденциях. *Интенсификация конкуренции* — это отсутствие устойчивого конкурентного преимущества. Единственное преимущество — это управление инновациями, изменениями. И здесь, на мой взгляд, понятие конкуренции приобретает совершенно другой формат.

Насколько можно *измерить конкуренцию*? Я согласна с Таранухой Ю. В. в том, что сегодня у нас для этого есть все параметры: быстрота входа и выхода с рынка, сменность и т. п. Но в условиях инновационного рынка этого недостаточно. Если рассматривать те параметры и показатели, которые существуют, коэффициент концентрации и индекс Герфиндаля — Гиршмана, то их использование — это только начальный, первый шаг. Что он дает? Только первичное понимание классической структуры рынка. Нужно пойти дальше. Если в 1993–1995 гг., когда я работала в антимонопольных органах, мы говорили «у нас структура рынка такая, и поэтому мы принимаем такие решения», то теперь при высокой концентрации рынка ничего не понятно. К примеру, на отечественном рынке мобильной связи очень высокая концентрация сотовых операторов, а какие при этом применяются антимонопольные меры? Другое дело, если на конкретном отдельном рынке они «зарвались» в своих поведенческих условиях и конкурентных действиях.

Теперь вопрос о *конкуренции и конкурентоспособности*. На мой взгляд, нередко наблюдается подмена этих понятий. Это самое опасное. Пишут «конкуренция» и тут же — «конкурентоспособность», как

будто это одно и то же. Такая подмена наблюдается и в работах российских ученых, и в зарубежных исследованиях. Понятно, что конкурентоспособность — это результат конкурентных действий. Если уж мы говорим о конкурентоспособности, то нужно отметить, что на инновационных рынках измерить ее достаточно сложно. Интересно, какие измерители здесь следует применять? Действующие сегодня измерители конкурентоспособности: объемы прибыли, объемы продаж, объемы активов компаний напрямую не относятся к понятию конкурентоспособности.

И еще один момент, связанный с *методологией анализа конкурентной среды* и рыночных долей. Если использовать 108-ой приказ, то сложно говорить о географических и продуктовых границах рынка. Я достаточно хорошо знаю законодательство, эту методику анализа и оценки, сама использовала ее в полевых исследованиях. Могу сказать, что вопрос взаимозаменяемости продукта — это очень хитрая штука. Здесь есть много скользких камешков, на которых можно оступиться: проанализировать взаимозаменяемость продукта, провести опрос, понять, репрезентативна ли выборка по опросу, выявить взаимозаменяемость товара на определенном сегменте рынка. Не случайно грамотные юристы уже пять лет назад начали борьбу в судах именно по базовым категориям. Это борьба по категориям взаимозаменяемости товаров и географии рынка. Это те аспекты, тот базис, тот плацдарм, на котором многие антимонопольные дела «опрокидываются». Ведь доказать, насколько взаимозаменяем товар и социологическое исследование, которое проведено по взаимозаменяемости, отвечает интересам данного дела, достаточно сложно. Спасибо.

#### **Рубин Ю. Б.**

Мне кажется, объективное развитие *антимонопольной политики* сдерживается именно потому, что непонятно, что такое

конкурентоспособность. Сегодня действует *структурный подход*, долевого. Но он рассматривает рынок не с позиции эффективности, хотя *конкурентоспособность* — это возможная, потенциальная эффективность в каких-то обстоятельствах. Она, например, прорывается через явления естественных монополий. Здесь очевидно исключение из применения структурного подхода. Почему эти монополии допускаются? Наверное, это может быть выражено в других категориях, например, в категориях конкурентоспособности.

Каково значение слова «конкурентоспособность»? Это способность к ведению и совершению конкурентных действий, таких действий, которые, по-видимому, должны быть успешными, не просто показатели прибыли, которые ничего не говорят о том, хорошо это или плохо для участника рынка, государства, общества.

Думается, сейчас многие вопросы возникают из-за отсутствия тематики конкурентоспособности в контексте исследований возможностей антимонопольного регулирования.

Я хотел бы предоставить слово нашим коллегам, для которых конкурентоспособность является основным предметом научного интереса.

### **Гельвановский М. И.**

Я согласен с Рубиным Ю. Б. Это очень верное замечание, что «нам уже не до излишней суеты». Действительно, сегодня мы приходим к некоторым методологическим проблемам, лежащим в основе очень серьезных явлений и весьма близких к нашей каждодневной проблематике, хотя изначально они казались теоретически крайне удаленными.

*Конкуренция и конкурентоспособность* — категории очень сильно связанные, даже этимологически. Конкуренция имманентно присутствует в человеческой природе. Поэтому грамотное, фундаментальное и глубокое системное изучение этого явления дав-

но назрело и является актуальным на сегодняшний день.

Сразу хочется перейти от теоретического, весьма удаленного изложения, к практическому. Два года назад по просьбе Торгово-промышленной палаты наш институт начал работу над концепцией государственной политики цен в России. Когда мы занялись этой проблематикой, поняли, что безсубъектность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» может привести к очень серьезным последствиям. Есть проблемы бизнеса и проблемы государства. Они связаны, но не подменяют друг друга.

Потому могу заявить, что антимонопольная служба сегодня по большому счету не очень хорошо представляет себе предмет, которым она занимается.

И в связи с этим в *антимонопольном регулировании* возникают такие казусы, как с Касперским и целым рядом компаний. Нет ни общих подходов к теории конкуренции, ни того же в отношении *конкурентоспособности*. Поэтому недостатки методологии — это очень важный момент.

Для заседания круглого стола составлены очень грамотные вопросы. Я постараюсь их придерживаться и одновременно показать пагубность безсубъектного подхода как к конкурентной борьбе, так и к конкурентоспособности.

*Структурный подход* я понимаю как возможность применения конкурентных механизмов в различных областях человеческой деятельности, где они реально могут проявляться и быть конструктивными. Конкуренция, примененная к структуре, с учетом самой структуры, — это та отраслевая структура видов деятельности, где конкуренция может принести реальный положительный эффект. Для кого? Пока оставим этот вопрос без ответа.

*Поведенческий поход* — это допустимость конкурентного поведения и пределы использования различных приемов конкурентной борьбы. Что считать недобросове-



стной конкуренцией, добросовестной, реальной, формальной и т. д.? Можно это развивать. Но для кого? С каких позиций?

*Функциональный подход* — когда механизм конкуренции приносит наиболее реальную пользу — повышение эффективности общественного производства. Понятно, что мы поднимаемся на макроуровень.

Считаю, что перечисленные теоретические подходы к пониманию конкуренции все же относятся к некоему другому субъекту, чем тот, к которому они обычно приписываются.

Рассмотрим *природу конкурентных действий*. Это стремление получения дополнительного дохода. Конкурентное действие всегда характеризуется продолжительностью во времени. Существуют разные мотивы и форматы конкурентных действий. Максимизация прибыли — краткосрочное направление: быстро снять сливки, зафиксировать прибыль, вывести активы. Второе направление — это использование временной монополии: технологической, локальной, эксклюзивной и т. д. Есть варианты различных комбинаций. Например, увеличение доли рынка в среднесрочном и долгосрочном периодах, — как правило, отраслевой (мезо) уровень.

Теперь перейдем к конкретным *субъектам конкуренции*. Здесь можно использовать и функциональный подход, и структурный. Кому и что делать? Где конкуренция эффективная, а где ее быть не может? Естественно, она может быть не везде. Если не перейти к структуре субъектов конкурентной борьбы, то дальше будет очень сложно что-либо понять.

Для того чтобы разобраться в огромном множестве вариантов и комбинаций, я поделил всю совокупность субъектов конкурентной борьбы на три уровня. Существуют также и подуровни, но о них позже. Основных уровней три: микро-, мезо- и макро. *Микроуровень* — это товар. Многие меня упрекают в том, что я приписываю товару субъектные функции. Считаю, что без этого нельзя

понять действия самого рыночного механизма и выбора потребителя. Здесь возникают некоторые методологические вопросы, но они решаемы. *Мезоуровень* — это фирмы, тот уровень, где собственно говоря «варится» и «выковывается» конкурентоспособность. И, наконец, *макроуровень* — это хозяйство страны в целом, тот уровень, где *создаются предпосылки* для готовности к конкурентной борьбе. На этом уровне формируется хозяйственный механизм с долями конкурентного и неконкурентного сегментов хозяйствования и т. д. Кроме этого, существуют *гипер-макроуровень*, когда конкурируют международные интеграционные группировки и страны передают свои функции и компетенции по формированию конкурентоспособности и механизмов конкурентной борьбы на наднациональный уровень. Существует и *квазиконкурентный уровень* — это региональный уровень. С одной стороны, регионы — части одной страны, по каким-то параметрам они вроде бы конкуренты, но с другой — вряд ли их можно серьезно рассматривать как субъектов конкурентной борьбы. Возьмем, например, губернатора. С кем по большому счету он может конкурировать? Со своим соседом? В чем? И вообще, что такое конкуренция между регионами внутри страны? Соревноваться они еще могут. Но конкурировать — вряд ли. Конкуренция отличается от соревнования тем, что к финишу приходит *только победитель*. Думается, благостное отношение к конкуренции, когда в ее результате делятся «первое — второе — третье место», в этом случае не подходит. *Конкуренция — борьба за выживание*. Иначе это действительно соревнование, в котором побеждает дружба, а цель — не победа, а участие.

Так вот, пока эти три главных уровня не будут рассмотрены до конца, мы не поймем, кто за что конкурирует. Я попытался определить, возможно, очень грубо, *предмет конкурентной борьбы по каждой категории субъектов*.

Товар конкурирует за деньги потребителя. За что конкурирует предприятие? За деньги потребителей, но не только. К этому присовокупляются еще и инвестиции. Инвестиционные ресурсы необходимы для поддержания развития предприятия и фирмы, потому что конкурентная борьба предприятий развернута во времени.

Наконец, рассмотрим страну, национальное хозяйство как субъект конкуренции. Вот чем, по моему мнению, особо должна заниматься антимонопольная служба. Сегодня она вообще не думает о *конкуренции между странами* в глобальном, международном масштабе. А здесь одной микроэкономикой не обойтись. Высчитывать конкурентное напряжение на рынках гвоздей или даже станков — это для нее должно быть делом десятым. Здесь проблемы посерьезнее. Проблемы социальной ответственности, социальной стабильности, продовольственной и ресурсной безопасности, геополитические проблемы — все это в совокупности составляет некоторую целевую функцию, на которую должна быть ориентирована антимонопольная служба, если не ограничивать ее одними только рыночными задачами.

Существуют внутренняя и внешняя конкуренция, а также различные комбинации субъектов конкуренции. При исследовании причин последнего кризиса были высказаны очень интересные предположения о том, как он формировался при взаимодействии Центрального Банка Японии, Министерства финансов и Федеральной резервной службы США. Когда такие субъекты конкурентной борьбы вызывают обвалы глобальные явления, у меня возникает мысль о том, что их комбинаторика может приносить весьма интересные выгоды. Если изучая конкуренцию, мы не понимаем, *кто с кем конкурирует на всех уровнях*, можно сколько угодно мерить конкурентное напряжение и изобретать разные показатели, но это вряд ли прояснит ситуацию.

Я согласен с тем, что конкуренция — это *процесс*, причем конкретный. Его обязательно нужно изучать теоретически. У него есть свои закономерности, особенности, которые можно выявлять и использовать.

Хотелось бы также обратить внимание на *место теории конкуренции в системе знаний*. Вопрос поставлен очень правильно, он крайне важный. Дело в том, что у нас произошла экономизация знаний, социальной жизни. По сути, мы сегодня утратили фундаментальную экономическую базу, отказались от советской базы, от социалистического концепта, но смогли ли воспринять то, что было наработано на Западе? Конечно, примерили чужой кафтан на собственное тело. Где-то трещит, где-то обвисло. Поэтому мы получили некоего концептуального мутанта. На мой взгляд, если не выходить на такие аспекты проблемы, как *экономия и хрематистика*, которые были отмечены еще Аристотелем, мы ничего не поймем ни в конкуренции, ни в создании и организации хозяйственной жизни в стране и т. д.

По своей интенции экономия и хрематистика — это два совершенно разных вида деятельности. И тут я позволю себе вернуться к проблеме государственной политики цен. Что должно представлять собой решение данной проблемы цен? Покупатель хочет низкую цену, а продавец — высокую. Где критерий решения проблемы цен? Очевидно, это народно-хозяйственный эффект, интересы страны в целом. Но они не сформулированы. Концепция конкуренции как процесса, в котором что-то рождается, этого не дает. Мы должны уравновесить эти два направления, а хрематистика сегодня почти полностью подавляет экономию. Самое главное — разделить данное поле на две совершенно четкие части. *Жизнеобеспеченность* страны — это одно, а *игра конкурентных сил* и получение за счет такого смертельного соревнования дополнительного экономического эффекта — другое. Вот тогда антимонопольная служба поймет, чем она должна реально заниматься.

Наверное, это относится не только к ФАС. Как быстро отреагировал Пироженко А. А. на весьма фундаментальное, на мой взгляд, предложение Таранухи Ю. В. о необходимости формирования консолидированной команды, «заточенной» на внешнюю конкуренцию? Сразу оценил как «согласованные действия», т. е. подлежащие антимонопольной каре. И с формальной позиции правильно оценил, а по существу...? Можно его за это винить, если нет теоретической базы, а формула срabатывает с точностью до наоборот? Даст теория возможность чиновникам ориентироваться в этой сфере и принимать правильные решения? Лишь отчасти. Нужна *конкурентная стратегия страны*. Без такой стратегии Россия сегодня фактически не является субъектом международной конкурентной борьбы, а ее государственные структуры безоружны в принятии важных государственных решений и, возможно, совершают весьма серьезные ошибки. И это, наверное, самое важное.

И последнее о *конкурентоспособности*. Недавно была издана книга, посвященная методологическим подходам к статистическому сопровождению конкурентоспособности. Когда она уже была написана, мы еще раз задумались над ее названием. Первая часть названия звучит так: «Конкурентоспособность национальной экономики: проблемы статистического сопровождения». Это правильно. Невозможно оценить конкурентоспособность, не посчитав статистически соотношение определенных показателей, хотя авторитетные организации, такие как Всемирный экономический форум и IMD, делают это постоянно. Однако и эти авторитетные организации, и авторы книги еще очень далеки от возможности реальной оценки конкурентоспособности национальной экономики. Поэтому мы решили дополнить название книги словами «поиск методологической адекватности». В книге мы попытались сформулировать некоторые подходы. Но окончательный ответ, конечно же, еще впереди.

Завершая, можно сказать, что конкурентоспособность и конкуренция — категории тесно связанные. Думается, конкурентоспособность более инертна, как отражение свойств субъекта его способности к конкурентной борьбе она может быть измеряемой. Какими способами? Это уже другой вопрос. Это дело достаточно трудоемкое, тем более если мы поднимаемся на макроуровень и особенно на гипер-макроуровень. Тем не менее, если задача не будет поставлена, она и не будет решена. И здесь исследование самой конкуренции имеет огромное значение для измерения конкурентоспособности. Но, конечно же, с учетом субъектности конкурентной борьбы. Поэтому еще раз благодарю вас за организацию этого круглого стола.

#### **Светульников С. Г.**

Думаю, всем присутствующим понятно, что конкуренция — очень сложное явление. И на вопрос о том, если ли теория конкуренции, ответ таков — есть. Теория — это объяснение любого явления, которое существует. Другое дело, устраивает ли нас эта теория, и в какой степени? На этот вопрос можно ответить отрицательно. *Общая теория конкуренции* нас не устраивает, и более того, на мой взгляд, ее не существует. Ученый, который пытается изучить данное явление, понять ее свойства, найти некоторые закономерности, неминуемо углубляется в решение каких-то частных проблем в конкуренции и начинает разрабатывать частные теории. Таких частных теорий в этой сфере достаточно много. Самое интересное, что они конкурируют друг с другом. В теории конкуренции есть конкуренция теорий. Но синтез этих частных теорий в единую системную теорию пока невозможен. Я не вижу в ближайшей перспективе каких-то возможных путей создания этой системной теории.

Здесь неоднократно говорилось о том, что практикам данная теория нравится, но она не всегда их устраивает. Высказыва-

лось мнение о том, что мы можем измерить концентрацию рынка, но при этом учитываем самые разные дополнительные свойства и функции. Должен сказать, что беда нашей теории состоит в том, что мы не можем дать практикам нормального *инструмента измерения конкуренции*. Сегодня мы рассчитываем концентрацию на рынке, предполагая, что между концентрацией и уровнем конкуренции есть линейная обратная взаимосвязь. На самом деле эта зависимость носит не линейный, а сложный характер. Такая общая методологическая предпосылка не совсем верная.

Коллеги отмечали, что на смену конкуренции приходит некое *сотрудничество конкурентов*. Это нормальный отклик предпринимателей на сложную конкурентную среду. Существуют различные способы объединения конкурентов, в том числе и вертикальные маркетинговые системы. Есть так называемые предпринимательские сети. И применительно к России обнаружился очень интересный факт.

Предпринимательские сети формируются не на основании интереса экономического обмена, получения дополнительных выгод или по принципу «против кого дружим». Объединение происходит по *принципу реципрокности*. Очень интересный принцип взаимодействия предпринимателей в такой сфере был выявлен учеными Ульяновского государственного университета. *Реципрокность* — отношения взаимозависимости, как бы взаимоблагодарности. Социологи объясняют реципрокность примерно так: «На 23 февраля женщины сделали вам подарок, значит и вы должны им чем-то ответить на 8 марта». Это отношения реципрокности. Предпринимательские сети в России в большей своей части формируются на отношениях реципрокности, которая базируется на двух факторах.

*Первый* — прошлая деятельность. Мы все вышли из Советского Союза. И люди, которые в то время занимали высокие должности, занялись бизнесом и помогают друг

другу. Это, например, бывшие комсомольские деятели — комсомольские сети. Существуют партийные сети.

*Второй* — сети, созданные на национальной основе отношений реципрокности.

Представьте себе ситуацию, что формально у вас на рынке сто фирм, занимающихся одним и тем же. Концентрации нет, отличная конкурентная среда. Но из этих ста фирм девяносто девять объединены на условиях реципрокности, предположим, по национальному признаку. Одна фирма безуспешно пытается бороться с ними. Здесь предпринимательские сети выступают элементом некоторой монополии. *Проблема измерения конкуренции* отягощается всеми этими вещами.

Мы говорили о том, что в теории конкуренции важный элемент — это *оценка конкурентоспособности*. Имеется в виду конкурентоспособность товара. Мы пытаемся оценить ее с различных позиций, но понимаем, что конкурентоспособность фирмы определяется в том числе и конкурентоспособностью товара. Однако эта функциональная зависимость или модель оценки конкурентоспособности фирмы в зависимости от конкурентоспособности товара пока не выявлена. По крайней мере, я такого не встречал. По-видимому, происходят некие сложно-системные превращения этих свойств в нечто другое. Поэтому конкурентоспособность фирмы и конкурентоспособность товара, с одной стороны, — взаимосвязанные вещи, а с другой — выявить, описать, промоделировать эту взаимосвязь сложно. То же касается перехода от конкурентоспособности фирмы к конкурентоспособности регионов, отраслей и прочее.

#### **Князева И. В.**

У неконкурентоспособной фирмы может быть конкурентоспособный товар?

#### **Светуных С. Г.**

Конечно, может.

**Князева И. В.**

Вместе с тем и у конкурентоспособной фирмы не все товары неконкурентоспособные. Только одна-две позиции конкурентоспособные, а остальные — нет.

**Светуных С. Г.**

Мы должны сделать уточнение. *Конкурентоспособность* — это способность конкурировать. Но способность конкурировать вовсе не означает возможности выиграть конкурентную борьбу. Приведу простой пример. Я представляю ФИ-НЭК — Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. С 1991 г. данный вуз в официальном рейтинге Министерства образования РФ занимал первые места. Наши руководители были этим довольны. Способность конкурировать у вуза потрясающая. Но могу вам сказать, что он проигрывает конкурентную борьбу на рынке образования. Почему? Потому что конкурентоспособность не реализована в *конкурентные преимущества*. У нас нет маркетинга, нормального менеджмента, т. е. сил, которые трансформировали бы нашу конкурентоспособность в конкурентные преимущества. То же и с фирмой: есть товары, которые являются конкурентоспособными, но сами товары не могут конкурировать с другими, выйти на рынок.

Об этих сложностях можно говорить бесконечно долго. И мне очень приятно, что сейчас у нас возникло много различных гипотез, высказанных на этом круглом столе. Они дают нам возможность несколько по-другому осмыслить то, что мы уже знаем, и самое главное — познакомившись друг с другом, с аудиторией, будем более внимательно относиться к нашим работам.

**Рубин Ю. Б.**

Большое спасибо. Позволю себе несколько ремарок. Есть темы, которые кажутся мне перспективными для разговора:

— конкурентоспособность в контексте теории конкуренции и антимонопольного регулирования;

— конкурентная политика и антимонопольная политика;

— соперничество и сотрудничество, или кооперация и конкуренция;

— объекты анализа конкурентоспособности;

— добросовестная и недобросовестная конкуренция;

— функции государственной политики.

Возможно, государственная политика, помимо антимонопольного регулирования, должна еще что-то делать, например, развивать, поддерживать, направлять, внедрять, вразумлять.

Я передаю слово Шаститко А. Е. Помнится, у Вас была полемика с исследователем, который считал, что антимонопольное регулирование — это плохо.

**Шаститко А. Е.**

Добрый день, уважаемые коллеги. Спасибо за приглашение на интересный круглый стол. Действительно, эта полемика имела место на страницах журнала «Вопросы экономики», если мне не изменяет память в 2003 г. Моим оппонентом тогда был Новиков В. из Академии народного хозяйства. Столкнулись два *подхода к понятию конкуренции*. Один из них шел от нового институционализма — с моей стороны, а со стороны Новикова В. — рафинированный неоавстрийзм. Ни для кого не секрет, что именно сторонники неоавстрийского направления в экономической теории всерьез считают, что антимонопольная политика, скорее всего, направлена против конкуренции. Именно поэтому у них есть основания, как они полагают, трактовать антимонопольную политику как неопротекционизм, с чем я был категорически несогласен.

Если возвращаться к базовому вопросу, который был поставлен пред нами, существует ли *теория конкуренции*, отвечу, что су-

ществует, но в рамках соответствующих исследовательских программ. Их можно квалифицировать не по Куну как последовательно сменяющие друг друга парадигмы, а по Лакатосу как параллельно существующие и конкурирующие программы. С этой точки зрения можно говорить о множественности теорий конкуренции. Удовлетворяет нас та или иная теория? Кого-то удовлетворяет, кого-то нет.

Хотя в начале 1990-х годов я крепко «переболел» неоавстрийзмом, сейчас не могу сказать, что меня устраивает то, что постулируют неоавстрийцы. Весьма интересная теория. Мировоззренчески то, как они определяют конкуренцию, мне очень близко. Я напомним, что конкуренция определяется ими как процесс выявления новых возможностей использования известных ресурсов и процесс выявления новых ресурсов. Очень хорошее хайековское определение. И процессуальность, и действия отдельных субъектов там присутствуют. Но это хорошо только с мировоззренческой точки зрения, а когда мы спускаемся на уровень операциональный, связанный, в том числе и с вопросами формирования экономической политики, возникают серьезные проблемы.

Нужно ли попытаться создать какую-либо *всеобъемлющую теорию*? У исследователя на этот счет может быть такой ответ: «Почему бы не попытаться?» Но можно ли ее создать? Я как человек, который немного занимался методологией науки, полагаю, что, скорее всего, нет. Попытаться можно. И что-то интересное, возможно, получится. Но опыт взаимодействия разных исследовательских программ показывает, что результат будет неудовлетворительный, если единственная цель — создание всеобъемлющей теории конкуренции. Потому что вопрос «можно создать всеобъемлющую теорию конкуренции?» упирается в вопрос «можно ли вообще синтезировать разные направления в рамках экономической теории?»

**Князева И. В.**

Зато какой интересный процесс.

**Шаститко А. Е.**

Процесс замечательный. Я наблюдал его много лет на кафедре политической экономики, после того как в конце 1980-х годов стало понятно, что сложившиеся десятилетиями подходы не работают. Все это время в лучшем случае было хождение по кругу. Я не видел существенного прогресса.

Теперь что касается поставленного вопроса о соотношении *антимонопольной и конкурентной политики*. Я настаиваю на том, что когда мы говорим о конкурентной политике, это не политика по защите конкуренции, вернее, не только политика по защите конкуренции. Как раз антимонопольная политика может быть квалифицирована как защитная конкурентная политика, но есть и другие инструменты. Только на уровне инструментов можно показать, что составляет антимонопольную политику. Не буду пересказывать нашу с Авдашевой С. Б. статью. В первом номере журнала «Современная конкуренция» за текущий год мы подробно рассмотрели эти вопросы.

*Инструменты*, направленные на снижение барьеров входа на рынок, чтобы создавать рынки там, где их не было, в частности, выведение в сферу конкуренции видов деятельности и услуг, ранее предоставлявшихся органами государственной власти, а там много было из того, что могли предоставлять хозяйствующие субъекты на вполне конкурентных условиях, — это не защитные меры конкурентной политики, а активные меры. И для стран с развивающейся рыночной экономикой активные меры конкурентной политики имеют гораздо большее значение, чем защитные, если сравнивать с развитой экономикой.

Именно поэтому, когда говорят о том, что ФАС не понимает, чем занимается, можно утверждать, что в этом вопросе несколько слоев. Функциональное ядро ФАС в прин-

ципе то же, что и во всех странах, где уже устоялся ответ на вопрос, чем занимается *антимонопольный орган*: это недопущение и пресечение сговоров и согласованных действий, злоупотреблений доминирующим положением, контроль сделок экономической концентрации и в зависимости от разных нюансов противодействие недобросовестной конкуренции. Я перечислил *инструменты антимонопольной политики*. Однако если мы посмотрим на то, как используются эти инструменты, возникают вопросы, поскольку иногда они используются там, где этого делать нельзя. Классический пример — Пикалево. Кроме того, нельзя, называя это методами антимонопольного регулирования, начинать регулировать цены и тем самым бороться с монополизмом, как это может получиться с «формульным ценообразованием» на продукты нефтепереработки.

Упрекнуть людей, которые разрабатывали приказ № 108, в соответствии с которым установлен порядок анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарных рынках в том, что они не понимают, что делают, и почему приказ устроен так, а не иначе, нет никаких оснований. Давайте называть вещи своими именами: если убрать приказ № 108 из нормативно-правового поля, многое из того, что делают антимонопольные органы лишается смысла в части обоснованности принимаемых решений. Вся доказательная база построена на приказе № 108. Но одно дело — установленные стандарты доказательств, и другое — каким образом эти нормы, которые записаны в приказе № 108, соблюдаются. В этом отношении есть огромные неиспользованные резервы.

Одна из драматических страниц развития *антимонопольного регулирования* в России как раз состоит в том, что правила, разработанные в недрах ФАС, к сожалению, во многих случаях сам ФАС в должной мере не выполняет. Почему? У меня на этот счет есть свои гипотезы. Я не только теоретик

и не понаслышке знаю, как устроены резолютивные части решений ФАС. С этим нужно разбираться более предметно, поскольку если мы будем делать это так огульно, как предлагают представители неоавстрийской школы, следует закрыть ведомство, отменить антимонопольное законодательство, а все, что касается вопросов конкуренции, перенести в гражданско-правовую сферу. Но это один из самых плохих сценариев, который можно себе представить.

Последний момент, на котором я хотел бы остановиться, — это *вопрос о конкурентоспособности*. Так получилось, что вопросами антимонопольной и конкурентной политики я предметно занимаюсь около двенадцати лет. И за это время периодически заходил на предметное поле, связанное с конкурентоспособностью. Термин очень популярный. Кто только им не занимается. Но, в отличие от пусть разнородных, тем не менее четких и операциональных представлений о том, что такое конкуренция, в отношении конкурентоспособности наблюдается «разруха в головах». Потому что по *субъектам конкурентоспособности* действительно непонятно, о чем мы говорим: о производителях, товарах, отраслях, территории? Можно, конечно, выбрать что-то одно и выстраивать теорию в привязке к действующим лицам. Но эта конструкция непрочная. Например, что делать, если у нас есть многопродуктовая компания, и в одном случае у нее очень хорошо получается производить товары, а в другом — не совсем. Возможно ли, что это зависит от стадии жизненного цикла?

Конечно, концепция конкурентоспособности имеет право на существование. Но моя рекомендация состоит в том, что более продуктивно рассматривать вопросы конкуренции. Понятно, что мы можем оценивать состояние участника конкуренции как с точки зрения предпосылок или условий, так и с точки зрения результата конкуренции. Здесь, видимо, все зависит от задачи. Но я, скорее, больше пессимист относительно

но перспектив операционализации данного термина. Спасибо.

#### **Гельвановский М. И.**

Я говорил, что *антимонопольная служба* не понимает, чем занимается, не в том смысле, что она не владеет инструментарием. Она не понимает своих целевых функций, потому что в концепцию антимонопольного регулирования не вложено понятие макроконкурентоспособности. Что это такое? Как это объяснить? Эта концепция не сформулирована. Поэтому по большому счету ее целевая функция сводится к попыткам регулирования отраслевых рынков. Я бы сказал, что она не очень удачная.

#### **Рубин Ю. Б.**

Вижу, что антимонопольная служба берет слово для своей защиты от конкурирующей точки зрения.

#### **Бондарева Ю. Э.**

В *антимонопольной службе* работают люди — приверженцы своего дела. Основной костяк таких людей — те, кто уверен душой, сердцем, разумом в том, что они делают нужное, хорошее и правильное для страны дело. Другой вопрос, как вести коллектив к тому, чтобы он тоже был сторонником этой идеи? Вопрос в развитии, в том, кто последователи? Кто применители? Поэтому мы делаем обучающие и настраивающие программы. Здесь все рассматривается в динамике. Посмотрите, что было пять лет назад, и что мы имеем сейчас: квалификацию нарушения, то, каким образом рынки изучаются. Думаю, мы растем. Но для этого нужен не только энтузиазм нескольких руководителей служб и управлений, но и нормальные зарплаты. В моем подчинении работают 30 человек. Лучшие уходят через год. К сожалению, это те, кто верен идее. И это центральный аппарат. Я уже не говорю о территориальных управлениях ФАС. Тем не менее, мы развиваемся, анализируем рынок и находимся в дискуссии. У меня

есть интересные ребята, в том числе окончившие МФПА.

#### **Шаститко А. Е.**

Фактически мы находимся на краю «ловушки». Ради чего создается ФАС и для чего функционирует? Казалось бы, тривиальный вопрос. Ради *защиты конкуренции*. Но не нужно забывать, что данное ведомство защищает конкуренцию, но не отдельных ее участников. Когда мы говорим о *конкурентоспособности*, хотим этого или нет, приходим к каким-то конкретным характеристикам участников рынка, к конкретным группам. И как только производим такую подмену, уходим от того, ради чего ведомство должно функционировать.

Другое дело, когда мы говорим: «Зачем нужно управлять *развитием конкуренции*? Она сама разовьется». Нет, не сама. За теорией конкуренции в той версии, которая близка мне, стоит огромный пласт идей о том, к каким результатам она приводит: к нововведениям, экономическому развитию, росту благосостояния и качества жизни. Устойчивых эмпирических свидетельств того, что она к этому не приводит, нет. Если мы исходим из презумпции, что конкуренция приводит к обозначенным результатам, возникает резон ее создавать и защищать.

Эту связку высокой теории и того, что делает ФАС, крайне сложно донести до широких масс. Именно отсюда возникает уникальное явление (я не встречал, чтобы где-то еще в таких масштабах это рассматривалось) — *адвокатирование конкуренции*.

Проблема может быть не в понимании ФАС того, чем она занимается, а в том, чтобы донести до всех участников рынка мысль, что защитой и развитием конкуренции должны заниматься не только антимонопольные органы, но и другие органы власти. В Великобритании существуют Методические рекомендации, разработанные Службой по регулированию финансо-



вых рынков. Это мегарегулятор, у которого есть специальный документ, в соответствии с ним происходит *оценка регулирующих решений* о влиянии на состояние конкуренции. Подчеркну, что эта Служба — не антимонопольное ведомство, но она отслеживает, вредит ли ее регулирующее решение конкуренции или нет. Это проявление адвокатирования конкуренции на практике, и не только представителями антимонопольного ведомства. Спасибо.

### **Рубин Ю. Б.**

Я передаю слово Разу М. Л.

### **Разу М. Л.**

Хотелось бы рассмотреть вопрос о том, каково место теории конкуренции в управленческих науках. Это вопрос не только о теории конкуренции, но и о проблемах наук управления. Слушая выступления присутствующих о теории конкуренции, мучился одним вопросом: теория — это наука? Или теория — одно, а наука — другое? Есть ли наука о конкуренции или это только теория? Потому что если есть наука, то должны быть законы, закономерности конкуренции, которые можно открывать, опровергать. Я не услышал ни одного слова о законах науки о конкуренции. А это очень интересное направление, над этим нужно работать. Это глубина.

Выступающие отмечали, что нельзя измерить конкуренцию количественно. Если же мы не можем измерить количество, никогда не договоримся о качестве. Как можно обсуждать качество конкуренции, если количественно ее невозможно определить?

Мы говорим о том, что конкуренция — это процесс. Но никто не сказал о том, что должна быть система управления этим процессом, поэтому необходимо хорошо знать параметры, на которые можно воздействовать, условия и причины конкуренции. Однако сегодня нами не рассматривались причины конкуренции. Наконец, в рамках науки

об управлении — я вынужден говорить как специалист в области управления — только правильное управление конкуренцией может дать эффект конкуренции.

### **Филиппов А. В.**

Предлагаю подойти к феномену конкуренции со стороны других наук. На мой взгляд, поведенческий подход — это наиболее перспективный подход к исследованию конкуренции как одного из столбов общественного устройства. Но здесь, как мне представляется, следует выделить несколько аспектов конкуренции: социологический, биологический и психологический. Биологический аспект базируется на теории Дарвина о естественном отборе. Социологический аспект также представлен данной теорией. Конкуренция — это механизм естественного отбора в условиях социума.

Психологический аспект указывает на то, что вся конкурентная борьба основана на эмоциональных переживаниях, которые, к сожалению, скорее тяготеют к эгоистической, а не альтруистической сущности человека. Какие эмоции лежат в основе конкуренции и конкурентной борьбы? Это зависть, ревность, страх, алчность.

При психологической интерпретации конкуренции произойдет взаимное уничтожение. Поэтому существуют социальные регуляторы. Они ориентированы на то, чтобы сдерживать разрушительную силу конкурентной борьбы. Что же способно погасить эти отрицательные эмоциональные составляющие конкуренции, и, наоборот, усилить ее альтруистические составляющие? Это ментальность, тоже своего рода конкурентоспособность. Ментальность нации, народности, этноса — это фундамент конкурентоспособности. Наша ментальность, сложившаяся на основе православия, мало конкурентоспособна. Англо-саксонская ментальность, которая сложилась на основе протестантской морали, более конкурентоспособна.

По существу, сегодня многие наши неудачи в экономике от того, что мы не привязываем экономику, я не хочу сказать к традициям и прочее, именно к ментальности. Не соединяем их. И если попытаться рассмотреть ментальность с позиции вопросов, которые здесь поставлены, не думаю, что это приведет к отрицательным результатам. Ментальность можно учесть в теории обеспечения конкурентоспособности. С точки зрения ментальности возможно многое объяснить в природе конкуренции, ее механизмах, конкурентном поведении и конкурентоспособности.

### Рубин Ю. Б.

Очень хорошо, что Филиппов А. В. затронул биологический аспект конкуренции. Дело в том, что на заседание круглого стола не смог приехать известный ученый, который рассуждает о конкуренции в похожих категориях. Я говорю о Юданове А. Ю. Мы обещали ему, что его позиция будет донесена до участников нашего мероприятия. Поэтому позволю себе зачитать ее для всех присутствующих, тем более что некоторыми сюжетами она перекликается с докладами предыдущих выступающих.

«По поводу разных подходов к изучению конкуренции. Я люблю неоавстрийцев, особенно Ф. Хайека и И. Кирцнера, и еще чуть менее известных у нас Д. Арментано, М. Ротбада. Они, конечно, жуткие либералы, но зато демонстрируют глубокий уровень анализа. Естественно, при таких симпатиях я склонен смотреть на конкуренцию в первую очередь как на *процесс*, на взлом равновесия. В *синтетическую теорию конкуренции* не верю — слишком различные подходы.

В отношении *измерения конкуренции* могу отметить, что мерить нужно стараться все. Когда говорят о количественных методах в экономике, — любимая, как известно, тема для дискуссий в нашем российском научном сообществе — меньше всего уделяют внимания именно измерениям. А зря. Прежде

чем начать использовать математику, физику, как известно, долго-долго измеряли разные астрономические параметры. А потом пошло как из рога изобилия: закон всемирного тяготения, небесная механика и т. п. Думаю, прорыва в *измерениях интенсивности конкуренции* следует ждать от экономической социологии. Конечно, ни при каких условиях нельзя смешивать измерение уровня конкуренции и степени концентрации, иначе все олигополистические рынки мы запишем в неконкурентные (что собственно часто и делается), а это далеко не так.

Что касается *конкурентоспособности*, то здесь все однозначно. Это, простите за тавтологию, способность выдерживать конкуренцию. В терминах М. Портера я бы определил конкурентоспособный товар как такой, ценность которого для потребителя (*consumer value*) выше продажной цены. Соответственно конкурентоспособная фирма — это фирма, производящая конкурентоспособные товары и имеющая при этом неотрицательную экономическую прибыль. Как этого добиться? Для ответа на этот вопрос необходимо изучать конкретные параметры товара или деятельности фирмы. Здесь и нужны маркетинг, менеджмент, финансы и др. Но усложнять исходно понимание конкурентоспособности не следует («бритва Оккама» не зря придумана). Конкурентоспособность — это оценка конкурентного положения товара, фирмы, страны. Причем оценка на качественном, а не на количественном уровне: тонет корабль или плавает?

Хотелось бы высказаться и относительно *места теории конкуренции в системе знаний*. Теория конкуренции — это один из стержневых элементов экономической теории. Без нее рынок не объяснишь. Отсюда и вытекает необходимость использования при ее преподавании знаний из теории отраслевых рынков, социологии, стратегического менеджмента, маркетинга и конкурентного права (а ведь можно и финансы предприятия упомянуть, и рынки ценных бу-

маг, и еще много чего). Это стержень. К нему имеет отношение все, что экономически значимо.

Другой вопрос, что господствующая, несмотря на критику, *неоклассическая парадигма* экономической теории (неоинституционализм после окончания эпохи «бури и натиска» только укрепил ее) органически неспособна рассматривать конкуренцию как процесс соперничества. В итоге получаются «сапоги всмятку»: чем более общий, вводный, обзорный курс экономической теории преподается, тем больше в нем элементов теории конкуренции. Чем детальнее и полнее изложение, тем, напротив, реже упоминается конкуренция. Поэтому проблема теории конкуренции — это проблема иного взгляда на экономическую теорию. Пока он не сложился, неизбежны вопросы вроде тех, что представлены на круглом столе.

Есть ли *теория конкуренции* или нет? В этом плане я следую за неоавстрийцами, выстраиваю цепочку: рынок как процесс — преобладание неравновесия — предприниматель как агент его нарушения и восстановления — конкуренция как процесс открытия. Повторю, для меня теория конкуренции — сердцевина экономического образа мысли.

Отмечу один момент касательно *природы конкурентных действий*. Если исходить из хайкевского утверждения, что «конкуренция — это стремление получить то, чего в тот же момент добивается кто-то другой», то природа конкурентных действий в экономике, политике, социологии окажется во многих чертах схожей, соответственно возможны и общие подходы к исследованию. Они давно прижились в экономической науке: рыночные ниши, доминанты, отбор рутин и др. кальки «с биологического».

Конкуренция может вплестаться в другие процессы, если пользоваться терминами биологии, в симбиозы, хищничество, эксплуатацию и т. п. Сложные объекты экономической действительности вроде класте-

ров — это как раз сплетение разных процессов. Но сама по себе конкуренция — это соперничество. Конкуренция внутри холдингов возможна, но она сплетается с иерархическими и *кооперационными процессами*. Это уже не рынок, во всяком случае, не классический рынок».

Такова позиция Юданова А. Ю. Теперь вопросы из зала.

**Журавлева Е. А.**, доцент кафедры Антикризисного управления, налогов и налогообложения Кубанского государственного университета.

Вопрос к Гельвановскому М. И. Вы коснулись очень интересной проблемы — региональной конкурентоспособности. Скажите, пожалуйста, какие из имеющихся сегодня методик, на Ваш взгляд, применимы для оценки и анализа региональной конкурентоспособности?

**Гельвановский М. И.**

Считаю, что *региональной конкурентоспособности* не существует. На различных выступлениях и конференциях я неоднократно развенчивал это понятие. Конечно, какая-то соревновательность есть. Конкурентоспособность (именно конкурентоспособность, а не эффективность — сейчас многие смешивают эти понятия) включает в себя много элементов, в том числе и элемент безопасности, миссии, финансовой обеспеченности. В регионах присутствуют не все перечисленные элементы, поскольку, например, безопасность на регионы не делится. Многие вопросы решаются на федеральном уровне. Поэтому можно говорить об эффективности, соревновательности, но не о конкурентоспособности регионов. Это тот самый квазиуровень конкурентоспособности, который очень сильно вредит. Там начинают перетягивать инвестиции. Причина тому — отсутствие *общенациональной конкурентной стратегии*, не имея которой, мы будем использовать локальные, тактические инструменты. У нас нет целеполагания, мис-

сии. Не понимаем, куда идем, что делаем, с кем дружим, против кого. Поэтому эти методики, конечно, есть, но их нужно по-другому назвать. Эффективность — да, бюджетная структура — да, конкурентоспособность — нет.

**Чурюмов С. Б.**, директор Центра мобилизационного консалтинга «Оргстрим».

Вопрос ко всем участникам круглого стола. Здесь многое говорилось о *конкурентоспособности* с точки зрения понятных экономических факторов. Может ли кто-то из присутствующих прокомментировать следующее утверждение: «Решающими для конкурентоспособности являются три фактора — пассионарная энергетика руководителя, стройность эволюционной иерархии в команде управления и уровень доверия к руководству со стороны стейкхолдеров, которые должны его поддерживать»?

**Светульников С. Г.**

Я бы добавил к этому фактор маркетинга. Понятно, что если речь идет о *конкурентоспособности фирмы*, эти составляющие, безусловно, являются основными. Но конкурентоспособность фирмы невозможна без наличия соответствующих товаров, т. е. это необходимое, но не достаточное условие — наличие конкурентоспособных товаров. Остальное — факторы, которые Вы перечислили.

**Филиппов А. В.**

Я добавлю относительно пассионарной силы руководителя. Можно ли назвать личность руководителя товаром? Наверное, нет. Частью фирменного бренда? Может быть, но не товаром.

Я абсолютно согласен с тем утверждением, о котором спрашивали. Возьмите историю любой успешной фирмы, любого производства. Начиная от «Форда» и заканчивая современными компаниями. Могли ли состояться эти организации без своих ру-

ководителей? Конечно, нет. Погоду делает король.

**Сибирская Е. В.**, проректор по научной работе Орловского государственного института экономики и торговли.

Вопрос к Гельвановскому М. И. Нужны ли, помимо показателей, характеризующих конкуренцию на рынке и в отрасли, индикаторы, которые сигнализировали бы, что в деятельности фирмы что-то не так, что конкуренция фирмы носит пассивный характер, такие *внутрифирменные измерители конкурентной борьбы*, в которую фирма вовлечена?

**Гельвановский М. И.**

Я повторюсь, что *конкуренция* — это процесс ситуативный. Нельзя войти в одну реку дважды. Но, конечно, есть какие-то закономерности. Их можно измерить. Теоретическое исследование здесь очень важно. Но в таком виде, как вы это подаете, измерить это нельзя, поскольку нет такого четкого разделения. Если внутри фирмы субъективно не отражается объективная конкурентная ситуация на рынке, то фирма эту борьбу проигрывает. Но это определяется не по внутрифирменным индикаторам, а по рыночным сигналам.

**Авдашева С. Б.**

Существует много разных подходов к измерению конкуренции. Проблема измерения конкуренции достаточно разработана как отечественными, так и зарубежными исследователями. Конкуренция измеряется как со стороны влияющих на нее факторов (в том числе с помощью показателей концентрации), так и со стороны ценовой конкуренции продавцов (оценка маржи, превышения цены над предельными издержками), со стороны конкуренции в долгосрочном периоде (вход и выход). Это только несколько примеров того, как конкуренция измеряется «строго экономическими» методами. В ряде случаев полезно измерение

конкуренции и со стороны ощущаемого соперничества между продавцами. Измерение конкуренции в таком ключе также развито, в том числе и в российских исследованиях предприятий. Поэтому ошибкой было бы утверждать, что конкуренцию никак нельзя измерить.

#### **Пироженко А. А.**

Мы буквально вчера проводили большое совещание с экспертами и учеными на тему методики, которую разработали в Департаменте оценки состояния конкурентной среды. Эта методика призвана *измерить состояние конкуренции* и в Российской Федерации в целом, и отдельно в конкретном регионе. Нам это необходимо не для удовлетворения научного интереса и увеличения теоретических познаний, а сугубо в практических целях.

Хотелось бы рассказать о Программе по развитию конкуренции в России. В этом документе изложено содержание *конкурентной политики*, проводимой Правительством Российской Федерации, а не отдельным министерством или ведомством. Правительственная программа — это официальный документ, и он основан на серьезной работе. Это оценка того места, где мы находимся. Задаются определенные задачи и цели на будущее, с конкретными ответственными лицами и сроками и т. д.

В этом смысле *методология оценки конкуренции* — пока только проект. И он, конечно, будет критиковаться. Мы хотели вынести на обсуждение данную методику, учитывая, насколько это сложная задача. Все, кто сегодня говорил об измерении конкуренции, отмечали, что это многофакторная задача. Выразить конкуренцию какими-то количественными показателями очень сложно. Но необходимо измерять конкуренцию, ее динамику, потому что перед Правительством стоит задача *развивать конкуренцию*. Нам нужно определиться с понятиями и тем, как мы ее будем измерять. Еще не имея методики, мы подго-

товили Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации на основе тех измерителей и показателей, которые уже сейчас используются международными и российскими организациями. Также мы хотели бы получить реакцию на тот проект методики, который нами разработан. Она будет использована в практическом смысле. Важно чтобы эта методика стимулировала прежде всего органы власти и давала понимание гражданам и представителям бизнеса о конкуренции: какой мы хотим ее видеть, в какую сторону она меняется — улучшает ситуацию или ухудшает. Следует определиться с критериями. Будем использовать эту методику для того, чтобы договориться о терминах.

#### **Рубин Ю. Б.**

Александр Александрович, а какова целевая функция Программы развития конкуренции в Российской Федерации?

#### **Пироженко А. А.**

Главная цель Программы развития конкуренции в Российской Федерации — это создание условий для развития бизнеса. Когда мы писали эту программу по поручению Путина В. В., понимали сложность задачи и оценки. Этот документ готовило Министерство экономического развития совместно с ФАС. Сейчас мы исходим из идеологии, которая и заложена в эту программу: создание максимально благоприятных условий для прихода новых игроков на рынок.

Совместно с коллегами по Правительству мы выбрали несколько приоритетных рынков. В процессе реализации программы поняли, что необходимо сделать очень серьезный акцент на *региональной конкурентной политике*, поскольку проблема с условиями для ведения бизнеса наблюдается прежде всего в регионах. Понятно, что федеральная экономическая политика задает некий тренд, но то, насколько он реализуется на региональном и муници-

пальном уровнях, — это большой вопрос. В связи с этим мы сейчас серьезно усиливаем региональное направление. Каждый субъект федерации должен в соответствии с нашей программой подготовить свою региональную программу, где тоже ответит на вопросы: что нужно для создания нормальных условий ведения бизнеса в своем регионе; чтобы игроки приходили на эти рынки в качестве инвесторов или продавцов товаров из соседнего региона или другой страны? Поэтому мы ориентируем регионы на эту работу, а бизнес-ассоциации и ученых экспертов на то, чтобы региональные программы были осмыслены и стали реальным инструментом экономической политики. Пока этого не происходит. То, что нам присылают регионы, не выдерживает никакой критики, потому что 90% всех проектов региональных программ, которые мы получили после практически годовой работы с регионами, больше напоминают некий свод того, чем занимается региональная администрация: «Мы строим дороги, больницы и это отражено в региональной программе развития конкуренции». Вот реальная ситуация.

На наш взгляд, регионы делятся на три категории (где-то они пересекаются): одни не хотят развивать конкуренцию; другие не понимают, что это такое и для чего это нужно делать; а третьи хотят, но не могут, поскольку у них нет кадров, возможности организовать управление этим процессом. Очень востребована поддержка региональных программ бизнесом, научной школой, экспертами в этом вопросе, которых, к сожалению, в регионах немного.

Мы будем занимать весьма жесткую позицию в отношении региональных администраций, чтобы они представили нормальные программы. Станем отслеживать их реализацию, оценивать по той методике, о которой я говорил, т. е. оценивать и эффекты, и условия региональной конкуренции. В идеале мы хотим выстроить регионы в рейтинг, чтобы это служило не только неко-

торой информацией о состоянии конкуренции, но и стимулом для улучшения условий ведения бизнеса. Потому что сейчас перед губернаторами задача по развитию конкуренции, улучшению предпринимательского климата не стоит. Нет такого критерия эффективности их работы. Есть отдельные губернаторы, которые это понимают и делают, но их единицы. Как политики на уровне регионов этого не существует.

Как нам представляется, есть три задачи, которые нужно решить для того, чтобы создать условия для привлечения максимального количества игроков на рынки. *Первая задача* — это внедрение системы оценки регулирующего воздействия, о чем говорил Шаститко А. Е. На сегодняшний день мы только подходим к ней: каким образом сделать ее операционной, эффективной в существующей системе, с той ментальностью, о которой здесь говорилось.

*Вторая задача* — это оценка конкурентного климата по единой методологии, по понятным критериям.

*Третья задача* — культура конкуренции. Это то, что сегодня называют адвокатированием конкуренции. Об этом нужно говорить на понятном языке, конечно же, с учетом ментальности и той истории, которая у нас была, и того, что имеем сейчас.

### **Князева И. В.**

По поводу программы развития конкуренции в регионах отмечу, что от этого действительно плакать хочется. К одной из них я была причастна. Есть важный вопрос, нами еще не поднимавшийся, — третье «ко-», о котором хотелось бы поговорить. Это «ко-» связано с коррупционными действиями. Когда мы говорим о теории конкуренции, не рассматриваем место власти и то, что записано в законе «О защите конкуренции», — ограничительные действия со стороны органов власти. Правда, они не проходят как ограничительная деловая практика. Мы понимаем, что орга-

ны власти не являются участниками рынка. Но их коррупционность и расширение конкурентных начал — это близкие категории. Поэтому и в региональных программах развития конкуренции, к великому сожалению, мы наблюдаем такую плачевную картину.

**Сапир Е. В.**, докт. экон. наук, профессор кафедры Мировой экономики и статистики Ярославского госуниверситета им. П. Г. Демидова.

Вопрос к Пироженко А. А. Не детализируя, как Вы считаете, кто из-за своего объективного положения в нашем обществе является наиболее заинтересованным в силе и наименее — в силе развития конкуренции в России?

#### **Пироженко А. А.**

Бенефициар *конкурентной политики*, которую мы проводим, — потребитель. Это самый понятный клиент системы развития конкуренции. Он выигрывает от того, что в экономике усиливается конкуренция, получает возможность выбора товаров по оптимальным ценам.

Что касается того, кто не заинтересован, здесь правильно было сказано, — это коррупционер, связанный с бизнесом, например, когда его родственники занимаются бизнесом, а он — на государственном посту. Конечно же, коррупционер не заинтересован в том, чтобы снимать барьеры входа на рынок, создавать условия для того, чтобы конкуренты приходили на тот рынок, в котором он заинтересован.

Плюс, конечно же, компании, уже работающие на рынке. Ведь когда мы говорим с представителями бизнеса и не получаем ответа и участия в конкурентной политике, на которые рассчитываем, — это понятная экономическая логика. Мы предлагаем торговой сети совместно разработать Доклад о развитии торговли, описать необходимые меры по развитию конкуренции в этой отрасли. Но ни одна торговая сеть не заинте-

ресована в развитии конкуренции в торговле, а только в том, чтобы у нее была больше доля и возможность влиять на рынок. Это нормальная логика предпринимателя. Но торговая сеть заинтересована в том, чтобы конкуренция развивалась на смежных рынках, чтобы у нее было много поставщиков и она могла выбирать. В этом смысле физические лица как потребители и юридические лица как покупатели какого-нибудь товара являются клиентами, максимально заинтересованными в создании условий для развития конкуренции.

Я бы ответил на вопрос о незаинтересованных силах так:

1) государство — в силу того, что у нас, к сожалению, достаточно большая доля чиновников, которые так или иначе связаны с бизнесом;

2) проблема необразованности, незнания каких-то элементарных вещей из экономической теории и практики.

Нами всерьез обсуждаются вопросы обеспечения конкурентоспособности предприятий, и предполагается что, фирма может быть конкурентоспособной при условии, что на рынке не должно быть конкуренции, и эту фирму нужно выращивать и поддерживать, рассчитывать, что она станет конкурентоспособной. Это реальность, в которой мы с вами живем.

#### **Тарануха Ю. В.**

Я хотел бы обратить внимание на следующее. Экономической *базой существования конкуренции* является обособление экономических интересов хозяйствующих субъектов. В российской экономике политические и экономические интересы — это два в одном.

Для губернатора в 90% случаев развитие конкуренции в его регионе — это подрыв источников доходов. Вот ответ на поставленный вопрос.

Меня смущает, что сегодня в нашей стране усилия по развитию конкуренции обращаются не в эту сторону, а на адвока-

тирование, убеждение населения и губернаторов в том, что конкуренция — это хорошо.

### Рубин Ю. Б.

Коллеги, мы приближаемся к итогу нашей работы. Предлагаю перейти к завершающей фазе.

Выслушав мнение выступающих, я понял, что здесь действительно собралась элита теории конкуренции, причем не только за круглым столом, но и в зале, откуда были заданы очень грамотные вопросы.

Попытаюсь систематизировать и тезисно подытожить отдельные интересные сюжеты, которые, по-моему, этого требуют.

Первый вопрос. Нападки на ФАС необоснованны в том смысле, что ФАС занимается своим делом — защитой конкуренции. Но, кроме защиты конкуренции, существует и другая составляющая того, без чего конкуренции не может быть. Задача ФАС — антимонопольное регулирование. И хорошо, что сегодня мы услышали позицию Министерства экономического развития РФ и поняли, что есть структура, которая профессионально занимается развитием конкуренции.

С этим связан второй очень важный вопрос. Что наука из этого может понять? Мне кажется, что из этого можно сделать вывод о том, что неправильно теоретически вводить конкуренцию в дихотомию с монополией. Потому что если рассматривать исключительно противодействие монополизации рынков, тогда ни о каком развитии конкуренции не может идти речи, т.е. мы противодействуем монополизации, а дальше все должно происходить само собой, но не происходит.

Хотя эта дихотомия имеет право на жизнь и существует с давних времен, описана А. Смитом, К. Марксом и многими экономистами, В. И. Ленин также об этом писал, но есть и нечто иное, о чем сегодня говорили в контексте размышлений о кооперации в конкурентном процессе. Существуют

следующие позиции: конкуренция и сотрудничество, конкуренция и интеграция, конкуренция и кооперация. Примерно об одном и том же, но в разных терминах, возможно, с разным наполнением.

Что в этой связи можно рассматривать? Есть термин «недобросовестная конкуренция». Конкуренция может быть *недобросовестным сотрудничеством*? Наверное, да, потому что сотрудничество является оборотной стороной конкуренции. Поэтому недобросовестная конкуренция может проявляться в конкурентных действиях как таковых, а также в своей оборотной стороне — недобросовестном сотрудничестве. Отсюда и возникают различные *кодексы добросовестного поведения*, кодексы корпоративной этики, которые базируются на принципах добросовестности. Думается, наука должна обратить внимание на то, что теоретически недостаточно выводить конкуренцию исключительно на монополию и спаивать только эти два понятия. Существует иная сторона конкуренции, связанная с поведением и развитием. Отсюда вытекает проблема, которая сегодня осознается российским государством: есть структура, занимающаяся защитой конкуренции, и структура, которая занимается ее развитием. Защита и развитие — это где-то близко друг к другу, но не одно и то же, и инструментарий у них разный.

В этой связи чаще всего здесь звучала тема «*Как измерять конкуренцию?*». Для того чтобы инструментами пользоваться, нужно обеспечить качественное и количественное измерение деятельности по развитию конкуренции. С моей точки зрения, без темы *конкурентоспособности* мы не обойдемся. Конкурентоспособность — это далеко не единственная концепция, которая может быть применена и использована при анализе параметров количественной определенности конкурентного поведения. Потому что, как справедливо было отмечено, конкурентоспособность — это способность



к конкуренции. Она еще должна быть реализована.

Прозвучала очень важная мысль о заинтересованных в *развитии конкуренции* силах общества. Александр Александрович, я принципиально несогласен с Вами. У Вас «потребительский подход» к анализу бенефициариев конкуренции. Помимо того, что выигрывают эти субъекты рынка — потребители и общество в целом, выигрывать должны конкурентоспособные производители. На мой взгляд, они как раз являются одними из ключевых бенефициариев, должны ими быть, ибо если они не будут выигрывать, тогда и ничего не будут делать. Потребители станут потреблять, государство — руководить, а производить не будет никто. Для того что бы они выигрывали, инструментарий количественного измерения должен содержать в себе алгоритмы, позволяющие оценивать этих производителей с точки зрения конкурентоспособности или конкурентных преимуществ, конкурентных отличий.

Есть модный термин, который «гуляет» в разных публикациях, — *конкурентоустойчивость*. Мне кажется, что «потребительский подход» и подход с точки зрения конкурентоспособности бизнеса — это разные уровни. Конкурентоспособность товара — для потребителя. Конкурентоспособность бизнеса — для многих, в том числе для потребителя.

И самый главный вопрос: можно ли синтезировать разные подходы в *единую теорию конкуренции*? Считаю, что не нужно ничего синтезировать. Но когда мы выстраиваем что-то свое, то в этом выстраивании можем соотнестись с тем, что было раньше. И это правильно. Так, был К. Маркс, который совершенно справедливо связывал конкуренцию с монополией. Тогда это было полезно. Были неоавстрийцы, рассматривавшие инновационный предпринимательский процесс. В последнее время наблюдается неразрешимое противоречие не между Марксом и «антиМарксом», а между тем, что

пришло из недр общей экономической теории и тем, что пришло из наук управления и маркетинга. Теоретики экономики дружат со своими коллегами, и никак не относятся, например, к М. Портеру, а теоретики управления понятия не имеют об обоих Кларках, Э. Чемберлине и др.

Вернемся к вопросу об *определении конкуренции*. Здесь высказывалась мысль, что конкуренция — это ситуация. Но конкуренция — это не только ситуация, но и стратегия, тактические модели поведения. Кроме того, конкуренция — это конъюнктура, т. е. развитие конкуренции должно быть и в контексте анализа конъюнктуры рынка, и в контексте анализа стратегического развития, чем собственно Министерство экономического развития и занимается.

Всякая теория хороша, если она востребована практикой. Во всем должна быть практическая плоскость. Многие из присутствующих работают в вузах, где, например, изучается курс микроэкономики. Все помнят графические модели на рынке в условиях совершенной и несовершенной конкуренции. Рассматривается то, что происходит в условиях олигополии, монополии. Но есть такая точка зрения, согласно которой на рынке в условиях монополии ничего не происходит, ибо монополия — смерть рынка. Поэтому были такие предложения: «Давайте не будем ЭТО называть конкуренцией, конкуренция — одно из возможных состояний рынка. А ЭТО будем называть другими терминами, например, «соперничество». И если так, тогда конкуренция связана с монополиями и ценами, а мы знаем, что существуют *неценовые методы конкуренции*, которые совершенно о другом.

Вся совокупность вопросов, имеющих достаточно внятное практическое значение, опирается на то, что можно было бы отнести к теории конкуренции.

Думаю, мы немного продвинулись вперед, изложив то, что считаем правильным. Возможно, мы подкорректируем свои пред-

ставления, услышав здесь нечто иное. И это замечательный результат нашей работы.

Полагаю, это станет политикой журнала «Современная конкуренция»: из разных взглядов, подходов, позиций, научных школ постараемся сформировать представление о том, что теория конкуренции имеет право претендовать на статус отдельной отрасли научных знаний и развиваться именно в этом качестве. Это и был один из замыслов создания журнала с таким концептуальным названием. Данная тема будет нами развиваться в достаточно широких форматах.

Я приглашаю всех участников круглого стола к сотрудничеству с нашим журналом в рамках той тематики, которая здесь озвучивалась.

Мы постараемся сделать сегодняшнее мероприятие регулярным событием, будем

концентрировать внимание коллег на определенной актуальной тематике, скажем, на проблеме развития конкуренции, защиты конкуренции, измерения конкуренции, управления конкуренцией.

Хочу поблагодарить всех участников круглого стола за то, что несмотря на свою крайнюю занятость, они нашли время для того, чтобы присоединиться к обсуждению поставленных нами вопросов. Причем некоторые прилетели из Сибири и уже сегодня улетают обратно.

Отдельное спасибо хочется сказать представителям органов государственной власти, которые с большим интересом отнеслись к тому, что мы делаем.

Всем желаю успехов в дальнейшей профессиональной, научной и педагогической деятельности. До новых встреч. Спасибо.

---

## DISCUSSION AT THE PANEL DISCUSSION «QUESTIONS OF THEORY OF COMPETITION»

This publication is a detailed report following the panel discussion «Questions of theory of competition» where such topics as defense, evaluation and development of competition, understanding of competitiveness and other questions dedicated to the subject of theory of competition were discussed.

**Key words:** theory of competition, development of competition, evaluation of competition, antimonopoly regulation, competitiveness of business.