

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Ю. В. Тарануха¹,

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

ШУМПЕТЕРИАНСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ КАК ГЕНЕРАТОР ПЕРЕМЕН²

В статье исследуется трактовка конкуренции Й. Шумпетером. Анализ ведется на фоне других концепций с целью отражения преемственности и специфики в его подходе. С учетом особенностей его методологического подхода в статье определяются главные элементы шumpетерианской концепции конкуренции: ее эволюционная и предпринимательская природа, противоречивость и непредсказуемость конкурентного процесса. Интерпретируя шumpетерианскую конкуренцию как борьбу предпринимательских идей, автор прослеживает ее практический потенциал.

Ключевые слова: эволюционная экономика, предпринимательство, шumpетерианская конкуренция, новаторство, неошumpетерианство.

SHUMPETERIAN COMPETITION AS A GENERATOR OF CHANGES

The article explores Schumpeter's interpretation of market competition against the backdrop of other concepts in order to reflect the continuity and specifics in its approach. Taking into account the specific features of his methodological approach, the article highlights the main elements of his concept: the evolutionary approach, entrepreneurial nature of competition, the inconsistency and ambiguity of the competitive process. Interpreting Shumpeterian competition as a struggle of entrepreneurial ideas, the author traces its practical potential.

Key words: evolutionary economics, entrepreneurship, schumpeterian competition, neoschumpeterians, innovations.

Введение

В обществе, где инновация выступает определяющим фактором развития, а состояние конкуренции условием инновационности экономики, интерес к теоретическому наследию Й. А. Шумпетера — закономерен. Это обусловлено не только необходимостью прояснения

¹ Тарануха Юрий Васильевич, д.э.н., профессор кафедры политической экономики экономического факультета; e-mail: yu.taranukha@mail.ru

² Автор выражает искреннюю благодарность своим анонимным рецензентам за глубокий анализ статьи и ценные замечания, способствовавшие повышению ее качества.

той связи, которая наблюдается между конкуренцией и инновационной активностью, но и оценкой вклада Шумпетера в теорию конкуренции. Этот вклад является весьма весомым уже хотя бы потому, что его идеи послужили импульсом для формирования веера гетеродоксальных (еретических) трактовок конкуренции, бунтовавших против господствовавшего статического подхода к анализу конкуренции.

Часто их определяют как эволюционные, стремясь подчеркнуть присущую им общность взгляда на конкуренцию как динамический процесс. И хотя это действительно является их общим методологическим императивом, их объединение под такой крышей будет чрезмерным, учитывая присущие им различия в понимании содержания и механизма экономической динамики. Более отвечающим требованиям признака общности и отражающим специфику этих трактовок было бы их объединение под названием «функциональная трактовка конкуренции», так как в фокусе их анализа оказывается функциональное предназначение конкуренции. Преимущество такого определения состоит в том, что, подчеркивая общность подхода к пониманию природы явления, оно ничего не говорит о степени совпадения в понимании содержания выполняемой конкуренцией функции. А оно у них существенно разнится. Поскольку реально объединяющим их признаком является так называемое «шумпетерианское ядро», то можно утверждать, что исследование современной конкуренции не может не опираться на шумпетерианское наследие.

Статья не претендует на полномасштабный анализ теоретического наследия Й. Шумпетера. Ее цель уже — показать специфику его подхода к анализу такого важного элемента рыночной системы, как конкуренция, и отразить содержательную особенность ее трактовки. Сначала мы раскроем содержание «созидательного разрушения», выступающего в качестве центральной идеи шумпетерианской концепции экономической эволюции и одновременно главной функцией конкуренции. Затем посмотрим на конкурентное соперничество сквозь шумпетерианские очки — предпринимательство, благодаря которым оно смотрится как борьба предпринимательских идей. Опираясь на шумпетерианское учение о предпринимательстве, покажем оригинальность подхода Шумпетера к ключевой проблеме всех теорий конкуренции — вопросу о соотношении конкуренции и монополии, а также к трактовке содержания всего конкурентного процесса.

«Созидательное разрушение» — главная функция шумпетерианской конкуренции

Базисные положения шумпетерианского понимания природы конкуренции представлены в его работе «Теория экономического разви-

тия» [Шумпетер, 1982], само название которой указывало на признание им эволюции в качестве определяющего признака любого экономического процесса. Чтобы подчеркнуть специфику своего подхода, он вводит разграничение для понятий «экономический рост» и «развитие». Экономический рост — это циркулярное движение экономики, которое характеризуется исключительно изменением количественных параметров. Развитие — это процесс, отражающий изменение качественных параметров экономической системы и появление нового. Это дало основание считать Й. Шумпетера предтечей эволюционного подхода. Хотя сам подход был применен К. Марксом на полвека раньше. Сам Шумпетер это первенство не отрицает. Более того, он считал анализ Маркса единственной по-настоящему эволюционной экономической теорией на тот период [Шумпетер, 2004, с. 579]. «Теория Маркса, — позднее отмечал он, — является эволюционной в совершенно особом, только ей присущем смысле, она пытается раскрыть механизм, который просто в результате своей работы, без помощи внешних факторов, преобразует имеющуюся структуру общества в другую» [Шумпетер, 2004, с. 513]. Означает ли это, что взгляды Шумпетера формировались под влиянием марксизма, или это было только совпадением во взглядах, как утверждает он сам [Шумпетер, 1982, с. 53, 196], не столь уж и важно. Тем более, что выводы, сделанные каждым из авторов, существенно разнятся [Foster, 1983; Черковец, 2007]. Да и научных заслуг Шумпетера это не умаляет. Достаточно уже того, что он обращается к идее эволюционизма в условиях всеобъемлющего и безусловного господства статического подхода в экономической теории.

Помимо этого, подход Шумпетера обладал целым рядом фундаментальных отличий. В динамической модели экономического развития нет места неизменности условий. Анализ конкуренции как статического состояния представляется ему не отвечающим природе конкурентного процесса, а потому — неприемлемым и неплодотворным. Присущей структурному подходу однотипности фирм он противопоставил их разнообразие. Вместо рыночной прозрачности и ориентации на оптимизацию — неопределенность и множественность вариантов выбора. В эволюционной модели конкуренции заведомо наиболее предпочтительного варианта поведения не существует, а последствия выбора любого из вариантов для фирм неизвестны. Соответственно, учитывая разнообразие фирм и наличие рыночной неопределенности, реагировать на одни и те же рыночные сигналы фирмы будут по-разному. Поэтому в противоположность провозглашаемой структурным подходом однотипности поведения, ориентированного на максимизацию прибыли, в основу шумпетерианской модели конкуренции положена предпосылка о многообразии поведения фирм, лишенного какого бы то ни было стремления к оптимизации. Все множество фирм будет пред-

ставлено как минимум двумя группами. Одну из них составят фирмы, стремящиеся к лидерству. Другую группу — те, которые предпочтут следовать по проторенному пути.

Концептуальная суть подхода Й. Шумпетера сродни той, на которую опирался и К. Маркс, — любое экономическое явление может быть понято не иначе, как находящимся в процессе развития, которое осуществляется посредством функционирования самого явления и без помощи посторонних (внешних) факторов. Но содержательная сторона этого принципа понималась ими совершенно по-разному. Маркс связывал источники изменений с объективными факторами (изменениями в производительных силах). Шумпетер отдавал предпочтение субъективному фактору — предпринимательским способностям. Кроме того, в отличие от Маркса Шумпетер связывал феномен развития исключительно с изменением качественных параметров — «изменением траектории кругооборота» [Шумпетер, 1982, с. 154]. Ключевая идея шумпетерианской теории состояла в том, что формой и содержанием экономического развития является «осуществление новых комбинаций».

Но самым существенным (с точки зрения рассматриваемой нами проблемы) было то, что Шумпетер принципиально иначе видит место конкуренции в рыночном процессе. Конкурентный процесс не следствие набора рыночных параметров. Наоборот, *конкурентный процесс сам является генератором рыночных изменений*. Стремление рыночных агентов к завоеванию конкурентных преимуществ обуславливает не приспособительную тактику, а порождает стимулы к преобразовательной деятельности, которая находит свое выражение в нововведениях. Поэтому главным методом конкурентной борьбы выступает не ценовая конкуренция, а конкуренция совершенно иного типа — конкуренция, основанная на нововведениях: открытии нового товара, новой технологии, нового источника сырья, нового типа организации. Для Шумпетера конкуренция — это непрерывно изменяющийся рыночный ландшафт с новыми технологиями, товарами и бизнес-процессами. Именно в этом он видит суть конкурентной динамики. Такое понимание конкуренции указывало на то, что конкуренция отнюдь не инструмент установления рыночного равновесия. Напротив, она выступает как раз той силой, которая разрушает сложившиеся рыночные условия. Но это особое разрушение, несущее в себе созидательную функцию в виде нововведений. Следовательно, конкуренция — это процесс *«созидательного разрушения»*. Такое ее определение стало нарицательным для выражения природы конкуренции.

Судя по всему, сам Шумпетер рассматривал «созидательное разрушение» как свою главную идею. Его последователи постулируют ее уже как учение, выступающее несущей конструкцией всей шумпетерианской модели экономического развития. Между тем, не отрицая автор-

ства Шумпетера в применении данного термина в отношении конкурентного процесса, нельзя сказать того же о самой идее созидательного разрушения как процесса структурных изменений в экономике, вызванных внутренними мутациями в ее старой структуре. В этом пальма первенства принадлежит основоположникам марксизма, давшим обоснование эндогенной природы изменений и теории эволюционного развития социально-экономических систем на основе разрешения внутренних противоречий. Заимствование этих идей Шумпетером было вполне ожидаемым¹, учитывая отношение самого Шумпетера к теоретическому наследию К. Маркса [Шумпетер, 1982, с. 154]. Хотя нельзя упускать из виду и существенные различия в понимании ими источников и последствий инноваций [Deria, 2010]. Кроме того, Шумпетер, по-видимому, опирался также на идеи В. Зомбарта и М. Вебера, с работами которых он был хорошо знаком [Дмитриев, 2011].

Инновационное предпринимательство — механизм шумпетерианской конкуренции

Между тем, как показывает Шумпетер, любая инновация — это не более чем одна из альтернатив, противостоящая другим альтернативам, в том числе и тем, которые являются рутинными по отношению к ней. Причем априори невозможно судить о превосходстве какой-либо из них. Разрешение этого вопроса возможно только в процессе конкурентной борьбы. Следовательно, конкуренция — это *процесс выявления преимуществ и/или слабостей каждой из альтернатив*. Выполнение этой функции и составляет *содержание конкуренции*. Если рассматривать проблему в аспекте общей динамики конкурентного процесса, то суть конкуренции, по мнению Шумпетера, может быть выражена в формуле «борьба между новым и старым». Однако конкуренция не осуществляет нормативного отбора. Победа в конкурентной борьбе — это отнюдь не определение наилучшей из имеющихся альтернатив, как это имеет место в структурной трактовке. В шумпетерианской конкуренции такая победа является всего лишь свидетельством того, что в данных конкретных условиях победившая альтернатива обладает преимуще-

¹ «Буржуазия не может существовать, не вызывая постоянно переворотов в орудиях производства, не революционизируя, следовательно, производственных отношений, а стало быть, и всей совокупности общественных отношений... Беспреданные перевороты в производстве, непрерывное потрясение всех общественных отношений, вечная неуверенность и движение отличают буржуазную эпоху от всех других. Все застывшие, покрывшиеся ржавчиной отношения, вместе с сопутствующими им, веками освященными представлениями и воззрениями, разрушаются, все возникающие вновь оказываются устарелыми, прежде чем успевают окостенеть» (Маркс К., Энгельс Ф. Манифест коммунистической партии // Сочинения. Т. 4. — М.: Госполитиздат, 1955. — С. 427).

ствами над другими. В следующем раунде конкурентной борьбы победителем может оказаться другая, в том числе и та, которая была отвергнута в предыдущем раунде. Не исключая даже возможности реванша «старого над новым».

Если конкуренция — это борьба альтернатив, то что же служит той базой, которая поддерживает такое соперничество? Это предпринимательство — утверждает Шумпетер. Тот особый вид деятельности, функцией которого является созидание нового. Предприниматель — это не капиталист и не менеджер. Последние — рутинеры, выполняющие повседневные обязанности. К предпринимателям Шумпетер относит только тех «...хозяйственных субъектов, функцией которых является как раз осуществление новых комбинаций и которые выступают как его активный элемент» [Шумпетер, 1982, с. 169–170]. Эти «новые комбинации» и являются *объектом конкуренции*. Сам Й. Шумпетер относил к ним: 1) изготовление нового продукта, 2) внедрение нового метода производства, 3) освоение нового рынка сбыта, 4) привлечение новых ресурсов, 5) проведение реорганизации деятельности [Шумпетер, 1982, с. 159]. Подчеркивая при этом, что инновациями являются не открытия и даже не изобретения, а организационные действия, нацеленные на обретение коммерческого успеха. В нашем контексте это означает, что объектом конкуренции являются предпринимательские идеи, реализованные на практике в форме коммерциализированных технических, технологических, маркетинговых или организационных решений. И что самое главное — инновация является исторически бесповоротным изменением способа производства вещей. С учетом всей совокупности инноваций это означает, что *конкурентный процесс* необратим. Шумпетерианское экономическое *развитие* — это процесс изменчивости и отбора, в котором появление новаторов вытесняет консерваторов, а появление имитаторов производит отбор среди бывших новаторов.

В конечном счете шумпетерианское видение конкуренции может быть выражено двумя принципиальными положениями. Первое: причиной, генерирующей конкурентное соперничество, выступает предпринимательство. Второе: конкурентное соперничество представляет собой борьбу предпринимательских идей. Следовательно, конкурентное поведение обусловлено не внешним воздействием, а является следствием внутренней мотивации участников конкуренции. Другими словами, конкурентное соперничество — саморазвивающийся процесс. С другой стороны, конкуренция — явление, имеющее субъективную природу, так как всецело обусловлено личностными качествами ее участников, суть которых (по Шумпетеру) заключается в стремлении к лидерству. Новатор — это лидер. Он направляет ресурсы в новое русло. Он увлекает за собой других производителей [Шумпетер, 1982, с. 177–186,

202]. Но, как отмечает сам Шумпетер, стремление к лидерству порождается угрозой потери предпринимательской прибыли вследствие конкурентного давления со стороны соперников [Шумпетер, 1982, с. 202, прим. 22]. А если это так, то предпринимательство — это «лидерство поневоле» [Нельсон, Уинтер. 2002, с. 356], а конкуренция — фактор внешнего воздействия, обуславливающий предпринимательскую функцию, которая является всего лишь реакцией на конкурентное давление. В результате оказывается, что выстроенная Шумпетером конструкция саморазвивающейся конкуренции оказывается под угрозой саморазрушения. Не жажда творчества и даже не стремление к лидерству и общественному успеху побуждают предпринимателя перейти на зыбкую почву новаторства, а угрозы со стороны конкурентов лишить его прибыли (а возможно, и самой «экономической жизни»), в чем К. Маркс видел главный стимул новаторства при капитализме¹.

Эффективная монополия и избыточная конкуренция

Само собой разумеется, шумпетерианская конкуренция лишена статики. Совершенно в ином свете предстает и проблема рыночной эффективности. Эффективность конкуренции — это не оптимизация распределения производственных ресурсов, а обеспечение прогрессивных изменений во всех сферах экономики, в результате чего достигается снижение издержек производства, расширение ассортимента и повышение качества продуктов. А поскольку все это является плодом реа-

¹ «Какова бы ни была мощь применяемых средств производства, конкуренция стремится отнять у капитала золотые плоды этой мощи, низводя цену товара до уровня издержек производства; следовательно, в той самой мере, в какой появляется возможность производить дешевле, т.е. производить больше продуктов с помощью того же самого количества труда, конкуренция делает удешевление производства, поставку все возрастающих масс продуктов за прежнюю сумму цен непреложным законом. Таким образом, капиталист ничего не выиграл бы от своих усилий, кроме обязанности производить больше товаров в течение прежнего рабочего времени, словом, кроме ухудшения условий, при которых совершается возрастание стоимости его капитала. Поэтому, в то время как конкуренция постоянно преследует капиталиста своим законом издержек производства и всякое оружие, выкованное им против своих соперников, направляет против него самого, капиталист постоянно старается перехитрить конкуренцию, неустанно вводя вместо старых машин и старого разделения труда новые, правда, более дорогие, но удешевляющие производство машины и новое разделение труда, и не дожидается, пока в результате конкуренции эти нововведения устареют.

Представим себе теперь, что это лихорадочное возбуждение одновременно охватило весь мировой рынок, — и мы поймем, каким образом рост, накопление и концентрация капитала ведут к непрерывному, само себя обгоняющему, осуществляемому во все более исполнских масштабах разделению труда, применению новых машин и усовершенствованию старых». (*Маркс К. Наемный труд и капитал // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. — 2-е изд. Т. 6. — С. 455*).

лизованных конкурентных преимуществ, то полученная положительная прибыль — это не свидетельство неэффективности работы рынка, а вознаграждение предпринимателя за его новаторские достижения. Более того, с точки зрения Й. Шумпетера, «совершенная конкуренция», предусматривающая отсутствие сверхприбыли, — пример несовершенного устройства рынка, так как при задаваемых ею параметрах инновационная деятельность становится нежизнеспособным типом поведения [Шумпетер, 1995, с. 151]. Значит, рынок «совершенной конкуренции» — препятствие для экономического прогресса.

Напротив, завоеванное благодаря нововведениям конкурентное преимущество уже само по себе является монополией. Но это монополия особого рода, не имеющая ничего общего с монополией, которая основывается на особых правах или привилегиях, собственности на ограниченные ресурсы или дефицитных благах. Монополия нововведений — результат конкурентной борьбы и несовместима с эксплуатацией посредством механизма цен. В рамках отдельной фирмы такая монополия — явление временное и неизбежно исчезающее под действием конкурентного механизма, которому она обязана своим возникновением. Это не означает, что Шумпетер отрицает возможность негативных последствий монополизма. Но он обращает внимание на то, что монополия обладает рядом положительных качеств. Получаемая предпринимателем монопольная прибыль — это не только вознаграждение за нововведения. Она — стимул и источник для осуществления нововведений. В этом смысле монопольная сверхприбыль, подобно кредиту, играет роль механизма перераспределения ресурсов в пользу новых комбинаций. Поэтому в трактовке Шумпетера монополия, которая базируется на преимуществах, завоеванных в конкурентной борьбе предпринимательских альтернатив, — *«эффективная монополия»*. Такая монополия постоянно находится под давлением конкуренции и потому всегда является временной, исчезая в результате новых нововведений. Она несовместима с застоём и эксплуатацией посредством механизма цен. Ее эффективность достигается, во-первых, за счет больших инновационных результатов благодаря концентрации производственных ресурсов и, во-вторых, за счет создания более сильных стимулов для инноваций благодаря вознаграждению новатора в форме монопольной прибыли. Такая монополия является естественным элементом процесса экономического развития. Если она и приводит к некоторым потерям статического благосостояния, то они с лихвой компенсируются достижениями в усовершенствовании производства и развитии экономики. Данный подход к определению роли монополии в экономике стали называть «гипотезой Шумпетера», смысл которой заключался в том, что монополия является своеобразной платой общества за научно-технический прогресс. Правда, за скоб-

ками остался вопрос, сама ли монополия является источником этого прогресса или все же конкуренция среди монополий, на что указывал В. И. Ленин [Ленин, 1969, с. 386].

Формально шумпетерианская трактовка монополии перекликается с воззрениями Э. Чемберлина, также рассматривавшего монополию в качестве необходимого атрибута рыночной экономики. Однако Й. Шумпетер идет дальше. Для него присутствие монополии не просто элемент, определяющий тип конкуренции, а условие экономического развития. Поэтому вопрос об эффективности конкуренции должен решаться не с точки зрения ее совершенства и несовершенства (обеспечения оптимального распределения ресурсов и наличия у продавцов контроля над ценой), а с позиции влияния конкуренции на динамику экономического развития. Оценивая действенность конкуренции в таком ключе, нетрудно прийти к выводу о том, что совершенная конкуренция, предопределяя отсутствие сверхприбыли у фирм и тем самым лишая их стимулов и источников развития, является не только не оптимальным, но и абсолютно неэффективным типом конкуренции. Для Шумпетера не существует совершенной и несовершенной конкуренции. Для него конкуренция может быть эффективной, если она стимулирует интенсивное внедрение новшеств и обеспечивает высокие темпы технического и социального прогресса, либо неэффективной, если она создает препятствия для этого. Учитывая, что элементы монополии выступают в качестве одного из факторов эволюции (экономической эффективности), то, с точки зрения Шумпетера, *«эффективная конкуренция»* — это механизм плодотворного взаимодействия сил монополии и конкуренции, действие которого обеспечивает интенсивное внедрение нововведений и придает динамику экономическому развитию. Такая конкуренция обладает большим эффектом воздействия по сравнению с ценовой конкуренцией. Вознаграждая предпринимателей-новаторов, *«эффективная конкуренция»* не только инициирует у рыночных агентов инновационное поведение. Она создает стимулы для имитации успешных нововведений, вовлекая в инновационный процесс новых предпринимателей и внедряя нововведения в другие отрасли. Способствуя диффузии новшеств, она вызывает структурные изменения и экономический рост, обеспечивая тем самым прогрессивные сдвиги во всей экономике в виде изменений в технологии, структуре спроса и условиях формирования цен. Следовательно, Й. Шумпетер видит в конкуренции не механизм поддержания равновесия, а механизм, обуславливающий рыночные изменения.

Чтобы проникнуться пониманием механизма шумпетерианской конкуренции, нам следует вернуться к опорному его элементу — предпринимательской функции. Ее Шумпетер видит в следующем [Шумпетер,

1982, с. 177–178]. Во-первых, эта функция выполняется в условиях неопределенности, т.е. в новой, непривычной хозяйственной среде, в условиях изменений, с которыми хозяйствующие субъекты ранее не сталкивались. Во-вторых, реализуясь в условиях постоянных и непредсказуемых изменений, она связана с принятием решений, не проверенных на практике. В-третьих, она характеризуется отсутствием поведенческой рациональности, покоящейся на соизмерении затрат и выгод. Реализация этих функций — привилегия людей особого рода, обладающих специфическими персональными качествами и особенностями поведения. Наличие чутья, духовная раскрепощенность, подвижничество, преодолевающее сопротивление инертного окружения и увлекающее за собой других, — вот главные черты предпринимателя. По своему поведению — это выскочка и революционер. «...Быть предпринимателем — значит делать не то, что делают другие... — значит делать не так, как делают другие» [Шумпетер, 1982, с. 199]. Подвижническая по своему характеру предпринимательская деятельность не может мотивироваться приобретательством. Даже если эта деятельность материализуется в благах и собственности, то это всего лишь свидетельства ее результативности, но не мотив. Истинные мотивы предпринимательства — это вечная неудовлетворенность достигнутым, жажда борьбы и «стремление к успеху ради успеха», радость творчества, наконец. Для настоящего предпринимателя экономическая деятельность — это вид спорта [Шумпетер, 1982, с. 192–194].

Однако при столь жесткой персонификации предпринимательства мы не сможем найти никого, кто бы мог олицетворять собой предпринимателя. Ни изобретатель, ни капиталист, ни управляющий не являются таковым. И это закономерно. Так как предпринимательство возникает только «перед лицом новых возможностей» [Шумпетер, 1982, с. 184], то и предпринимателем становится тот, кто увидит эти возможности и применит сообразную им новую комбинацию. Предприниматель — это новатор. А значит, он автоматически утрачивает свою предпринимательскую ауру, как только переходит к осуществлению рутинных операций. Предприниматель — это фантом. Ключ к разгадке такой трактовки заключается в том, что для Шумпетера «предприниматель» — это не фактор изменений, а олицетворение механизма изменений [Шумпетер, 1982, с. 196]. Другими словами, предприниматель — это не личность, а образ действия или тип поведения. Такой предприниматель руководствуется в своей деятельности не прибылью. Да и вообще ему чужды материальные интересы [Шумпетер, 1982, с. 188–190]. В этом, собственно, и кроется принципиальное различие в научных результатах, к которым пришли Маркс и Шумпетер.

Выводы у обоих, казалось бы, одни и те же. Развитие экономических явлений — результат их собственных внутренних процессов. Раз-

вите — это двусторонний процесс активного взаимодействия явлений и внешней среды, реализующий себя посредством обратной связи. Однако природа источника развития понимается ими совершенно по-разному. У Маркса — это материальные интересы и стремление к их реализации. У Шумпетера — это жажда творчества и субъективированная склонность к комбинированию. У Маркса новаторство — результат действия обезличенного капитала. У Шумпетера оно — результат свободы творчества. У Маркса новаторство — следствие принудительного действия закона капиталистического накопления. У Шумпетера — следствие склонности к комбинированию, т.е. субъективных свойств личности. Для Маркса прибыль есть неперенный мотив и движитель приложения предпринимательских усилий. Шумпетер получение прибыли тоже не исключает, но, даже рассматривая ее закономерным результатом осуществления новых комбинаций [Шумпетер, 1982, с. 285], он видит в ней не мотив, а лишь показатель эффективности предпринимательской деятельности. Поэтому, в отличие от Маркса, он видит в прибыли не результат борьбы капиталов, а плату общества за то новое, что создано предпринимателем¹. Читатель может резонно спросить: какое все это имеет отношение к конкуренции? Самое прямое. Предпринимательство является краеугольным камнем не только шумпетерианской концепции конкуренции, но и для всей эволюционной теории конкуренции.

Во-первых, в специфике предпринимательства видится содержательность динамики конкурентного процесса. Рассматриваемые сквозь призму динамики, явления конкурентного процесса выглядят иначе, чем они представляются в свете статического подхода. В динамической модели стержнем конкуренции выступает не цена, а нововведение, а содержанием конкуренции становится не достижение рыночного равновесия, а обеспечение технико-экономических изменений и экономического прогресса. Соответственно изменяется и критерий оценки эффективности конкуренции. *Эффективная конкуренция — это такая степень интенсивности соперничества, при которой открываются новые возможности и обеспечиваются наилучшие условия для внедрения нововведений*, т.е. благоприятные условия для осуществления предпринимательской деятельности. В этой связи получение фирмой прибыли из показателя неэффективной работы конкуренции превращается в обязательное условие, которое обеспечивает активизацию конкурентной борьбы. Конкуренция, которая не обеспечивает адекватного вознаграждения за предпринимательские усилия, оказывает негативное влияние на ин-

¹ Позднее Шумпетер все же признал, что действительным мотивом технического прогресса и экономического развития выступает погоня за прибылью (см.: Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. — С. 157).

новационную деятельность (*шумпетерианский эффект*). Следовательно, не всякая конкуренция — благо. Она может быть избыточной и неэффективной, если создает препятствия для экономического прогресса.

Во-вторых, в свете динамики принципиально иначе выглядит роль монополии. Монополия — это вовсе не антипод конкуренции. Напротив, монопольная власть обеспечивает страховку капиталовложений в новаторство, его защиту и внедрение на рынок [Шумпетер, 1995, с. 131]. Иначе говоря, монополия — это фактор мотивации предпринимательства, а значит, и прогресса. Обеспечивая концентрацию ресурсов, монополия позволяет добиться более значимых инновационных результатов. Эти положения заняли центральное место в шумпетерианской модели конкуренции и известны как *«гипотеза Шумпетера»*. Суть ее в том, что высокая инновационная активность, а значит, и *эффективность конкуренции предполагают наличие у фирмы рыночной власти, а крупная фирма является наиболее предпочтительной формой организации рынка*. Это не означает, что монополия лишена каких бы то ни было недостатков, в том числе и тех, которые обычно выделяются при статическом подходе. Просто с точки зрения непрерывного потока нововведений, т.е. в динамике, подобные недостатки монополии оборачиваются выгодами [Шумпетер, 1995, с. 132]. При том, правда, допущении, что речь идет о монополии, которая формируется на основе предпринимательских достижений (инноваций), а не вследствие предоставления особых прав [Шумпетер, 1995, с. 144–145]. Предпринимательская монополия не снижает, а возбуждает накал конкурентного соперничества. Поэтому она всегда имеет временный характер и сменяется конкуренцией.

Обычно такая трактовка соотношения конкуренции и монополии рассматривается как один из наиболее существенных вкладов Шумпетера в теорию конкуренции. Ее значимость обусловлена, во-первых, тем, что она разрушает идею противопоставления конкуренции и монополии, служащую краеугольным камнем господствующей среди экономистов структурной трактовки конкуренции. Во-вторых, по той же причине она снимает путы с антимонопольного регулирования, для которого борьба с монополией была главной и почти единственной целью. Справедливости ради следует заметить, что эти лавры Шумпетер должен разделить с классиками марксизма, у которых тезис о том, что «конкуренция переходит в монополию...», но «...монополия не может остановить поток конкуренции; больше того, она сама порождает конкуренцию», [Энгельс, 1955, с. 560], является основополагающим принципом движения не только конкуренции, но и всей рыночной экономики.

Разнообразие и неравновесие как факторы существования конкуренции

Другим несущим элементом в модели шумпетерианской конкуренции выступает *разнообразие участников*. Конкуренция немыслима без разнообразия фирм. Разнообразие — это база, на которой вырастает конкурентное соперничество, в то время как однородность лишает конкуренцию смысла [Хайек, 2000]. Источник этого разнообразия — предпринимательство. Смысл разнообразия состоит в том, что оно создает базу для действия механизма конкуренции, которое выразится в сопоставлении вариантов предпринимательских решений с последующим вознаграждением подходящих и наказанием ошибочных. Поэтому наличие в любом раунде конкурентного процесса победителей и побежденных — неперенное требование и отличительная особенность шумпетерианской модели конкуренции. Благодаря этому требованию осуществляется обратная связь (взаимодействие) между конкуренцией и рыночной структурой. Внедренные победителями нововведения изменяют структурные параметры отраслевого рынка, а более быстрый экономический рост победителей приведет к изменению концентрации рынка. Предприниматели оказываются в новых условиях, которые открывают для них новые возможности и требуют от них новых предпринимательских решений. В результате обеспечивается целостность и непрерывность трансформационного процесса, который имеет сугубо эндогенную природу, т.е. встроен в сам конкурентный процесс и действует изнутри. Это принципиальный признак шумпетерианской модели. Он отражает присущую модели динамическую направленность, противопоставляя статическим аналогам моделирования конкуренции. В статических моделях конкуренции рыночная структура задает тип конкурентного поведения. В шумпетерианской модели рыночная структура представляется в качестве и источника, и результата конкурентного поведения фирм. Другой отличительный ее признак проявляется в том, что изменения зарождаются на уровне отдельной фирмы, распространяясь и внедряясь на отраслевой рынок через механизм взаимодействия фирм. Этим она уже отличается от марксистской модели конкуренции, в которой источником изменений наряду с предпринимателем могут выступать и внешние по отношению к ней и рынку факторы.

Само собой, шумпетерианская модель конкуренции лишена каких бы то ни было признаков равновесия и даже движения к нему. В модели Шумпетера нет центров, к которым устремляются участники конкуренции. Напротив, их решения связаны с поиском новых траекторий поведения. Учитывая присутствие эффекта запаздывания, а также отсутствие рациональности в поведении агентов рынка, адаптационный

процесс скорее будет характеризоваться уходом от рыночного равновесия, чем движением к нему [Шумпетер, 1995, с. 149].

Идея Шумпетера о недостижимости рыночного равновесия ненова. Она была представлена еще в марксистской теории [Энгельс, 1955, с. 560–561]. Согласно с ней и представители неоавстрийской школы [Хайек, 2000, с. 61]. Во всех случаях общей причиной недостижимости является конкуренция. Однако механизм ее воздействия на состояние рынка понимается авторами идеи совершенно по-разному. У Шумпетера непосредственная причина недостижимости рыночного равновесия — это проявление порождаемых конкуренцией предпринимательских амбиций: «Делать не как все». Неоавстрийцы, солидаризируясь с ним идеологически (опираясь на предпринимательство и поддерживая идею о недостижимости равновесия), причину недостижимости рыночного равновесия видят не в самом предпринимательстве, а в недостаточной информированности предпринимателей. Причем если у Шумпетера конкуренция выступает фактором, порождающим конкурентное разнообразие, — она ориентирует каждого предпринимателя на завоевание преимуществ посредством внедрения чего-то отличного от предложений других, то у неоавстрийцев, Ф. фон Хайека, например, конкуренция, напротив, являясь распространителем проверенного практикой знания в отношении завоевания преимуществ [Хайек, 1989], способствует унификации поведенческих стратегий конкурентов. Таким образом, у обоих подходов основа одна — «шумпетерианское ядро», а выводы диаметрально противоположные. Марксистский подход к проблеме созвучен неоавстрийскому не только в том, что именно конкуренция указывает соперникам, где находится (точнее, находился) источник выгод, но и в ожидаемости единообразия действий соперников. Однако недостижение рыночного равновесия обосновывается не недостатком информации, а, можно сказать, ее избытком, обусловливающим единоподчиненность действий конкурентов, что и приводит в конечном итоге к неравновесию рынка в виде превышения предложения над спросом. Поэтому если в шумпетерианской и неоавстрийской системах координат результат конкуренции непредсказуем¹, то в марксистской системе, напротив, он вполне предсказуем и определен — кризис перепроизводства.

¹ «Конкуренция представляет ценность только потому и в той мере, в какой ее результаты непредсказуемы и в целом отличны от тех, на которые кто-либо рассчитывал или мог рассчитывать... Эффект конкуренции состоит в том, что некоторые ожидания не оправдываются, а намерения не реализуются» (*Hayek F.A. New Studies in philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas. — London: Routledge and Kegan Paul Ltd., 1978. — P. 180*).

Своеобразие шumpетерианской трактовки заключается еще и в том, что в ней поставлен вопрос об исторической судьбе самой конкуренции, да и всего капитализма [Шумпетер, 1995, гл. XII; 2001, с. 734, 735, 736], за что, возможно, и игнорируется «мейнстримом» до сих пор [Черковец, 2014, с. 245]. Как полагает Шумпетер, развитие крупного производства превращает инновационную деятельность в рутинно-упорядоченный процесс. Новаторство становится функцией исследовательских отделов корпораций, где предприниматель-новатор заменяется множеством наемных сотрудников, выполняющих рутинные операции за заработную плату. Предпринимательство автоматизирует прогресс и в силу собственных достижений делает себя излишним [Шумпетер, 1995, с. 187]. Дело, однако, в том, что в концепции Шумпетера существование конкуренции напрямую увязывается с предпринимательством. Это означает, что отмирание последнего устраняет ту почву, на которой зиждется конкуренция. Смерть предпринимательства и конкуренции — смерть капитализма. Такая точка зрения может показаться совпадающей с позицией Маркса. Формально их взгляды на судьбу капитализма совпадают, хотя причины этого им видятся по-разному [Селигмен, 1968, с. 478; Foster, 1983, p. 329–330]. Относительно причин кончины конкуренции их мнения тоже не совпадают. Шумпетер связывает ее с постепенной заменой элементов предпринимательства управленческой рутинной. Речь идет фактически о бюрократическом вращении социализма в капитализм. Для Маркса замена элементов — только часть процесса развития. Другая неперемнная его часть — качественный скачок, предполагающий принципиальную перемену в структуре элементов явления. Поэтому у Маркса капитализм и конкуренция отмирают не вследствие рутинизации предпринимательского процесса, а в результате качественных изменений в материальной базе производства и вызванных ими перемен в социальном устройстве общества, прежде всего в устранении частной собственности.

Рухнет ли капитализм и в силу воздействия каких факторов — это вопрос теории. Но пока он демонстрирует свою способность к устойчивому развитию, то с практической точки зрения более существенным для нас является выявление роли и потенциала шumpетерианской конкуренции в решении текущих экономических задач.

Заключение

Предпринимательская модель конкуренции в течение длительного времени оставалась вдали от накатанного пути экономической науки. Ситуация стала меняться в 70-е гг. XX столетия. Формально первопричиной интереса к идеям Шумпетера стала работа, давшая начало эволюционному направлению в экономической теории [Нельсон, Уинтер,

1982]. Содействовала распространению его идей и дискуссия вокруг концепции состязательных рынков [Baumol, Panzar and Willig, 1982], провозгласившая тезис об эндогенном характере формирования отраслевых структур. Не последнюю роль сыграл выпавший на 80-е гг. XX в. успех (хотя и кратковременный) австрийской школы, пропагандировавшей экономический либерализм и свободу предпринимательства. На самом деле причиной интереса была возросшая роль инноваций в экономике. По мере того как нововведения приобретали роль ведущего драйвера экономического роста, шumpетерианское наследие вызывало усиливающийся интерес среди экономистов. К концу 80-х гг. XX в. работы, посвященные шumpетерианской проблематике, занимают второе место по объему среди эмпирической литературы в области промышленной организации [Cohen et al., 1989]. Взрывной рост подобных исследований, по всей видимости, и послужил основанием для того, чтобы в начале XXI в. говорить о формировании нового теоретического направления — неошumpетерианской теории [Gilbert, 2006; Arena, 2016]. Причем теории, отвечающей требованиям современной инновационной экономики [Hanusch, Pyka, 2007] и потому имеющей обоснованные притязания [Pyka et al., 2009] на то, чтобы стать новым «мейнстримом» для экономической науки.

Исследования неошumpетерианцев не только подтверждают обоснованность основных идей Шumpетера, но и демонстрируют их практический потенциал. В теоретическом аспекте они подтверждают положение о том, что *шumpетерианская конкуренция — это стохастическая модель соперничества инноваций, вводимых фирмами в надежде завоевать конкурентное преимущество над соперниками*. Основным стимул участия в этой борьбе — стремление обрести рыночную власть и получить прибыль посредством инноваций. Внешне шumpетерианская конкуренция может принимать форму как ценовой конкуренции (поскольку может привести к снижению цены), так и неценовой (чемберлиниаской) конкуренции, связанной с изменениями в продукте и в условиях продажи. Ее ключевое отличие — победитель получает над соперниками преимущество, позволяющее извлекать монопольную ренту. Но завоеванное преимущество непременно разрушается посредством имитационных и инновационных действий соперников. Поэтому шumpетерианская конкуренция изменяет существующий рыночный порядок [Sidak, Teece, 2009] и формирует новые рынки. Этим она в корне отличается от структурной (неоклассической) конкуренции с ее равновесными моделями, заданностью параметров борьбы и предсказуемостью ее исхода. Другое отличительное качество шumpетерианской конкуренции — тесная связь с промышленной организацией, а значит, и с промышленной политикой.

Главный вывод шумпетерианской концепции заключается в том, что именно конкуренция выступает генератором обновления экономики. Идея не новая, провозглашенная классиками марксизма еще в середине XIX в. Но ее распространение и укоренение в сознании широких слоев были обеспечены благодаря трудам Й. Шумпетера. Поэтому и практический потенциал шумпетерианской концепции связан с осознанием того, что без создания условий, отвечающих требованиям конкуренции предпринимательского типа, невозможно перейти к инновационному типу развития экономики и общества.

Список литературы

1. *Дмитриев С. Г.* Слом ради созидания. О становлении теории «созидательного разрушения» // Креативная экономика. — 2011. — № 12.
2. *Ленин В. И.* Империализм как высшая стадия капитализма // Полн. собр. соч. 5-е изд. — Т. 27. — М.: Политиздат, 1969.
3. *Маркс К.* Наемный труд и капитал // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. — 2-е изд. — Т. 6. — М.: Политиздат, 1957.
4. *Маркс К., Энгельс Ф.* Манифест коммунистической партии // Соч. 2-е изд. — Т. 4. — М.: Госполитиздат, 1955.
5. *Нельсон Р. Р., Уинтер С. Дж.* Эволюционная теория экономических изменений. — М.: Дело, 2002.
6. *Селигмен Б.* Основные течения современной экономической мысли. — М.: Прогресс, 1968.
7. *Хайек Ф. А.* Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. — 1989. — № 12.
8. *Хайек Ф. А.* Индивидуализм и экономический порядок. — М.: Изограф, 2000.
9. *Черковец В. Н. Й.* Шумпетер и трудовая парадигма // Экономист. — 2007. — № 12.
10. *Черковец В. Н.* Динамика, ступени и факторы развития (наследие Й. Шумпетера и стратегические проблемы России). В кн.: Размышления о прошлом и настоящем. Очерки политической экономии. — М.: РГ-пресс, 2014.
11. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982.
12. *Шумпетер Й.* Капитализм, социализм и демократия. — М.: Экономика, 1995.
13. *Шумпетер Й.* История экономического анализа. В 3 т. — Т. 2. — СПб.: Экономическая школа, 2004.
14. *Энгельс Ф.* наброски к критике политической экономии // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. 2-е изд. — Т. 1. — М.: Госполитиздат, 1955.
15. *Arena R.* Schumpeter and Schumpeterians on competition: some policy implications // Journal of Evolutionary Economics. — 2016. — January 2017. — Vol. 27 (1).
16. *Derya G. A.* «Destructive» and «Creative» Results of Dynamic Analytical Frameworks of Marx and Schumpeter // Business and Economics Research Journal. — 2010. — Vol. 1. — No. 2.

17. *Elliott J. E.* Marx and Schumpeter on Capitalism's Creative Destruction: A Comparative Restatement // *The Quarterly Journal of Economics.* — 1980. — Vol. 95. — No. 1 (Aug).
18. *Foster J. B.* Theories of capitalist transformation: Critical notes on the comparison of Marx and Schumpeter // *The Quarterly Journal of Economics.* — 1983. — Vol. 98. — No. 2, May.
19. *Gilbert R.* Looking for Mr. Schumpeter: Where Are We in the Competition — Innovation Debate? // *Innovation policy and the economy.* — 2006. — T. 6.
20. *Hanusch H., Pyka A.* Principles of Neo-Schumpeterian Economics // *Cambridge Journal Economics.* — 2007. — Vol. 31 (2).
21. *Hayek F. A.* New Studies in philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas. — London: Routledge and Kegan Paul Ltd, 1978.
22. *Sidak G. J., Teece D. J.* Rewriting the Horizontal Merger Guidelines in the Name of Dynamic competition // *George Mason Law Revue.* — 2009. — Vol. 16. — No. 4.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Dmitrijev S. G.* Slom radi sozidanija. O stanovlenii teorii «sozidatel'nogo razrushenija» // *Kreativnaja ekonomika.* — 2011. — № 12.
2. *Lenin V. I.* Imperializm kak vysshaja stadija kapitalizma // *Poln. sobr. soch.* 5-e izd. — T. 27. — M.: Politizdat, 1969.
3. *Marks K.* Najemnyj trud i kapital // *K. Marks, F. Engels. Soch.* — 2-e izd. — T. 6. — M.: Gospolitizdat.
4. *Marks K. Engels F.* (1955) Manifest kommunisticheskoy partii // *K. Marks, F. Engels. Soch.* — 2-e izd. — T. 4. — M.: Gospolitizdat, 1961.
5. *Nel'son R. R., Uinter S.* Evoljutsionnaja teorija ekonomicheskikh izmenenij. — M.: Delo, 2002.
6. *Seligmen B.* Osnovnye techenija sovremennoj ekonomicheskoy mysli. — M.: Progress, 1968.
7. *Khajek F. A.* Konkurencija kak protsedura otkrytija // *Mirovaja ekonomika I mezhdunarodnye otnoshenija.* — 1989. — № 12.
8. *Khajek F. A.* Individualizm I ekonomicheskij porjadok. — M.: Izograf, 2000.
9. *Cherkovets V. N.* Jo Shumpeter I trudovaja paradigma // *Ekonomist.* — 2007. — № 12.
10. *Cherkovets V. N.* Dinamika, stupeni I factory razvitija (nasledie Jo. Shumpetera I strategicheskie problemy Rossii). V kn.: *Razmyshlenija o proshlom I nastojaschem / Ocherki politicheskoy ekonomii.* — M.: RG-press, 2014.
11. *Shumpeter Jo.* Teorija ekonomicheskogo razvitija. — M.: Progress, 1982.
12. *Shumpeter Jo.* Kapitalizm, sotsializm I demokratija. — M.: Ekonomika, 1995.
13. *Shumpeter Jo.* Istorija ekonomicheskogo analiza. B 3 t. — T. 2. — SPb.: Ekonomicheskaja shkola, 2004.
14. *Engels F.* Nabroski k kritike politicheskoy ekonomii // *K. Marks, F. Engels. Coch.* 2-e izd. — T. 1. — M.: Gospolitizdat, 1955.