

УДК 338.242.4

**Гельвановский М.И.**, д. э. н.,  
профессор, генеральный директор  
Национального института развития Отделения общественных наук РАН

## РОЛЬ И ГРАНИЦЫ КОНКУРЕНЦИИ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

*Мы, русские, в области политической экономии, конечно, шли на буксире Запада, а потому при царствовавшем в России в последние десятилетия беспочвенном космополитизме нет ничего удивительного, что у нас значение законов политической экономии и житейское их понимание приняли самое нелепое направление.*

*(Граф С. Ю. Витте, Санкт-Петербург, 1912 г.)*

**Конкуренция — далеко не всегда безусловное благо, а монополия — не всегда абсолютное зло**

Общеизвестно, что рыночная экономика в основе своей предполагает действие механизма конкуренции. Однако использование этого механизма, как и рыночных отношений в целом, применительно к различным сторонам социальной жизни требует большой осторожности. Это связано с тем, что конкуренция представляет собой не просто соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке (как это определяется в Федеральном законе «О защите конкуренции», принятом 26 июля 2006 г.), а весьма острую и жесткую борьбу, в ко-

торой, с одной стороны, вполне обычным является использование различного рода недобросовестных методов подавления конкурентов с целью расчистки рыночного поля, а с другой — вовсе не обязательно присутствует стремление к доминированию и монополизации рынка с целью повышения цен выше их нормальной для данной отрасли стоимостной основы, но в большей степени с целью обеспечения более устойчивых и определенных условий своего развития. Из этого вытекает один очень важный вывод: конкуренция далеко не всегда является безусловным благом, а монополия — безусловным злом.

Тот факт, что конкуренция ежедневно и ежечасно рождает монополию, отмечен еще классиками экономической науки. И главным источником, главной движущей силой здесь является естественное стремление к более ясным и устойчивым экономическим перспективам, создающим прочную основу для производственной и хозяйственной деятельности. Именно оно

сформировало рыночные структуры, которые преобладают в экономики ведущих стран мира, структуры, в которых преобладают крупные компании, ведущие сравнительно умеренную конкуренцию, которая лишь изредка приводит к войне цен, структуры, которые сегодня принято называть олигополями. И хотя в ряде экономических словарей олигополия характеризуется как тип рынка, на котором действует несколько взаимозависимых фирм, поскольку доля каждой из них в общих продажах настолько велика, что изменение в количестве предлагаемой продукции одной из фирм, как правило, ведет к изменению цены. Главной особенностью этой рыночной структуры является то, что доступ на олигополистический рынок для других фирм существенно затруднен, но при этом контроль над ценами на таком рынке ограничен взаимозависимостью фирм (за исключением случаев сговора). Обычно на олигополистическом рынке действует сильная неценовая конкуренция, которая выражается главным образом в конкуренции качества предлагаемых фирмами товаров, либо в конкуренции условий поставки товаров и сопутствующих услуг (предпродажной подготовки, послепродажного обслуживания и многих других сторон взаимодействия с покупателями).

К этой структуре рынка страны Запада шли столетиями, тщательно отработывая свое хозяйственное законодательство. Но даже при этом проблема конкуренции как потенциального и реального разрушителя хозяйственной системы осталась.

При этом основное противоречие заключается в том, что кроме чисто количественных параметров, с помощью которых измеряется монопольный характер того или иного рынка, т.е. определяется так называемая предпринимательская монополия (рыночная ситуация, в которой одна или несколько фирм занимают господствующее положение на рынке или в отрасли) существует множество различных качес-

твенных характеристик, свидетельствующих о возможности фирм осуществлять монополистическую практику на рынках. Здесь и технические барьеры, и патенты, защищающие владельца от внутренних и зарубежных конкурентов, и объем выпуска продукции, ниже которого организация производства становится нерентабельной (минимально эффективный масштаб, выступающий барьером для вхождения в отрасль), и дифференциация товаров по физическим или иным параметрам, ограничивающая их замену, и дифференцированные продавцы, создающие предпосылки для монополистической конкуренции и множество различных других факторов, способных ограничивать свободу рыночной стихии, факторов в совокупности эту самую стихию и формирующих.

Таким образом, с одной стороны, мы имеем множество различных форм и способов ограничения конкуренции фирмами, формально не являющимися монополистами и становящимися таковыми далеко не в результате их прямого открытого доминирования. А с другой стороны, фирмы — формальные монополисты, т.е. относимые к монополистам уже в силу своего размера и доли, занимаемой на рынке, но проводящие такую политику цен, которая, принося им вполне достаточную рентабельность, отражает их долгосрочные интересы по удержанию рынка и его устойчивого развития, но которые одновременно предусматривают и экономически, и социально приемлемые цены, не действуя разрушительно на воспроизводственный процесс в национальном хозяйстве страны.

Конечно, государство должно создавать благоприятные условия для свободной конкуренции, поскольку на макроуровне конкуренция действительно является одним из мощных стимулов к снижению издержек и цен. Но при этом не следует забывать, что, во-первых, сама по себе конкуренция мало, что может дать, если ее

дух не привит населению данной страны, если конкурентные отношения не являются присущими социальной психологии основной массы людей, работающей в данной хозяйственной системе, а глубинные ментальные установки, как известно, меняются весьма медленно. И, во-вторых, **даже в тех странах, где конкурентные отношения являются традиционными, культивируемыми столетиями, сама конкуренция, ее роль в развитии экономики страны и повышении ее конкурентоспособности носит весьма ограниченный характер.**

### **Конкуренция: национальный характер и историческое наследие**

Если внимательно присмотреться, то можно увидеть, что вся национально-культурная основа теории конкуренции отражает образ мышления западного человека, стремящегося к успеху и лидерству, готовность к агрессии ради этого успеха. В этом смысле большинство наших соотечественников, психологическими корнями уходящие в христианскую братолюбивую социокультурную традицию, укрепленную в периода советского строительства коммунизма на **плановой неконкурентной основе** мягко говоря не вполне соответствуют требованиям рыночной конкурентной среды. Более того, в советский период сложился такой феномен-антипод рыночной конкуренции, как социалистическое соревнование, которое предполагало одновременно с соревнованием еще и взаимную помощь соревнующихся, что с позиций здоровой капиталистической конкуренции выглядит полным абсурдом. Но в Советской России и в СССР в целом эта форма соревнования оказалась вполне жизненной, поскольку отражала укорененную веками психологическую установку на взаимопомощь, по крайней мере в отношении своих соотечественников (об-

щинные отношения, общинные традиции). Поэтому вопреки ожиданиям реформаторов население России показало, мягко говоря, невысокую адаптивность к конкурентной среде.

Дело в том, что экономически агрессивное поведение, в основе которого лежит стремление к богатству, в народной христианской традиции вообще считается грехом, называемым сребролюбием. Поэтому для русского православного человека закономерно восприятие ориентации на жесткую конкурентную активность как некоей аномалии. Более естественной она выглядит, когда такая конкуренция навязывается внешними обстоятельствами, условиями мирового рынка. А конкурентная агрессивность в своей собственной среде скорее воспринимается как девиантное (отклоняющееся от нормы) поведение. Видимо, не случайно интенсивное насаждение рыночных конкурентных отношений, способствовало превращению значительной части нашего бизнеса в полукриминальную сферу: нарушением одного нравственного табу, человек нередко как бы выходит за пределы нравственного поля, а уж там практически все позволено: не пойман — не вор. Этому превращению отчасти способствовала и насильственная атеизация населения СССР в годы советской власти, когда внутренние нравственные ограничения в значительной мере заменил внешний страх, и сформировавшаяся хозяйственная система, которая действовала в СССР до начала 90-х гг. прошлого века с ее двойными стандартами.

Если учесть и исторический фактор, формировавший хозяйственную среду в России в течение последнего столетия, то мы увидим, что в условиях плановой экономики и отсутствия внутреннего рынка конкуренция связывалась прежде всего с **внешней торговлей**, имея главным образом, **экспортное** назначение, когда решалась задача проталкивания отечествен-

ной продукции на внешние рынки. Внутри же страны в основном шла борьба за **эффективность**. Для предприятий и организаций эта категория в основном выражала соотношение затрат и результатов текущего производства. Для экономики в целом эффективность сводилась к задаче планомерной организации общественного производства, свободного, как тогда считалось от антагонистических противоречий, и выражалась в правильной постановке и реализации задач концентрации, специализации и комбинирования при использовании производственных ресурсов и организации хозяйственных процессов в рамках национальных границ, что было задачей совсем не предприятий и организаций, а государственных плановых органов. Причем это была задача, выходящая за рамки национальных границ СССР и решалась она всеми странами содружества социалистических стран в рамках Совета экономической взаимопомощи (само название которого совсем не ориентировало его участников на конкуренцию). В рамках бывшего социалистического лагеря существовало понятие *экономической эффективности международного социалистического разделения труда*, которое выражалось в соотношении результатов экономического сотрудничества этих стран и связанных с ним затрат.

Как видим, на уровне предприятий и национальной экономики в целом экономическая эффективность представляла собой категорию, обслуживающую в основном процесс производства и только за рамками национальных границ, она распространялась (хотя и достаточно туманно) на весь процесс международной интеграции.

Такой подход в целом соответствовал общей теории организации хозяйства того времени, отдававшей безусловный приоритет производству и выносивший за пределы анализа другие не менее важные процессы, происходящие в

так называемой «непроизводственной» сфере — торговля, финансы, наука, образование, культура, социальная сфера. Это в целом отражало и весьма упрощенные принципы хозяйствования, свойственные административно-распределительной системе, лишавшей миллионы людей, занятых в хозяйственной сфере, необходимой инициативы, а само общественное производство превратившей в самодостаточный процесс, работающий на самого себя.

Новый характер национальной экономики России (хотя ее модель еще находится в стадии формирования) бесспорно более сложное явление и для нее использование только категории экономической эффективности, хотя и остается очень важным, но уже явно недостаточным. Это связано с тем, что конкуренция, становится одной из главных форм экономической жизни страны и сегодня во многом определяет значительную часть взаимоотношений между хозяйствующими субъектами как внутри страны, так и за ее пределами. Отсюда и практическая потребность в определении роли конкуренции в повышении конкурентоспособности национальной экономики.

### **Ограниченная роль конкуренции в повышении эффективности национальной хозяйственной системы**

В рыночной экономике конкурентная борьба ведется различными субъектами и на разных уровнях. Совершенно очевидно, что конкуренция товаров преследует цели, существенно отличающиеся от тех, которые ставят перед собой конкурирующие фирмы, хотя последние и являются фактическими конкурентами, стоящими за товарами. И уж совсем по особому конкурируют между собой страны: их цели и методы конкурентной борьбы резко отличаются как от товарной конкуренции, так и от кон-

курении фирм. Поэтому на каждом уровне конкуренция решает свои задачи, однако при этом разные уровни конкурентной борьбы между собой тесно связаны.

Структурируя конкуренцию по субъектам конкурентной борьбы, мы выделили товарную, фирменную и страновую (общехозяйственную).

Методологическое выстраивание вертикальной структуры конкурентного процесса позволяет **определить своеобразную иерархию формирования конкурентных преимуществ с общехозяйственных позиций, т.е. именно с тех позиций, с которых должно выстраиваться и само законодательство, если оно формируется с целью повышения эффективности или точнее конкурентоспособности всей хозяйственной системы страны.**

Кстати следует заметить, что **задача повышения национальной конкурентоспособности при выработке норм конкурентных отношений часто вообще не ставится.** И совершенно напрасно. Развитие конкуренции ради самой конкуренции — не просто бесперспективная задача, но и крайне вредная затея, поскольку, превысив определенные рамки своего распространения, конкуренция превращается из фактора повышения эффективности и конкурентоспособности в значительный тормоз развития, фактор дезинтеграции и распада хозяйственной системы.

Это связано с еще одним обстоятельством. Дело в том, что на каждом уровне конкуренция решает свои определенные задачи, существенно различающиеся **масштабами и временными горизонтами.** Конкуренция товаров обычно решает краткосрочные задачи непосредственной их продажи (обмена на деньги), конкуренция фирм в основном решает средне- и долгосрочные задачи обеспечения своего развития инвестиционными ресурсами, а конкуренция стран решает сверхдолгосрочные исторические задачи выживания и развития наций, сохранения их

социокультурного своеобразия. Из этого ясно, что, формируя юридические нормы, регулирующие конкурентные отношения в стране, законодатели должны учитывать эти обстоятельства и исходить из **безусловного приоритета макроуровня над всеми остальными.**

Обратить на это особое внимание необходимо потому, что сегодня весьма широко распространено мнение, что конкурентоспособность страны формируется как совокупность конкурентоспособности ее товаров, предприятий и фирм. Но это лишь **внешнее представление, т.е. то, что лежит на поверхности.** На самом деле конкурентоспособность товаров и фирм формируется на **национальной социокультурной и исторической базе.** Именно этот социокультурный фундамент создает предпосылки для формирования структуры национального хозяйства, образа хозяйственного поведения, специализации страны на производстве тех или иных продуктов и услуг. Более того, **накопление факторов конкурентоспособности происходит от макро- к микроуровню.** Продукты и услуги лишь венчают этот сложный процесс формирования конкурентоспособности.

Но и это еще не все. Когда мы зададимся вопросом, за счет каких факторов достигаются поставленные конкурирующими субъектами цели, то увидим, что здесь можно выделить **три типа таких факторов: ресурсные** (обладание ресурсами особого, качества или количества, природными или приобретенными); **операционные** (характеризующие степень или эффективность использования имеющихся ресурсов), и **программно-стратегические** (наличие определенной стратегии развития субъекта-носителя конкурентных преимуществ и качество этой стратегии).

Первые два типа связаны между собой тем, что наличие ресурсов во многом обеспечивает и эффективность их использования. Например, накопленные основные производственные фонды и квалифици-

рованные кадры позволяют предприятиям эффективно использовать имеющиеся природные ресурсы (хотя с ростом динамики современных технологий, нередко такие ресурсные характеристики могут оказаться тяжелыми гирями, связывающими применение быстро меняющихся технологий и тем самым препятствующими формированию и укреплению конкурентных преимуществ). Последний тип факторов, обеспечивающих конкурентные преимущества, наоборот, становится особенно важным в современный период, поскольку сегодня конкурентная борьба фактически превращается в борьбу стратегий практически на всех уровнях, а стратегическая компонента, по сути, является ведущей характеристикой конкурентоспособности. Хотя эта характеристика и создает определенные трудности для аналитиков, так как она трудно поддается количественному определению и сопоставлению.

Подводя итог анализу роли и места самого процесса конкуренции в формировании конкурентных преимуществ национальной экономики, можно достаточно

определенно сказать, что конкуренция является всего лишь частью операционных преимуществ. Это всего лишь специфический метод активизации социально-психологических стимулов, своеобразный метод, связанный с организацией соревновательности в хозяйственной сфере, способствующей снижению издержек и цен и таким образом повышению конкурентоспособности продукции. Однако этот метод вовсе недостаточен для обеспечения конкурентоспособности хозяйственной системы в целом. Более того, если развитие конкурентных отношений не подкрепляется мерами социально-психологического тренинга, мерами законодательного обеспечения необходимыми правилами игры, и, что особенно важно, мерами этического регулирования ведения такого соревнования, можно с уверенностью сказать, что поставленная цель не будет достигнута.

Окончание следует

Статья поступила в редакцию 05.07.2007

---

*M. Gelvanovsky*

*Doctor of Economics, Professor, Director-General of the National Development Institute of the Social Sciences Directorate of the Russian Academy of Sciences*

## THE ROLE AND LIMITS OF COMPETITION IN RAISING THE NATIONAL ECONOMY COMPETITIVENESS

“The Russians, as far as the political economy is concerned, have been moving in the wake of the Western countries’ development; therefore, in the light of the unfounded cosmopolitanism that has been the czar of the public thought in Russia in the last few decades it is small wonder that the political economy rules and their meaning are incongruously understood by the public”.

*(Count Sergei Witte, Saint-Petersburg, 1912)*