

В. В. Новиков

Конкурент — не человек



НОВИКОВ Вадим Витальевич — старший научный сотрудник РАНХ при Правительстве РФ (Москва, Россия).

Email:
vadim.v.novikov@gmail.com

В сегодняшних политических дискуссиях понятие «конкуренция» играет значимую роль: пойдёт ли речь о ценах на лекарства или о модернизации, будут ли говорить чиновники или оппозиционеры, рано или поздно мы услышим про «недостаток конкуренции» как причину проблемы или про «стимулирование конкуренции» как её решение. Кажется, в стране по этому вопросу сформировался консенсус.

На самом деле всё не совсем так. Понятие «конкуренция» весьма неоднозначно, а потому у консенсуса есть «дипломатический» привкус: формулировки нашли, но по существу не договорились. Вспомним недавно принятый закон о торговле. Игорь Артемьев говорил о законе как о средстве развития конкуренции. Между тем подписавшие петицию против закона экономисты (А. А. Аузан, Е. Т. Гайдар, С. М. Гуриев, А. Н. Илларионов, В. В. Радаев, Е. Г. Ясин) предупреждали, что закон о торговле конкуренцию ограничит. И так, и Артемьев, и экономисты согласны с тем, что большая конкуренция пойдёт на пользу потребителю. Консенсус? В своём роде.

В связи с этой дискуссией организованный Лабораторией экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ текстологический семинар «Экономическое и социологическое понимание конкуренции» представляется ценным начинанием, которое заслуживает дальнейшего развития. Мы не можем решить, что способствует конкуренции, и стоит ли ей способствовать, как не можем исследовать процесс конкуренции, пока не ответим на вопрос, что такое конкуренция. Принимая во внимание, что в понимании этого явления систематически расходятся как представители разных дисциплин (скажем, экономисты и социологи), так и сторонники разных школ внутри дисциплин, думается, что дискуссию об этом имеет смысл вести не на дисциплинарном, а на более общем уровне. Иными словами, как философскую дискуссию.

Представленная на текстологическом семинаре статья М. Аболафии и Н. Биггарт «Competition and Markets: An Institutional Perspective» («Конкуренция и рынки: институциональная перспектива»)¹¹ является интересной попыткой такой дискуссии, где критически сравниваются два взгляда на конкуренцию — асоциальный и политический, каждый из которых разделяют некоторые экономисты и некоторые социологи. В рамках асоциального взгляда участники конкуренции не интересуются друг другом или этот интерес бесполезен для исхода конкуренции. В рамках отстаиваемой М. Аболафией и Н. Биггарт разновидности политического взгляда участники конкуренции, принимая решения, учитывают действия друг друга, а также сотрудничают — формируют общие правила конкуренции и средства их поддержания.

¹¹ Abolafia M., Biggart N. 1991. Competition and Markets: An Institutional Perspective. In: Etzioni A., Lawrence P. P. (eds). *Socio-Economics: Toward a New Synthesis*. Armonk, N. Y.: M. E. Sharpe; 211–231. — *Здесь и далее примечания автора.*

Насколько в действительности участники конкуренции сотрудничают, принимают во внимание действия друг друга и насколько их осведомлённость друг о друге влияет на исход конкуренции — вопросы эмпирические, и ответы на них могут меняться от рынка к рынку (или будут разными применительно к разным участникам конкуренции). Поэтому естественно, что М. Аболафия и Н. Биггарт обращаются к реальной практике функционирования рынков, анализ которой, по их мнению, показывает преимущества политического подхода. Даже Чикагская торговая биржа (Chicago Board of Trade), возможно, самый подходящий пример асоциальной конкуренции между участниками аукциона, на проверку оказывается высокоорганизованным рынком, где отношения участников регулируются множеством совместно выработанных правил. Как отмечают авторы статьи, здесь наблюдается очевидный парадокс: для того чтобы поддержать своё соперничество, конкуренты сотрудничают по поводу фундаментальных правил игры. Дополнительные подтверждения для политического взгляда авторы находят в практике деятельности организаций прямых продаж и японских деловых групп.

Представляется, однако, что рассмотренные М. Аболафией и Н. Биггарт примеры доказывают не так много, как авторы статьи предполагают. Примеры позволяют заключить, что некоторая степень сотрудничества между конкурентами является обычным делом, и это нетривиальный и интересный вывод о работе *рынков*. Но может ли это одновременно служить выводом и о существовании *конкурентного процесса*? То, что конкуренты обычно сотрудничают, не обязательно означает, что конкуренция обычно подразумевает сотрудничество. Не всё, что делают люди, оказывающиеся конкурентами (даже в отношениях друг с другом), представляет собой конкуренцию. Аналогично, было бы поспешным назвать чистку зубов экономическим анализом только лишь на том основании, что все экономисты чистят зубы. «Конкурент» и «экономист» — не реальные люди, а роли, и каждый человек может играть наряду с этими и множество других ролей. Мы не можем автоматически отнести всё, что делает отдельный человек, на счёт только лишь одной роли. Нужны критерии (или критерий), которые позволяли бы отделить то, что делает человек в качестве конкурента, от того, что он делает в других качествах.

Используем для обсуждения таких критериев представленное М. Аболафией и Н. Биггарт определение конкуренции как «стилизированных актов взаимно осведомлённых конкурентов на социальной арене»²². Приведённый М. Аболафией и Н. Биггарт анализ рынков наталкивает на мысль, что под конкурентами они понимают людей, а не роли. Если так, то предложенные в этих пояснениях условия нельзя считать *достаточными* для того, чтобы определить, какие акты индивида являются частью конкурентного процесса. *Не все* действия людей, которые являются конкурентами (пусть даже взаимно осведомлённых людей), суть акты конкуренции.

Кроме того, не все выдвинутые условия можно отнести к *необходимым*. Едва ли М. Аболафия и Н. Биггарт отказались бы назвать конкуренцией «нестилизованные» акты. Излишне ограничительным является и требование *взаимной* осведомлённости — легко представить себе случаи, когда только один соперник осведомлён о наличии другого и предпринимает усилия, чтобы превзойти известного ему противника.

Представим, что Александр пытается добиться расположения Виктории, которая уже встречается с Борисом, а тот ничего не знает о намерениях и действиях Александра. Напротив, Александр осведомлён об отношениях Бориса и Виктории, а также о достоинствах и недостатках Бориса, и учитывает это в своих действиях.

Хотя положение Александра и Бориса не симметрично, трудно отрицать, что Александр *соперничает* с Борисом. Полагаю, мы пришли бы к этому же выводу, и если бы Александр ошибочно считал, что Борис является его соперником; или заблуждался бы насчёт достоинств и недостатков Бориса, или знал

²² Ibid.; 213, 229.

бы о наличии соперника, но не догадывался, кто он. Всё это позволяет поставить такой вопрос: какой именно степени осведомлённости мы требуем от соперников³³? Предполагаю, что достаточные мотивы для актов соперничества даёт уже знание о наличии соперников, и это не столь большая осведомлённость, как та, которую, видимо, подразумевают М. Аболафия и Н. Биггарт.

Более спорный случай — ситуация, когда известно лишь о принципиальной возможности появления соперников. Возможны ли акты соперничества в *таких* обстоятельствах? Полагаю, что да. Потенциальный соперник способен создавать такие же мотивы для действия, как наличие реального или ложного соперника (эта ситуация описывается в экономической теории состязательных рынков).

Идея соперничества в ситуации, когда человеку (достоверно) неизвестно о наличии ещё хотя бы одного соперника, вызывает понятный дискомфорт, который всё же представляется неоправданным: соперники зачастую осуществляют свои акты не одновременно, а последовательно. Но раз так, то в процессе соперничества может существовать «первый акт», совершённый одним из участников этого процесса, тогда как другие (насколько ему известно) пока не совершили актов, которые делали бы остальных участников соперниками. Совершивший «первый акт» только лишь *ожидает*, что соперники себя проявят.

Возьмём человека, который отправляет в журнал ответы на вопросы викторины, где приз получает тот, кто первым пришлёт правильные ответы. Обычно он не знает достоверно, кто и когда ещё (если кто-то вообще) отослал ответы или собирается это сделать и какими будут их ответы. Но у него есть основания предполагать, что такие люди найдутся или, по крайней мере, могут найтись. Не исключено, что предполагая это, он предпочтёт отослать свои ответы не в самый последний день (хотя это и позволило бы ему максимально всё перепроверить), а как только найдёт подходящие ответы.

Отличие этого случая от случая Александра, который знает о наличии соперника, но не знает, кто он, мне не кажется достаточно значимым, чтобы считать, что Александр в этих обстоятельствах может соперничать, а участник викторины — нет. Если я в этом вопросе прав, то не только наличие взаимной осведомлённости конкурентов не является необходимым условием для возникновения актов конкуренции, но не требуется и «осведомлённости» — за исключением тривиальной: о том, что в нашем занятии мы в принципе можем столкнуться с конкурентами. Но тогда сложно найти бизнесмена, который не был бы в требующейся степени осведомлён.

Обратимся к последней части определения М. Аболафии и Н. Биггарт: конкуренция состоит из актов конкурентов. Вопрос в том, что такое быть конкурентом? В зависимости от целей исследования можно предложить два ответа на этот вопрос — объективный и субъективный. Объективный сосредоточен на характеристиках ситуации конкуренции как таковой. Субъективный — на актах индивидуального выбора.

Хорошую стартовую точку для обсуждения обоих ответов даёт модель Оливера Блэка⁴⁴, согласно которой X является конкурентом Y , если есть такие действия A_x и A_y и цели G_x и G_y , что (1) X делает A_x с намерением достичь G_x ; (2) Y делает A_y с намерением достичь G_y ; (3) X достигает G_x только если Y не достигает G_y .

При **объективном** взгляде A_x актами конкуренции со стороны X будут действия, которые не совершались бы, не имея X намерения достичь G_x . Скажем, если Александр и Борис занимаются прямыми продажами сходной косметической продукции и считают необходимой частью своей работы быть гладко

³ Для данного примера не важно, считать ли соперничество синонимом или частным случаем конкуренции.

⁴ См. Black O. 2005. *Conceptual Foundations of Antitrust*. Cambridge: Cambridge University Press; 10.

выбритыми, но брились бы, даже если бы это не влияло на продажи, то осуществляемое ими бритьё не является актами конкуренции в сфере продажи косметической продукции. Это не исключает того, что бритьё будет актами конкуренции относительно какой-то другой цели — очень конкретной (быть привлекательными для Виктории) или очень общей (быть успешными).

При **субъективном взгляде** X выступает в роли конкурента (конкурирует), если осознает себя в ситуации конкуренции: знает о (2)–(3) или даже предполагает наличие такой ситуации (возможно, ошибочно)⁵. В этом случае актами конкуренции будут такие действия, направленные на достижение конфликтующей с G_y цели G_x , которые он не совершал бы, если бы не обладал соответствующими знаниями.

Присутствующая в обоих случаях увязка актов конкуренции с конфликтующими целями выводит за рамки рассмотрения то, что не относится к ситуации конкуренции, и позволяет более точно поставить задачу для исследователя, который желает разобраться, могут ли конкуренты (именно в качестве конкурентов) сотрудничать. Утверждение, что люди способны соперничать в достижении одних целей (скажем, в продвижении по службе) и сотрудничать в достижении других (скажем, в поддержке близкой им политической партии), довольно тривиально. Намного интереснее, могут ли люди сотрудничать в достижении конфликтующих целей (то есть сотрудничать, исполняя роль конкурентов), и если могут, то насколько часто они в действительности это делают. Именно от ответа на данный вопрос зависит справедливость мнения М. Аболафии и Н. Биггарт о преимуществах политического взгляда на конкуренцию перед асоциальным.

⁵ Как я надеялся показать ранее, появление конкуренции в субъективном смысле не требует слишком большой осведомлённости.