

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

УДК 330.01:339.137.2

ПРЕДМЕТ ЭКОНОМИКО-ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ

М.В. Петрищев

Тверской государственной университет
Кафедра экономической теории

Определены объект и предмет экономической теории конкуренции. Показана недостаточность эмпирического определения конкуренции как борьбы, соперничества, необходимость отражения в ее теории оснований, условий, процессов, результатов и следствий разных родов конкуренции. Исключения из теории конкуренции ее явлений.

***Ключевые слова:** конкуренция как борьба, ее типы, эмпирическое и теоретическое определение конкуренции, роды и виды рынков, теоретический и институциональный подходы к конкуренции, конкуренция и соревнование, пространство и время в теории конкуренции.*

Конкуренция в большинстве ее определений в экономической литературе трактуется на уровне эмпирического знания, т.е. как борьба, состязание, противоборство, соперничество за ограниченные блага [1, с. 18]. «Это слово (конкуренция – М.П.) обозначало только независимое соперничество двух или более лиц ... соперничество в гонке – гонке с целью получения дефицитных товаров или в гонке с целью быстрого сбыта излишков товаров» [2, с. 5].

Конечно, конкуренция как явление – это соперничество, борьба. Но последняя не всегда есть конкуренция. Поэтому конкуренция, как особый вид борьбы, нуждается в собственном существенном определении в отличие от борьбы вообще. Например, в мире животных тоже есть борьба за существование и ее также называют конкуренцией. Но это – неоправданное перенесение внешнего в разных, по сути, типах (видах) борьбы на их сущностную природу [3, с. 80]. Определение конкуренции как борьбы на рынке – это её непосредственный образ как явления, а не как экономической категории. Подобное не редкость. Так товар часто определяется не, по сути, не как экономическое отношение, не как противоречие, а как продукт для обмена (т.е. обмен тогда существует до товара), а рынок – как место его купли-продажи и т.п.

Но допустим, что рыночная конкуренция – это борьба. В таком случае в ней должны быть противоположности. В зависимости от их типа возможны два рода борьбы. Первый тип отношения противоположностей – это их единство, они есть «свое иное», т.е.

противоположные стороны целого. Тогда существует не только борьба противоположностей, но и взаимообогащение сторон целого, рождению новых противоположностей и их форм, к развитию целого. Другой тип противоположения таков, что у них нет единства. Тогда их борьба будет отношением уничтожения одной из сторон.

Например, борьба продавца и покупателя (в частности – работника и нанимателя), есть отношение единства противоположностей (нет покупателя, нет и продавца, продавец – свое иное покупателя). Но *это отношение не есть конкуренция*. Акт обмена (Т – Т или Т – Д) действительно обогащает его субъектов в смысле получения каждым полезного ему товара в обмен на отдаваемый бесполезный (тому, кто отдает). Но сам торг (спор продавца и покупателя) о цене и качестве товара является актом либо бессмысленным, если есть другие продавцы и покупатели этого товара, либо чисто психологическим, эмоциональным.

Известно, что рыночная конкуренция происходит не между покупателями и продавцами, а отдельно – между продавцами и отдельно – между покупателями. Но в чем противоположность продавцов по отношению друг к другу? Они скорее рядоположены, тождественны. У них нет и взаимоприятия, они друг другу – не «свое иное», что должно быть в единстве противоположностей. Если они все продают одного рода товар с одинаковыми по величине полезными его свойствами и по одинаковым ценам, то где же их единство, противоположность и борьба? Ничего подобного нет, кроме их формальной (абстрактно общей) одинаковости. Правда, ситуация будет иной, если будет дефицит спроса [4, с. 16]. Аналогично и с покупателями. Их «равнодушие» друг к другу, отсутствие единства противоположностей, борьбы заканчиваются с появлением дефицита предложения. «Борьба» существует у продавцов и у покупателей только при условии *дифференцированности*, различия и противоположности ее участников, что можно доказать по сути лишь при определении не только условий, но и *основания* рыночной конкуренции.

И все-таки борьба продавцов за спрос или борьба покупателей за дефицитное предложение – это не тот тип борьбы, который существует в единстве противоположностей. Если у покупателя с продавцом *роли разные*, то у продавцов как конкурентов – *роли одинаковые*. Их отношение – это *взаимовытеснение*, *взаимоотталкивание* без взаимоприятия. Стало быть, в рыночной конкуренции происходит второй тип «борьбы» – на *взаимоуничтожение* себе подобных. Так «ценовая война» в дуополии ясно представлена в теории как борьба, но как борьба на *взаимоуничтожение* – крайнее предельное состояние конкуренции двух ее субъектов.

Таким образом, определение конкуренции как борьбы есть
1) определение одного неизвестного понятия через другое, также

неизвестное; 2) движение от поиска сущности к определению её как явления; 3) подмена конкретно-исторического, содержательного в конкуренции формально общим как взаимоотношением деятельности каждого субъекта (а иногда и объекта [5]) в среде себе подобных для достижения лучшего для себя результата.

Наряду с конкуренцией как борьбой в литературе повсеместно встречается «конкурентная борьба» и если в бытовом сознании это допустимо, то в науке «конкурентная борьба» – это тавтология: «борьбовая борьба». Аналогичная тавтология есть у И. Кирцнера, когда он говорит о «сопернической конкуренции» [6, с. 198], поскольку получается «соперническое соперничество».

Под определение конкуренции как борьбы подходит и монополистическая деятельность: сговоры, барьеры входа на рынок, лишение доступа к кредиту, источнику сырья, что является *неконкурентной* борьбой на рынке.

Указание на то, что конкуренция – это борьба за удовлетворение спроса [6, с. 118], ближе к её определению как явления. Но борьба «за что», не есть ответ на вопрос «что это». «За что» – это объект конкуренции как борьбы. В качестве её объекта в литературе фигурирует не только спрос, но и «редкое благо», «предпринимательские идеи», «организационные рутины», «вновь созданная стоимость» и т.д. [7, с. 13–14]. Нередко объект конкуренции определяется как «соперничество за выгодные условия производства» [2, с. 300]. На этом фоне резко отличается трактовка конкуренции и ее объекта, когда ее определяют как «способ достижения равновесия ... равновесие достигаемое конкуренцией» [8, с. 125]. Такая трактовка возникает из-за смешения двух разных родов конкуренции – внутрирыночной и межрыночной.

Существует и нерыночная конкуренция – в среде спорта, на политическом рынке [9, с. 259], «даже в семейном общении» [10, с. 27]. В сфере науки конкурируют разные взгляды, теории, направления, школы. Поэтому конкуренция существует и как абстрактно общее понятие. И на этом основании «термин «конкуренция» будет использован в гораздо более широком смысле, включающем все формы состязательного взаимодействия между организациями и отдельными людьми» [10, с. 9]. Но в экономико-теоретическом исследовании его *объектом* могут быть только реальные процессы разного рода конкуренции. Его предмет – отражение объекта в экономической теории, т.е. отражение ею экономических отношений рыночной конкуренции на сущностном уровне.

Предмет исследования выясняется не только названием его темы, но и определением обстоятельств, факторов, областей знания, анализ которых к нему не относится. Экономико-теоретическое исследование рыночной конкуренции – это получение объективно истинных знаний:

1) о её причинном основании (объективной необходимости); 2) условиях осуществления; 3) механизме функционирования; 4) его результате; 5) её следствиях. Такое исследование проводится применительно к теоретически различаемым родам рыночной конкуренции, где каждый её род имеет свое основание, свою сферу и субъектов действия, свой механизм. И если определяется (как и должно) не только один акт конкуренции, а её постоянный процесс, то обосновывается и общий историко-генетический результат рыночной конкуренции как её противоположность – монополия. Поскольку последняя не достигает своего абсолюта, то должны быть установлены элементы конкуренции на монополизированном рынке в их ограниченном и деформированном виде.

Исторически и логически исходный пункт рыночной конкуренции – это конкуренция на товарных рынках. Они «старше» любых других рынков. Хотя ныне принято делить товарные рынки на рынки благ и рынки ресурсов, но для общей экономической теории такое разделение не может быть существенным: основные закономерности процесса и результата рыночной конкуренции одинаковы для рынка предметов потребления, рынка средств производства и рынка труда.

В ресурсные рынки включают рынок труда, рынок капитала (денежного) и рынок земли. Из них только рынок труда должен быть включен в предмет теоретико-экономического исследования рыночной конкуренции. Дело в том, что, во-первых, рынок труда имеет свою специфику, в отличие от товарных рынков, из-за особенностей самого товара «рабочая сила». Во-вторых, возникновение рынка труда делает конкуренцию вполне развитой, всеобщей, т.е. завершает становление рыночной конкуренции. Без него не было бы конкуренции капиталов (межотраслевой конкуренции).

На процесс рыночной конкуренции воздействуют внешние для нее факторы: институты, конкурентная политика (в том числе антимонопольная), внешние эффекты (экстерналии), производство и потребление общественных благ, информация разного рода. Исследование взаимодействия этих факторов лежит за пределами предмета общей экономической теории рыночной конкуренции. Так, например, развитие институтов, защита прав собственности, существование традиций, изменение политических структур, безусловно, *влияет* на конкурентный процесс и поведение его субъектов [11, с. 17]. Однако если признать, что сами институты общества *определяются* его экономической системой, то в порядке обратной связи «поведение может существенно корректироваться институтами» [12, с. 11].

Теоретико-экономический подход в отличие от институционального в познании конкуренции имеет иное

онтологическое основание, иной объект и предмет. У первого подхода – это объективные общественно-экономические отношения, у второго – волевые отношения [11, с. 137]. И хотя институты создают рамки нормального осуществления объективно-необходимых отношений рыночной конкуренции, т.е. обеспечивают их «поддержание» сферой права, политики и традиций, тем не менее, выяснение собственной сущности рыночной конкуренции, необходимо и возможно в абстракции от ее институтов. Такая абстракция правомерна и потому, что «новая институциональная экономика не является экономической теорией» [13, с. 114].

Могут ли различаться объективные процессы разного рода рыночной конкуренции в зависимости от того, какие институты существуют в разных странах? «Нет» на уровне его сущности, «да» на уровне его явления. Экономическая теория выясняет первое, оставляя второе для теории конкурентного права и политики, особенностей национальных обычаев и традиций. «Теоретическое экономическое исследование, предполагающее логический анализ экономической системы ..., игнорирует какие бы то ни было институциональные воздействия на эту систему» [14, с. 102]. С этим положением солидарен Д. Норт: «В экономическом анализе допустимо игнорировать институты, поскольку они не играют самостоятельной роли в определении экономического поведения» [11, с. 259].

Исключение из предмета экономической теории конкуренции указанных внешних для нее факторов доказывается так же тем, что конкретные процессы конкуренции, как и всякое экономическое отношение, испытывают воздействие не только всей экономической системы, но и институциональной, психологической, культурной и политической среды данного общества. Для практики конкурентной политики государства и фирм, т.е. на уровне менеджмента, маркетинга, права, необходим учет всех факторов «работы» конкурентного механизма. Но для экономической *теории* необходимо выяснить только собственное основание, условия осуществления, определяемые «устройством» рыночного механизма и его работы, т.е. процесса конкуренции. Без такой теории конкурентная политика будет работать «на ощупь».

Аналогично обстоит дело с решением вопроса о включении (не включении) в предмет данного исследования «недобросовестной конкуренции». Она не является экономическим отношением, т.е. ведется неэкономическими методами: ложной информацией, насилием, хищением и т.д. Поэтому «недобросовестную конкуренцию» нельзя считать собственным, внутренним элементом рыночной конкуренции. Фактически первая есть только ненормальное следствие второй. Соответственно «недобросовестная конкуренция» не может быть включена в предмет экономической теории рыночной конкуренции.

Включение сравнительного анализа конкуренции и соревнования в предмет экономической теории оправдано. Во-первых, соревнование выступает как парная, собственная противоположность конкуренции (по принципу «черное-белое», «плюс-минус»). Соревнование есть «зеркало», в котором отражается конкуренция и оно позволяет доказать, что конкуренция – это не соревнование. Последнее не является историческим и логическим преемником конкуренции. Конкуренция генетически рождает монополию, а не соревнование. Только отрицание основания конкуренции кооперацией труда (производственной кооперацией), дает основание кардинально иному механизму – трудовому соревнованию.

Во-вторых, соревнование во многих исследованиях отождествляется с конкуренцией, а конкуренция – с соревнованием [15, с. 330]. Например, изобретается «соревновательная конкуренция. Это конкуренция наиболее мягкого (?) типа» [10, с. 13]. И наоборот утверждается, что «во всякой кооперации есть элементы конкуренции» [10, с. 13]. Опровергнуть такое утверждение можно только раскрыв экономическое соревнование как процесс установления норм труда при его кооперации, как процесс сведения индивидуального труда к общественному в системе совместного труда. Тогда не будет оснований считать, что «именно экономическое соревнование большинством специалистов воспринимается как добросовестная конкуренция» [16, с.90].

В предмет теоретического исследования рыночной конкуренции может быть включена история (возникновение, становление, развитие) экономической теории конкуренции. При этом нельзя смешивать собственно теорию рыночной конкуренции и историю её создания и нельзя дать историю предмета не зная предмета. Сначала нужно теоретически ответить на вопрос: что такое рыночная конкуренция и лишь затем можно рассмотреть историю теоретического решения данного вопроса.

Еще большим основанием для указанного взаиморасположения теории рыночной конкуренции и истории этой теории является то, какую историю теории конкуренции будет излагать её автор. Если конкуренция будет определена только как соперничество, борьба (за спрос, за объем продаж и т.д.), то будет одна история теории конкуренции, а если конкуренция трактуется как «процесс открытий» возможностей получения экономической прибыли (Ф. Хайек, И. Кирцнер и др.), то будет другая история ее теории. Если же конкуренция будет определена как процесс сведения индивидуальных цен предложения и спроса к их средним величинам для рынка конкретного рода товара – то будет третья история её теории. А если вообще не различать роды рыночной конкуренции – будет четвертая история её теории. Наконец, если исходить (как в неоклассике) из того,

что рыночная цена заранее дана (до конкуренции) и продавцы и покупатели – это «ценополучатели», то будет пятая история ее теории.

Так, когда П. Самуэльсон показывает недостатки неоклассической теории «совершенной конкуренции» А. Маршалла и Чикагской школы [17, с. 357–360], то это не означает, что он отрицает существование в определенный период свободной (полной, чистой и т.п.) рыночной конкуренции и необходимость ее теории. Дело только в том, что какова теория предмета, разделяемая или создаваемая определенным автором, такова и будет у него история создания такой теории.

В предмете исследования рыночной конкуренции необходимо уточнить влияет ли экономическое пространство и время на ее процесс. «Теория общего экономического равновесия Л. Вальраса исключила пространство и время из своей центральной концепции равновесия. С пространственной точки зрения каждый рынок в ней сведен к точке, определяемой взаимодействием спроса и предложения ... Более того, все рынки находятся в одной и той же точке ... Временное измерение в этой теории также равно нулю: «очищение рынка» – мгновенный процесс» [18, с. 145–146].

В части временных параметров рыночной конкуренции в предмете её теоретического исследования необходимо фигурируют: 1) её процесс, а потому и скорость его движения по фазам и в целом акте внутрирыночной конкуренции; 2) время «включено» в понятия индивидуального и общественно необходимого рабочего времени; 3) скорость оборота капитала учтена в анализе межотраслевой конкуренции; 4) скорость перелива ресурсов у разных субъектов отражена в межрыночной конкуренции.

Пространственные параметры рыночной конкуренции будут отражены при разграничении: 1) *сфер действия* трех различных родов рыночной конкуренции; 2) перемещения ресурсов из разных отраслей (подотраслей и т.д.) в межрыночной и межотраслевой конкуренции; 3) перемещения субъектов конкуренции из сферы рынка в производство и обратно на рынок; 4) масштабов (локальный, национальный и т.д.) рынка как сферы и совокупности актов купли-продажи.

Влияние чисто пространственного фактора на рыночные структуры и конкуренцию, несомненно, есть, но его не следует делать предметом теоретико-экономического исследования. Так если совершается переход от местного рынка к национальному, то это может превратить рыночную структуру олигополии в свободно-конкурентную, изменить объем спроса и издержки покупателей, уровень цен предложения и т.д. Однако, если в самой теории рыночной конкуренции уже выяснены ее процессы в разных условиях осуществления, то сам переход к другому масштабу рынка для экономической теории конкуренции ничего нового не даст. Хотя на мировом и национальном (или даже региональном) рынках «механизм конкуренции,

функционирование рынков имеют разные проявления» [19, с.65], но суть их та же: основания, процесс и результат у них, по сути, одинаковы. Меняются конкурентные стратегии, уровни конкурентоспособности, но это изучается в маркетинге. И поэтому масштаб рыночных «площадок» не входит в предмет экономической теории.

Список литературы

1. Юданов А.Ю. Конкуренция. Теория и практика. – М.: ГНОМ-ПРЕСС, 1998. – 384 с.
2. Стиглер Дж. Совершенная конкуренция: исторический ракурс // Теория фирмы. Серия «Вехи экономической мысли» / под. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: «Экономическая школа», 1995. – Вып.2. – 300 с.; Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
3. Круглов В.В. Конкуренция. – М.: ТК Велби; Изд-во Проспект, 2004. – 80с.
4. Тарануха Ю.В. Экономическая природа и сущность конкуренции // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. – №1(81).
5. Инструкция по применению медицинского препарата «кокстрал».
6. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / пер. с англ. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.
7. Тарануха Ю.В. Конкуренция и конкурентные стратегии (в структурно-логических схемах). – М.: Изд-во «Дело и сервис», 2008. – С.13–16.
8. Батищева С.Э., Каданэр Э. Д., Симонов П. М. Математические модели микроэкономики / Перм. гос. техн. ун-т. – Пермь: Изд-во Пермск. гос. техн. ун-та, 2006. – С.125.
9. Афанасьев М., Мясникова Л. Мировая конкуренция и кластеризация экономики // Вопросы экономики. 2005. – № 4. – С.79.
10. Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции. – М.: ИЧП «Изд-во «Магистр», 1997.
11. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.
12. Проблемы современной экономики // Проблемы современной экономики. 2004. – №4(12). – С.11.
13. Московский А. Институционализм: теория, основа принятия решений, метод критики // Вопросы экономики, 2009. – №3. – С.114.
14. Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал: пер. с англ. – М.: Прогресс, 1993.
15. Ойкен В. Основные принципы экономической политики / пер. с нем. – М.: Прогресс, 1995. – 496 с.
16. Тикин В. Критерий недобросовестной конкуренции // Экономист. 2010. – №1. – С.90.
17. Самуэльсон П. Монополистическая конкуренция – революция в теории // Теория фирмы / под. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: «Экономическая школа», 1995. – Вып.2. – С.357–360.
18. Диденко О.В. Проблема пространственного содержания экономических теорий // Балтийский экономический журнал. 2009. – № 2. – С. 145-146.

19. Пороховский А. Политическая экономия – основа и стержень экономической теории // Экономист. 2012. – №1. – С.65.

THE SUBJECT OF ECONOMIC RESEARCH OF COMPETITION

M. V. Petrishev

Tver State University
The economic theory department

The article defines the subject of economic theory of competition. The author emphasizes that the empirical definition of competition as a struggle and a contest is not comprehensive. The theory has to reveal the basis, conditions, processes, results and consequences of different types of competition, excluding its occurrence.

Keywords: *competition as a struggle, market types, theoretical and institutional approaches in competition research, competition and a contest, space and time in competition theory.*

Об авторах:

ПЕТРИЩЕВ Максим Викторович – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, Тверского государственного университета, e-mail: magainm@yandex.ru