

УДК 656.078.81/.87

*И. А. КОЖЕВНИКОВА*

*Белорусский государственный университет транспорта*

## **КОНКУРЕНЦИЯ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА ОБЩЕСТВЕННЫХ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК**

В статье раскрывается суть конкуренции применительно к специфике общественных пассажирских перевозок. Представленные результаты фундаментальных исследований сущности конкуренции необходимо учитывать при внедрении рыночных инструментов в работу Белорусской железной дороги.

Современные реалии экономического состояния и перспектив развития как государства в целом, так и транспортной отрасли в частности, требуют расширения сферы применения рыночных инструментов. Необходимость повышения эффективности общественных пассажирских перевозок (далее – ОПП) явилась основным аргументом в пользу монополизации транспортной сферы, в частности железной дороги, во многих странах. Однако, как показал зарубежный опыт, исходное предположение не подтвердилось на практике. Анализ результатов рыночных реформ показал, что, вопреки прогнозам, предпринятые меры не решили проблему убыточности ОПП, в частности на железнодорожном транспорте.

Создание условий для конкуренции между компаниями, осуществляющими пассажирские перевозки, привело к социальной напряженности и не способствовало привлечению инвестиций в данную отрасль. Основной просчет, на наш взгляд, заключался в неверной трактовке конкуренции и отсутствии учета эволюции научных подходов ее изучения с учетом специфики конкуренции в сфере ОПП.

Генезис термина «конкуренция» насчитывает несколько столетий, на протяжении которых он расширял спектр своих значений, приобретал новые смысловые оттенки в соответствии с трансформацией социально-экономической жизни и уровнем развития научной экономической мысли. Первые концептуальные положения о движущей силе конкуренции сформировались в середине XVIII века в рамках классической политической экономии, где конкуренция понималась как естественное, необходимое и достаточное условие экономической жизни.

Родоначальником научного подхода к трактовке конкуренции считают А. Смита. Согласно его позиции сущность конкуренции коренится в природе

«homo economicus»), руководствующегося в своем поведении исключительно корыстными интересами. А. Смит видел причину конкуренции в нарушении равновесия между объемом спроса и предложения и полагал, что конкурентный процесс – это переход от одного состояния равновесия к другому под влиянием только внешних факторов. Смит видел главную функцию конкуренции в регулировании рыночных цен и, соответственно, считал основным методом конкурентной борьбы именно ценовую конкуренцию. Однако, на наш взгляд, некорректно рассматривать А. Смита как родоначальника экономического либерализма, поскольку он подчеркивал, что *конкуренция эффективна до тех пор, пока она способствует максимизации общественного благосостояния* [1].

Научный фундамент идеологии экономического либерализма был заложен последователем А. Смита – Д. Рикардо, который полагал, что общественный порядок должен быть подчинен рыночным интересам. Такая позиция предполагает устранение каких-либо социальных регуляторов. Одним из весомых вкладов Д. Рикардо в экономическую науку была теория сравнительных преимуществ, на основании чего его можно считать основоположником концепции глобальной конкуренции.

Следующий шаг в развитии теории конкуренции был предпринят С. Миллем. Он рассматривал конкуренцию как системный фактор рыночного хозяйства и видел в ней ряд ограничений: с одной стороны, он утверждал, что конкуренция действует не во всех сферах; с другой – не всегда ее можно трактовать как благо.

На основании изучения трудов классической школы можно заключить, что ее представители заложили теоретический фундамент исследования конкуренции, при этом обозначили научную проблематику и предметное поле исследования настолько обширно, что это послужило предпосылкой для появления противоречивых концепций в дальнейшем. В критике классических подходов к пониманию конкуренции, можно выделить следующие аспекты:

- стремление к удовлетворению частного корыстного интереса не гарантирует повышение качества работы;
- расчет на конкуренцию как естественную силу не гарантирует оптимального распределения ресурсов.

Наряду с позицией классической школы стала нарастать и критика конкуренции (С. Сисмонди, А. Сен-Симон, Ш. Фурье, Д. Грей).

Обобщая противоречивые позиции ученых относительно конкуренции, необходимо отметить, что каждая позиция являлась верной в соответствии с особенностями исторических условий общественной и экономической жизни, в которые она предлагалась.

Особый вклад в развитие теории конкуренции внесла марксистская школа. Ее представители разделяли позицию классиков в том аспекте, что определяли конкуренцию как состязательность за конкурентные преимущества.

Заслуга К. Маркса в развитии теории конкуренции заключается в том, что он выдвинул тезис о том, что конкуренция содействует внедрению инноваций, способствуя тем самым развитию производительных сил общества.

Наиболее структурированную теорию конкуренции представила неоклассическая школа, которая методологически опиралась на концепцию «*homo economicus*», предложенную А. Смитом. Однако акцент неоклассики делали не на состязательных отношениях между игроками рынка, а на отношениях, выстраиваемых между продуктом и потребителем. Основные положения данной школы можно свести к следующим тезисам:

- конкуренция возникает на фоне соперничества за редкие блага;
- конкуренция является механизмом, обеспечивающим рыночное равновесие и оптимальное распределение ресурсов;
- конкуренция определяет модель поведения игроков на рынке;
- конкуренция является полной противоположностью монополии.

По мере усложнения экономической жизни все более актуальным становился вопрос о рациональном управлении и сдерживании стихийной конкурентной борьбы. Так, В. Парето и А. Пигу исследовали границы эффективности применения конкуренции на рынке. А. Пигу акцентировал внимание на том, что свободная конкуренция провоцирует конфликты не только между частными и общественными интересами, *но и между общественными интересами настоящего и будущего периодов.*

Естественным следствием развития конкуренции, на которое указывала еще марксистская школа, явился процесс концентрации и централизации капитала, что содействовало ее переходу на качественно иной уровень – уровень монополистической конкуренции. Концепцию монополистической конкуренции развивал в своем труде «Империализм как высшая стадия капитализма» еще В. И. Ленин, где он подчеркивал, что монополистическая конкуренция является рыночной борьбой в изначально неравных условиях. Свое развитие теория монополистической конкуренции получила в работах Дж. Робинсон и Э. Чемберлина.

Глубинное исследование монополистической конкуренции нашло свое отражение в трудах И. Шумпетра, в которых автор обосновывал преимущества монополий, аргументируя свою позицию исключительной ролью монополий в стимулировании НИОКР и внедрении инноваций в производственную сферу. Гипотеза Шумпетра заключается в том, что «наличие у фирмы рыночной власти – залог высокой инновационной активности. В этом смысле монополия свержприбыль, подобно кредиту, играет роль механизма перераспределения ресурсов в пользу новаторов» [4]. Иными словами, критерий эффективности конкуренции – это содействие инновационному поведению. Данный подход является особо актуальным для транспортной отрасли, где развитие крупных инновационных проектов, позволяющих получить наибольший социально-экономический эффект, невозможно в условиях конкурентной борьбы.

Представители неоавстрийской школы (Л. фон Мизес, Ф. фон Хайек, И. Кирцнер) в своих трудах акцентировали внимание на том, что конкуренция – это не состояние рынка, это динамический процесс. Под рынком они понимали «телекоммуникационную систему», аккумулирующую знания миллионов людей. По мнению неоавстрийцев, рынок не предлагает различные альтернативы участникам, а генерирует неопределенность, которая, в свою очередь, побуждает игроков на рынке быть более бдительными. Конкуренция, согласно пониманию неоавстрийцев, есть ситуация неопределенности, неподвластная прогнозу.

В соответствии с усложнением социально-экономической реальности претерпевает изменения и теория конкуренции. Так возникают различные концепции «новой конкуренции». Одной из разновидностей новых концепций конкуренции является теория, предложенная М. Х. Бестом, в которой он объясняет переход к новой модели конкуренции изменениями в технологической базе производства, а также в принципах управления и организации производства. Так, современные принципы управления, по мнению М. Х. Беста, базируются не на административном контроле, а командной работе, которая существует не только в рамках одной организации, но также и как партнерское сотрудничество между игроками на рынке.

Альтернативная вариация концепции «новой конкуренции» – «символическая конкуренция», сформировавшаяся на стыке экономики и социологии. Социологи выделили помимо экономической составляющей конкуренции социальную составляющую, которая выражается в достижении неэкономических целей, например, повышения имиджа компании [4].

Обобщая модели «новой конкуренции», можно сделать вывод, что они базируются на распространении различных форм кооперационных связей, сотрудничества, формировании отраслевых институтов регулирования, таким образом, сфера действия конкуренции как соперничества, сокращается. Белорусский ученый В. Ф. Байнев также отмечает, что «современная конкуренция во многом напоминает футбольный турнир, где каждый отдельный игрок вынужден играть уже не столько на индивидуальный, сколько на общий, командный результат» [4].

С усилением влияния глобализации на экономическую и социальную жизнь особую актуальность приобретает такой вид конкуренции, как гиперконкуренция, которая, по утверждению автора этого термина Р. Д'Авени, характеризуется высоким уровнем турбулентности, асимметричности информации, неопределенности и враждебности. Процессы глобализации оказывают непосредственное влияние на национальную транспортную систему в целом и ОПП на различных уровнях, в частности.

Р. Робертсон – один из пионеров в среде социологов, изучавших процессы глобализации, видел в них феномен «сжатия мира» и интенсификацию осознания мира как целостности. Томас Фридман в своей книге «Плоский мир:

краткая история XXI века» пишет о том, что начало XXI века характеризуется началом эпохи Глобализации 3.0, в которой «мир сокращается до предела, он перестает быть маленьким, а становится крошечным». Психолог К. Юнг отмечал, что «мы живем в мире, где расстояния уже измеряются часами, а не неделями и месяцами». Э. Тоффлер, в свою очередь, также отмечает, что «никогда еще в истории расстояние не значило так мало». Э. Гидденс был одним из первых исследователей, которые рассматривали в контексте глобализации восприятие пространства и времени, он подчеркивал, что необходимо рассматривать глобализацию социальных процессов как «преобразование пространства и времени современного существования» [3].

Глобальные процессы размывают национальные, культурные, экономические и социальные границы. Немецкий философ О. Гьофе указывает на то, что глобализация способствует «росту и уплотнению мировых социальных отношений». Изменяется качество и стиль жизни современного человека, ускоряется ритм его жизнедеятельности. В современной информационно-коммуникационной среде формируется новый тип личности, для которого характерны интенсивные процессы как профессиональной, так и межличностной коммуникации, лишенные территориальных границ, это формирует новый тип глобального мышления индивида, а также новое восприятие им пространственно-временного континуума, что в итоге детерминирует современный тип человека-мобильного.

Усложнение и ускорение социально-экономических процессов в глобальном мире выдвигают соответствующие требования к ОПТ по повышению скорости доставки. Время становится все более весомой экономической категорией, при этом важную роль играет не только его экономия, но и возможность производительного использования в пути следования, а также сохранение состояния трудоспособности после завершения поездки.

Повышение требований к комфорту и скорости доставки – это только одна из сторон проявления глобальных процессов в сфере транспорта. Другой стороной является проблема экологической угрозы, на фоне которой даже возникло новое направление в науке – психология экологического сознания. Экологическая доминанта определяет необходимость преимущественного использования так называемого «эко-дружественного» транспорта. Ответом на данный глобальный вызов в нашей стране уже стал запуск серийного производства электробусов на заводе «Белкоммунмаш».

Еще одним глобальным фактором, оказывающим влияние на развитие национальных экономик в целом и транспортной сферы в частности, является деятельность международных транснациональных корпораций (ТНК).

ТНК, осуществляющая пассажирские перевозки в 375 городах 68 стран, в том числе и в городе Минске, является компания Uber. Бизнес-стратегия Uber характеризуется масштабной мировой экспансией за счет применения политики демпинга. Работая с плановой убыточностью, компания предлагает

на рынке городских общественных пассажирских перевозок услуги такси по ценам, существенно ниже рыночных, вытесняя с рынка национальных перевозчиков. В планах у компании на фоне предельно простого и доступного сервиса заказа такси, сократить также и время подачи транспортного средства до 36 секунд, тем самым составив серьезную конкуренцию не только ОПТ, но и личному автомобилю [3].

На фоне активизирующейся деятельности ТНК в сфере пассажирских перевозок, государственная транспортная политика должна давать достойный ответ глобальным вызовам, создавая условия для прогрессивного развития национальной транспортной системы.

Обобщая исследование научных подходов к пониманию сущности конкуренции, можно выделить следующие основные подходы к трактовке данного термина:

- конкуренция как встроенный элемент рыночного механизма, устанавливающий баланс между спросом и предложением (характерен для классической школы А. Смита);
- конкуренция как соперничество на рынке (характерен для преобладающего большинства отечественных ученых, Р. А. Фатхутдинов);
- конкуренция как критерий, на основании которого определяется степень влияния хозяйствующих субъектов на рынке (применяется для описания зависимости рыночных условий от количества и поведения участников рынка, Э. Чемберлин, Дж. Блей).

Обобщая исследование эволюции научных подходов к пониманию конкуренции, необходимо подчеркнуть, что даже в рамках классической школы конкуренция не рассматривалась как абсолютное благо и ключ к решению экономических проблем. А. Смит указывал на то, что конкуренция уместна лишь до тех пор, пока она содействует максимизации общественного благосостояния, Милль отмечал, что не во всех сферах она уместна. Сисмонди, Пигу, Маркс, Шумпетер указывали, что конкуренция провоцирует экономические диспропорции и кризисы. Пигу подчеркивал, что конкуренция обостряет противоречия не только между частными и общественными интересами, но и между общественными интересами настоящего и будущего периодов. Однако негативные проявления конкуренции не означают, что ее действие необходимо устранять административными методами. Сложность проблематики заключается в определении сферы применения конкуренции и ее границ, определении экономической сущности конкуренции в соответствии с современными реалиями экономической жизни и критерия ее эффективности. На основании данных научных положений, с учетом многогранности термина «конкуренция» на наш взгляд, следует дополнить сущность исследуемой категории еще одной содержательной гранью. Таким образом, предлагаем следующие определение конкуренции.

**Конкуренция** – процесс *притязания* экономического субъекта на более выгодные условия ведения хозяйственной деятельности, более высокий ка-

чественный уровень выпускаемой продукции (оказываемых услуг), более высокий экономический и социальный эффект за счет внедрения инновационных достижений.

Преимущества предлагаемого подхода к пониманию конкуренции заключается, во-первых, в том, что он определяет динамический характер конкуренции (процесс), а также указывает на его направление – повышение уровня качества; во-вторых, соответствует современным концепциям «новой конкуренции», которые базируются не на соперничестве, а на взаимовыгодном сотрудничестве; в-третьих, определяет критерий эффективности применения конкуренции – экономический и социальный эффект, а также указывает на средства его достижения – внедрение инноваций.

Такой подход наиболее целесообразно применять для определения конкуренции в сфере общественных пассажирских перевозок, которые по своей экономической сущности представляют собой частно-общественное благо.

Традиционно конкуренция в транспортной отрасли представлена в форме монополистической конкуренции, которая характеризуется четкой дифференциацией услуг, сочетанием монополии и конкуренции, а также частной и государственной формы собственности перевозчиков. Главной отличительной особенностью монополистической конкуренции транспортного рынка является отсутствие равных внутриотраслевых условий для перевозчиков различных видов транспорта, а именно:

- автомобильные перевозчики государственной формы собственности получают государственные дотации и не содержат дорожную инфраструктуру;
- железная дорога не получает государственных дотаций и содержит железнодорожную инфраструктуру.

Данная особенность дополнительно указывает на невозможность понимания конкуренции как состязания/соперничества между различными видами транспорта. Кроме того, в контексте международного сравнения необходимо подчеркнуть, в Республике Беларусь, в отличие от основных стран-партнеров по ЕАЭС, железная дорога является естественной монополией, где убыточные пассажирские перевозки продолжают финансироваться за счет прибыли от грузовых перевозок, что сдерживает внедрение инноваций, направленных на повышение скорости и качества железнодорожных перевозок.

Сформулированные фундаментальные положения относительно содержания и специфики конкуренции на рынке ОПП необходимо учитывать при реформировании отрасли, а также при определении содержания конкурентоспособности ОПП, методики ее определения, а также принятии управленческих решений по ее повышению.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 История экономических учений : учеб. пособие / Г. А. Шмарловская [и др.] ; под общ. ред. Г. А. Шмарловской. – 5-е изд., стер. – Минск : Новое знание, 2006. – 340 с.

2 **Макконелл, К. Р.** Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконелл, С. Л. Брю. – М. : Инфра-М, 2003. – 972 с.

3 **Мнацаканян, М. О.** Глобальный мир и глобальное мировоззрение : [монография] / М. О. Мнацаканян. – М. : Анкил, 2013. – 392 с.

4 **Тарануха, Ю. В.** Конкуренция и конкурентоспособность : [монография] / Ю. В. Тарануха. – М. : Русайнс, 2017. – 336 с.

5 **Хусаннов, Ф. И.** Железные дороги и рынок : сб. ст. / Ф. И. Хусаннов. – М. : Изд. дом «Наука», 2015. – 582 с.

*I. KOZHEVNIKOVA*

*Belarusian State University of Transport*

## **COMPETITION: ECONOMIC ESSENCE AND SPECIFICITY OF PUBLIC PASSENGER TRANSPORTATION**

Neutralization of the negative consequences of market reforms is possible only if there is a clear understanding of the essence of competition in relation to the specifics of public passenger transportation. This article presents the results of basic research on the nature of competition, which should be taken into account when implementing market instruments in the operation of the Belarusian Railway.

Получено 10.10.2019

---

**ISSN 2225-6741. Рынок транспортных услуг  
(проблемы повышения эффективности).  
Вып. 12. Гомель, 2019**

---

УДК 339.5

*А. А. КОЛЕСНИКОВ, канд. экон. наук, доцент*

*В. Г. ПОНОМАРЕНКО*

*Белорусский государственный университет транспорта*

## **МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ТРАНСПОРТНОМ КОМПЛЕКСЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: РОЛЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Рассмотрены итоги развития малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь, исследована его роль в национальной экономике, отраслевая и территориальная структура малого бизнеса, обозначены проблемы в развитии малого предпринимательства, в т. ч. в сфере транспортных услуг, определены направления повышения его роли в структурной трансформации экономики.

Малый и средний бизнес в Республике Беларусь является важнейшей составляющей рыночной экономики и играет важную роль в социальной стабили-