

E. V. Karelina

CORRELATION OF PHILOSOPHIC SYSTEM AND METHOD

It is described the essence and specific of the concepts «philosophical system» and «method», there are formulations of fundamental rules of correlating the philosophical system and method.

УДК 330.342.141

О. В. Летунова

ОСНОВНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ КОНКУРЕНЦИИ

Рассмотрены основные детерминанты конкуренции, к которым относятся определенные объективные условия, влияющие на ее развитие, а также субъективные факторы, усиливающие или ослабляющие конкурентные отношения.

В условиях разработки необходимой методологической базы для изучения экономической сферы общественной жизни исследование философских проблем такого социального явления, как конкуренция выступает весьма актуальным. Данные проблемы являются важным компонентом общей проблематики философии и методологии экономики – наименее разработанной области философского знания. Экономисты нередко ставят вопрос о том, что философы не разработали, не подготовили для экономистов необходимой методологической базы, и поэтому экономистам ничего не остается, как самим браться за разрешение философских проблем в той части экономических исследований, в которой должны быть заняты специалисты–философы. Подобное положение вещей лежит в основе многих методологических просчетов в системе знания теории экономики и вытекающих из них иных ошибок, касающихся непосредственно всего комплекса экономических наук. Например, выдающийся шведский экономист лауреат Нобелевской премии за 1974 г. Гуннар Мюрдаль пишет: «Общая философия не смогла обеспечить экономику готовой методологией, в результате чего экономисты вынуждены были в значительной мере полагаться лишь на себя» [8. С. 96].

В связи с этим в нашей стране часто наблюдается не критическое восприятие любых положений, выдвинутых западной экономической наукой, тогда как бездумное копирование всех «завоеваний» Запада не просто не находит поддержки среди широких слоев населения, но и вызывает обоснованное недоумение. Причина этого недоумения заключается в том, что при переносе западных теоретических новаций на российскую почву не учитывается тип российского общества и его ментальность. Недаром на Западе вызывает непонимание традиционный коллективизм нашего общества: забота о других, о ближних и т. д., то есть то, чем по сути характеризуется коллективистский тип общества. В то время как западное общество относят к такому типу, для которого характерны склонность к карьере, рационализм, торгашество, что соответствует индивидуалистическому типу общества.

Учитывая существующее положение экономическое развитие, наиболее актуальным, на наш взгляд, высту-

пает вопрос, в какой мере рыночная экономика западного образца и радикальные реформы, направленные на ее внедрение, соответствуют российской специфике и особенностям российского, а в первую очередь русского, человека. Многие ведущие экономисты–исследователи выражают полную уверенность в том, что конкуренция является неотъемлемым атрибутом высокого уровня развития общества. Однако приверженцы данной точки зрения часто ориентируются на западные идеологические установки, входящие в противоречие с исторически сложившимися принципами развития коллективистского общества, каковым является Россия. Поэтому к острым проблемам современной теории конкуренции относится различение типов обществ, каждое из которых имеет свои стандарты естественности и социальности, свои традиции, идеологические установки, типы социальных связей и отношений внутри общества.

Имеют место определенные объективные условия и субъективные факторы, которые способствуют возникновению и развитию конкуренции или, наоборот, делают ее невозможной.

Объективные условия имеют силу независимо от воли и сознания людей, от того, учитывают их или нет, они выражают объективную связь между различными сторонами жизни общества, различными процессами и явлениями. Если конкурентные отношения существуют и развиваются в соответствии с этими объективными условиями, то их результаты являются успешными. Индивиды могут строить развитие своего общества, опираясь на законы конкуренции, применять их в своей экономической деятельности, расширять сферу влияния или ограничивать, тем самым, предотвращая или смягчая разрушительные последствия конкуренции. Деятельность индивидов, механизм их воздействия на объективные условия жизни, процесс обратного влияния политических, социальных, духовных отношений на экономический строй общества раскрывают содержание субъективного фактора. Субъективные факторы всегда действуют в рамках объективных условий и отношений. Учитывая объективные условия, субъективный фактор может служить мощным катализатором созидания и устойчивого развития общества. И наоборот, без

учета объективных условий деятельность субъективного фактора может привести к разрушению, затормаживанию общественного развития.

Развитие конкурентных отношений – объективный экономический закон, действующий в системе производственных отношений, который проявляется при частной форме собственности. Поскольку конкуренция – естественная черта рыночных отношений, постольку она является естественным ходом развития экономической жизни индивидуалистического общества, выступая его элементом. Как отмечает Г. Рормозер: «В основе социального рыночного хозяйства лежит идея, что решение принадлежит в конечном итоге только потребителю. Отсюда важнейший элемент рынка – конкуренция» [11. С. 130].

Сама конкуренция есть реализация стандартов естественности и стандартов социальности индивидуалистического типа общества. Стандартами естественности данного типа общества являются вражда, право на все, война всех против всех. Стандартами социальности при этом выступают частная собственность, свободная личность, свобода слова, индивидуализм.

В каждой сфере жизни индивидуалистического общества «война всех против всех» предстает в виде конкуренции, ограниченной рамками закона. Законом о конкуренции предусматриваются меры против нежелательных форм и методов конкурентной борьбы, например, таких, как расправа, подкуп, промышленный шпионаж, «подсизивание» друг друга и т. д. Тем самым предупреждается ее враждебный характер, который ведет к разрушению общества.

В таком обществе возможность использования кем-то свободы для произвола или ущемления прав и свобод других, тех, кто не располагает соответствующим силовым потенциалом, блокируется или хотя бы минимизируется строгим правопорядком. Для этого создаются законы, которые прописывают все, что можно делать в конкурентной борьбе и что нельзя, поэтому стандарты естественности конкуренции таковы, что они должны регулироваться нормами права. Поскольку эти нормы права сочиняются законодателями, преследующими различные цели, постольку эти законы являются следствием реализации субъективных факторов, влияющих на развитие конкурентных отношений. Здесь все зависит от того, какие люди работают в законодательных органах, разрабатывают законы о конкуренции, кто контролирует ход исполнения этих законов. Законы принимаются на различном уровне: общегосударственном и региональном. Так как региональные законы учитывают специфику региона, они могут расходиться с общегосударственными, кроме того, у них разное соотношение сил, которые формируют законы конкуренции.

К субъективным факторам относятся и такие, как наличие множества субъектов конкуренции, отсутствие сговора между ними, характера родственных, клановых и иных отношений, деформирующих процесс обеспечения равенства шансов конкурентов, однородности или недифференцированности товаров, а также создание барьеров для входа в рынок и выхода из него.

По мнению И. М. Кирцнер, создание барьеров для входа в рынок, одним из видов которого может быть ог-

раничение доступа к определенным видам рыночной деятельности, является нарушением условий для процесса конкуренции: «Конкуренция, понимаемая как процесс, по крайней мере, потенциально, присутствует, пока не существует произвольных препятствий для входа на рынок. Конкурентный процесс полностью зависит от свободы тех, кто располагает лучшими идеями или горит сильным желанием услужить рынку, предлагая лучшие возможности. Необходимым условием существования беспрепятственной конкуренции является свобода доступа к любым видам рыночной деятельности» [7. С. 102].

Однако свобода доступа к любым видам рыночной деятельности может ограничиваться не только произвольно создаваемыми препятствиями для входа на рынок, но и объективно существующими. К ним можно отнести, например, ограниченность природных ресурсов, и тогда этот барьер следует рассматривать как объективное условие.

К другим субъективным факторам, на наш взгляд, можно отнести те условия возникновения и развития конкуренции, которые отмечает М. Портер: наличие не одного поставщика на рынке, одинаковая мотивация их деятельности, возможности реализации этой мотивации и наличие спроса. По этому поводу М. Портер пишет: «Первое условие возникновения и фактор развития конкуренции на рынке – наличие не одного поставщика. Вторым условием и фактором развития конкуренции является наличие одинаковой мотивации деятельности на одном рынке, тех, которые стремятся получать максимальную прибыль. Такая мотивация определяется социально-экономическими условиями формирования менталитета предпринимателей, национальным характером, другими условиями, влияющими на типовое поведение субъекта рыночных отношений. Третье условие и фактор развития конкуренции состоит в наличии возможности реализовать побудительные мотивы деятельности». И далее: «Иными словами, поставщик должен иметь финансовые ресурсы для обеспечения деятельности, доступ к инфраструктуре рынка и т. д. – все то, что создает необходимые организационные и экономические предпосылки для осуществления поставок продукции, если выполняется четвертое условие и фактор развития конкуренции – спрос на товар» [10. С. 34].

Для успешного соперничества участники конкурентной борьбы должны обладать информацией о спросах и предложениях, о своих конкурентах, поставщиках и т. д. Информационная среда как субъективный фактор оказывает существенное влияние на конкуренцию тремя способами: изменяет структуру отрасли и таким образом устанавливает новые правила конкуренции; создает конкурентное преимущество, предоставляя компаниям новые возможности превзойти конкурентов в производительности; порождает совершенно новые виды бизнеса, часто непосредственно на основе уже существующих в компании процессов и операций. Позиция М. Портера по вопросу о существенном влиянии информационных технологий на процесс конкуренции сводится к следующему: «Информационная технология пропитывает цепочку ценности в каждом ее звене, изменяя способы выполнения ценных видов деятельности и характер связей между ними. Она также влияет на масштабы конкуренции и

придает новый вид или форму продукции для удовлетворения потребностей покупателей. Эти ключевые моменты объясняют, почему информационная технология имеет столь важное стратегическое значение» [10. С. 90].

В результате новая технология оказывает мощное влияние на сферу конкуренции. Информационные системы позволяют компаниям координировать ценные виды деятельности, рассредоточенные в удаленных друг от друга географических регионах. Информационная технология создает также много новых взаимосвязей в бизнесе, расширяя число возможных отраслей, в которых компания может получить конкурентное преимущество.

Таким образом, информационная технология не только изменяет продукты и процессы производства, но и существенно характер конкуренции.

Необходимо отметить, что все эти субъективные факторы должны изучаться отдельно и учитываться, исходя из специфики общества.

Помимо влияния субъективных факторов для возникновения и развития конкуренции должны быть благоприятные объективные условия. Наиболее значимыми из них, на наш взгляд, являются следующие: географические, природно-климатические и геополитические условия существования и развития общества.

Так, А. Смит, исследуя влияние географических условий, полагает, что наиболее быстрое экономическое развитие общества достигается в тех регионах, которые имеют выход к морю или расположены на берегах крупных рек: «Так как благодаря водному транспорту открывается более обширный рынок, чем это мыслимо при существовании только лишь сухопутных перевозок, то промыслы всякого рода начинают естественно подразделяться и совершенствоваться впервые в приморских местностях и по берегам судоходных рек» [12. С. 133].

Первыми носителями цивилизации были те народы, которые обитали по берегам Средиземного моря. Из этих стран египтяне раньше других занялись земледелием и промышленностью в относительно значительных размерах. Этому способствовало то, что Верхний Египет ни в одном месте значительно не отделяется от Нила, а в Нижнем Египте эта великая река разветвляется на множество рукавов, поэтому страна пронизывается сетью речных каналов. При помощи несложных искусственных сооружений эти каналы могли обеспечивать водное сообщение не только между крупными городскими поселениями, но и между деревнями, что способствовало развитию товарообмена и зарождению рынка.

Преимущества наличия морского пути у Г. Гегеля отмечены следующим образом: «Подобно тому, как условием принципа семейной жизни является земля, твердая почва, условием промышленности является выходящая ее вовне природная стихия – море» [4. С. 272]. Стремление к наживе, благодаря морю привело к установлению торговых и экономических связей между странами.

При преимуществах водного транспорта как наиболее экономичного представляется естественным, что первые успехи ремесел и промыслов имели место там, где удобство сообщений открывало весь мир для сбыта продуктов всех видов труда, и что они всегда позднее начинали развиваться во внутренних областях страны. После-

дние в течение долгого времени не могут иметь для большей части своих товаров другого рынка, кроме прилегающей к ним местности, отделяющей их от морского берега и больших судоходных рек. Размеры их рынка в течение продолжительного времени должны были соответствовать богатству и населенности этой местности, и поэтому их развитие всегда отставало.

А. Смит пишет: «Интересно, что ни древние египтяне, ни индусы, ни китайцы не поощряли внешней торговли, но свое великое благосостояние все они создали, по-видимому, на основе этого внутреннего судоходства. Все внутренние части Африки, части Азии, которые отстоят далеко к северу от Черного и Каспийского морей, древняя Скифия, современная Татария и Сибирь во все века находились, по-видимому, в таком же варварском и нецивилизованном состоянии, в каком они находятся и в настоящее время» [12. С. 135]. В соответствии с подходом А. Смита, страны могут поощрять либо не поощрять развитие внешней торговли, но при наличии водных путей, это не окажет существенного влияния на их развитие. В то же время развитие страны может резко отставать там, где нет условий для внешнего и внутреннего водного сообщения.

Исследуя развитие общества, Ф. Хайек прослеживает тесную взаимосвязь между развитием торговли и индивидуализированной собственностью. Он пишет: «Развитие индивидуализированной собственности является необходимым предварительным условием развития торговли и, следовательно, формирования более крупных, основанных на взаимном сотрудничестве структур» [15. С. 56]. Но, с нашей точки зрения, следует уточнить, что развитие индивидуализированной собственности является одним из наиболее важных условий для возникновения и развития торговли, основанной не на взаимном сотрудничестве, а на конкуренции. Торговля такого рода не предполагает взаимного сотрудничества, а скорее, наоборот, ведет к столкновению интересов, где побеждает сильнейший. Поскольку именно в Средиземноморье отдельная личность получила право самостоятельно распоряжаться в узаконенной форме частной собственностью, то благодаря этому праву, индивиды сумели создать плотную сеть коммерческих отношений, в которых естественным образом возникла конкуренция.

Другим важнейшим условием, влияющим на возникновение и развитие конкуренции, является геополитика. Любое общество в любое историческое время окружено ближними и дальними соседями, которые оказывают определенное воздействие на данное общество. Причины этого взаимодействия с экономической стороны жизни общества Г. Гегель видит в следующем: «Через всю свою диалектику гражданское общество выходит за свои пределы, прежде всего за пределы этого определенного общества, чтобы искать потребителей и необходимые средства к существованию у других народов, обладающих меньшим количеством тех средств, которые у него имеются в избытке, или меньшим прилежанием и умением» [4. С. 272]. Раскрывая влияние геополитического фактора, следует учитывать стратегическое положение страны, развитие отношений со всеми соседями, принимая во внимание сферу организационных, политических и экономических отношений между ними.

Выгодное стратегическое положение позволяет противостоять разрушительному воздействию внешних сил. Современный американский философ японского происхождения Ф. Фукуяма подчеркивает, что возможность войны является величайшей силой, вынуждающей общество к созданию единообразных структур в различных культурах. Он пишет: «Например, государства должны иметь определенный размер, чтобы конкурировать с соседями, а это порождает сильные стимулы к национальной идентичности» [14. С. 127]. В связи с этим не сотрудничество, а конфликт заставляет людей объединяться. В качестве конфликта может выступать как угроза военных действий, так и угроза экономической конкуренции.

Для любого определенного вида товаров существуют географические границы товарного рынка. Они обусловлены географическими (природными), экономическими, технологическими, административными условиями, ограничивающими возможность покупателей приобрести товар в рамках определенной территории.

Ж. Дюпюи справедливо отмечает, что на возникновение потребностей индивидов, а значит, и на формирование рынка влияют такие факторы, как климат, обычаи и т. д. Выражая эту мысль, он пишет: «При таком состоянии цивилизации, которого достигли в настоящее время европейские цивилизации, наряду с основными потребностями, которые люди испытывали во все времена, родилось бесконечное множество потребностей, изменяющихся в зависимости от страны, климата, обычаев. Человеческая деятельность разнообразила предметы, служащие для удовлетворения тех же потребностей» [13. С. 45].

Ж. Дюпюи полагает, что выгодное расположение страны, посредством товарного обмена с другими странами, привело к появлению новых изделий: «Таким образом, открытие нового пути сообщения, такого дешевого как канал, или такого быстрого, как железная дорога, привело к появлению совершенно новых изделий в тех странах, которые они пересекают» [13. С. 46]. Как видно, с появлением новых предметов, орудий труда возникают новые потребности индивидов в удовлетворении личных или общественных интересов.

Помимо выгодного расположения на возникновение и развитие конкуренции немалую роль оказывают климатические условия страны. Страны с теплым климатом, как правило, являются более густонаселенными, соответственно, конкуренция внутри этих стран (например, за рабочие места) будет высока. На это указывает А. Смит, рассматривая теплый климат страны как один из факторов возникновения конкуренции: «В стране, густо населенной в сравнении с тем, что может прокормить ее территория и применить ее капитал, конкуренция в поисках работы будет по необходимости так сильна, что сократит заработную плату до уровня, необходимого для сохранения наличного числа рабочих; и поскольку страна уже густо заселена, число это не сможет увеличиться. В стране, насыщенной капиталом соответственно тому, что может вместить ее экономика, в каждую отдельную отрасль вкладывается такое количество капитала, которое допускается ее характером и размерами. Конкуренция поэтому во всех отраслях будет очень сильна, а, следовательно, обычная прибыль весьма низка» [12. С. 217].

Влияние климата страны также сказывается на конкурентоспособности выпускаемой продукции. В странах, где затраты на теплоэнергию, электроэнергию велики, себестоимость продукции будет более высокой, чем в тех, где эти затраты минимальны. Когда речь идет о конкуренции между фирмами, то главным, чуть ли не единственным методом выявления преимуществ одной фирмы перед другой, является сравнение объема затрат на единицу готовой продукции. Тот, кто меньше тратит, выходит победителем в конкурентной борьбе. Это, в свою очередь, существенно сказывается на конкурентоспособности продукции, выпускаемой в странах с разными климатическими условиями.

Когда речь идет о сравнении экономик целых стран, критерии применяются совершенно другие. Как показывает А. П. Паршев: «Западная Европа представляет собой уникальный регион. Нигде на Земле нет места, расположенного так близко к полюсу и столь теплого» [9. С. 41–42]. В связи с этим рекомендуется учитывать дополнительное обстоятельство – географическое положение, принимая во внимание такое условие, как суровость климата, то есть разности летней и зимней, ночной и дневной температур. Поскольку затраты на электро- и теплоэнергию возрастают в зимний период, постольку себестоимость продукции увеличивается в странах с более холодными зимами. В подобных условиях необходимы дополнительные затраты, в том числе на отопление помещений. При увеличении себестоимости выпускаемой продукции ее конкурентоспособность уменьшается. По этой причине страны, расположенные в более холодных регионах, не могут соперничать по себестоимости выпускаемой продукции со странами, расположенными в более теплом климате.

Английский позитивист Г. Т. Бокль отмечает, что жизнь и судьба народов определяется четырьмя главными условиями: климатом, пищей, почвой и ландшафтом [3. С. 167]. В связи с этим характер конкуренции детерминруется также условиями сейсмоопасной зоны, условиями тундры, пустыни, гор и т. д.

Суровость климата способствует сплочению, объединению индивидов, созданию общин. В этой ситуации естественное состояние «войны всех против всех» вытесняется более актуальной задачей – выживанием. Удовлетворение собственных потребностей отходит «на второй план», уступая место совершенствованию общественных отношений, что не создает условий для развития конкуренции.

Суровость климата предполагает необходимость сохранения общества в долгосрочной перспективе, поэтому здесь нужны гармонизация и совершенствование общественных отношений. Гармония между природой и человеком является важной составляющей в жизни коллективистского общества, в отличие от которого индивидуалистическому обществу присуще потребительское отношение к природе. По мнению Н. М. Чуринова, «...в различных исторических условиях, климатических зонах, географических положениях, геополитических ситуациях, реальных природных комплексах... по своей социальной значимости доминируют или отношения совершенства, гармонии и красоты или отношения свободы, сво-

боды воли. Такого рода доминанты становятся решающими для формирования типа общества» [17. С. 181]. И как уже было сказано, в индивидуалистическом обществе отношения основаны по принципу конкуренции, а в коллективистском – по принципу совершенствования общественных отношений.

По этому поводу В. Д. Калашников отмечает: «В западном индивидуалистическом обществе не довольствуются законной и постоянной прибылью, а в условиях конкуренции предпочитают авантюры, сулящую мгновенную и обильную прибыль. Здесь место самодостаточно, самонадеянного и самодисциплинированного аскета-накопителя, инвестора и партнера занимают типы пирата и авантюриста, ростовщика и менялы, рэкета и обманщика. Для них отсутствует взгляд на труд как на добродетель, и экономика не рассматривается как преимущественно нравственная сфера жизни общества. Здесь преобладает индивидуализм» [6. С. 212].

Конкуренция всегда связана с расточительством, ее можно позволить там, где существует благоприятная ситуация: климатические условия, близость к экономичным средствам путей сообщения, развитая инфраструктура регионов и т. д. В других условиях по этим объективным причинам производство весьма затратно и необходимо учитывать, в каких областях можно конкурировать, а в каких нет.

Так, ограниченная в пространстве, не очень богатая природными ресурсами среда стимулирует развитие в данном этносе чувства бережливости, там конкуренции быть не может. Данное обстоятельство приводит к необходимости рационального использования природных ресурсов. На это же указывает С. А. Ситарян: «В экстремальных условиях... план оказывается значительно эффективнее рынка» [5. С. 70].

Благоприятные условия порождают конкуренцию в борьбе за те места, где выгоднее, где есть за что бороться. Когда таких условий нет, конкуренция предстает в ослабленном варианте.

Указанные особенности объясняют, что на возникновение и развитие конкуренции оказывают влияние объективные условия, которые сложились исторически, они придают специфику развития конкуренции, определяют ее характер и место в обществе.

Нельзя не видеть и того, что единство субъективных факторов и объективных условий проявляется в деятельности людей во всех сферах общественной жизни. В соответствии с концепцией В. С. Барулина различимы четыре основные сферы жизни общества: материально-производственная, политическая, социальная, духовная [1. С. 7]. В каждой из этих сфер, в большей или меньшей степени, находит свое проявление явление конкуренции. Данные сферы выступают как единство действия субъективных факторов и объективных условий процесса конкуренции. Наиболее ярко конкурентный процесс проявляется в материально-производственной или экономической сфере общественной жизни.

Разрабатывая ту или иную экономическую политику, следует учитывать, что конкуренция всегда имеет ограниченный круг сторон, где она приемлема, оправдана, актуальна.

По мнению Н. М. Чуринова, существует две системы хозяйствования. Одна – это «Домострой», идеал построения единого народнохозяйственного комплекса в трудных климатических и геополитических условиях. Рынок здесь выступает как нечто такое, к чему обращаются лишь в крайнем случае. То есть при разумном ведении хозяйства должны быть сделаны запасы, а те, у кого их нет, вынуждены обращаться к рынку.

Другая система – теория рынка, жизнь по принципу «купи–продай» [16. С. 2], где господствует искусство наживы денег и конкуренция. Учитывая влияние объективных условий и субъективных факторов, отметим, что экономические отношения в коллективистском типе общества должны строиться по принципу «домостроя», а теория рынка характерна для индивидуалистического общества.

На этот же момент обращает внимание В. Д. Калашников. Исследуя субъективные факторы и объективные условия устойчивого развития общества, он отмечает: «В рамках древнерусской экономической теории была создана достаточно эффективная система народного хозяйства (единый народнохозяйственный комплекс). Сам факт длительного существования Руси, ее способность противостоять различным невзгодам, элиминировать отклонения от нормы естественноисторического процесса свидетельствует, что ее хозяйственная система была высоко эффективной в рамках внутренних потребностей. Она обеспечила экономическое освоение огромных территорий, строительство городов и придала устойчивость развитию древнерусского общества» [6. С. 222]. Но для того, чтобы эффективно управлять этим комплексом необходимо вмешательство государства, на что далее указывает В. Д. Калашников: «Наличие единого народнохозяйственного комплекса предопределяло участие государства в хозяйственной жизни. Однако оно стремилось, исходя из естественности образа действительности, регулировать экономические отношения, создавая благоприятные условия и стимулы земледельцам, ремесленникам, торговцам с целью активизировать их деятельность» [6. С. 223]. Многовековая история рыночного развития позволяет раскрыть специфику использования рыночных принципов, в том числе конкуренции, в каждой стране.

Учитывая факторы развития страны, ее специфические особенности, на наш взгляд, становится ясно, что нельзя просто скопировать модель другого общества, пусть даже экономически более развитого. Поэтому стоит согласиться со следующим утверждением А. Л. Боброва и К. В. Папенова: «Игнорирование особенностей российского пути рыночного развития и навязывание стране некоего «западного» или «восточного» варианта выглядят с практической точки зрения как элементарное пренебрежение уроками самой современной истории, а с теоретической точки зрения – как оперирование абстрактными конструкциями, внедряемыми в живую ткань общества, а потому им и не воспринимаемыми» [2. С. 19]. Навязывание конкуренции является субъективным фактором, который может осуществляться на разных уровнях: на политическом, экономическом и т. д.

Таким образом, проявление совокупности объективных условий и субъективных факторов имеет свои спе-

цифические особенности относительно основных типов общества: коллективистского и индивидуалистического.

Библиографический список

1. Барулин, В. С. Социальная жизнь общества. Вопросы методологии / В. С. Барулин. М. : Изд-во Московского университета, 1987.
2. Бобров, А. Л. Экономическое развитие России и рациональное природопользование / А. Л. Бобров, К. В. Папенов // Вестник МГУ. Сер. 6. 2004. № 2. С. 3–20.
3. Бокль, Г. Т. История цивилизации в Англии : в 2 т. Т.1 / Г. Т. Бокль. Ленинград : Наука, 1985.
4. Гегель, Г. В. Философия права / Г. Гегель. М. : Мысль, 1990.
5. За квадратным столом политэкономы, управленцы, плановики, финансисты / сост. Л. С. Гребнев, Б. А. Мясоедов, З. А. Басыров. М. : Экономика, 1989.
6. Калашников, В. Д. Субъективные факторы и объективные условия устойчивого развития общества : монография / В. Д. Калашников ; под науч. ред. Н. М. Чуринова ; Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т. 2-е изд., перераб. и доп. Красноярск, 2003.
7. Кирцнер, И. М. Конкуренция и предпринимательство / И. М. Кирцнер. М. : Юнити, 2001.

8. Мюрдаль, Г. Мировая экономика. Проблемы и перспективы / Пер. с англ. А. В. Еврейскова, О. Г. Клесмет. М. : Изд-во иностр. лит-ры, 1958.
9. Паршев, А. П. Почему Россия не Америка / А. П. Паршев. М. : Крымский мост, 2003.
10. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. М. : Изд. дом «Вильямс», 2002.
11. Рормозер, Г. Кризис либерализма / Г. Рормозер ; пер. с нем. М., 1996.
12. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов : кн. 1–3 / А. Смит. М. : Наука, 1993.
13. Теория потребительского поведения и спроса. / под ред. В. М. Гальперина. СПб. : Экономическая школа, 1993. Вехи экономической мысли: сер; вып. 1.
14. Фукуяма, Ф. Конец истории и последний человек / Ф. Фукуяма ; пер. с англ. М. Б. Левина. М. : ООО «Изд-во АСТ : ЗАО НПП «Ермак», 2004.
15. Хайек, Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма / Ф. А. Хайек. М. : «Новости», 1992.
16. Чуринов, Н. М. Из материалов круглого стола. Социальный авангард / Н. М. Чуринов // Красноярская газета. 2004. 13 апреля. № 28.
17. Чуринов, Н. М. Совершенство и свобода: философские очерки / Н. М. Чуринов ; Сиб. аэрокосмич. акад., Красноярск, 2001.

O. V. Letunova

THE MAIN COMPETITION DETERMINANTS

It is considered the main competition determinants that include definite objective conditions influencing on its development, and also subjective factors strengthening or weakening competition relationship.

УДК 316.622

О. В. Летунова, С. Ю. Пискорская

ТИПЫ АГОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ИХ СООТВЕТСТВИЕ СТАНДАРТАМ СОЦИАЛЬНОСТИ

Описаны типы агональной деятельности, такие как игра, конкуренция и соревнование, при этом доказано, что явление конкуренции соответствует индивидуалистическому, а соревнование – коллективистскому стандарту социальности.

Агональная деятельность не зависит от того, в каком содержании она реализуется, занимает важное место в жизни общества. Древние греки словом «агон» характеризовали любую состязательную деятельность, которая имела не только агрессивный и разрушительный характер, проявлявшийся в турнирах гладиаторов, междоусобицах, войнах, но и вполне мирный. Эта сторона состязаний выражалась в ремесле, стоящем на грани искусства, в торговле, охватывающей почти весь мир, в изощренности речей ораторов, постановке трагедий, спортивных соревнований. «Величие древних греков, – отмечал Г. - Рормозер, – состояло в том, что они рассматривали эту идею состязания, определения самых способных и доблестных как высший жизненный идеал, и они осуществляли эту идею на практике... Основа агонального мыш-

ления у древних греков была религиозного характера» [14. С. 68].

Военные, политические, спортивные, театральные, интеллектуальные поединки являлись наиболее ярким выражением состязаний, проявлением агональной деятельности. Однако в большинстве современных публикаций понятие «агональная деятельность» главным образом раскрывается в значении игры, которая является только одним из типов состязательной деятельности и тем самым сужается значение понятия «агон». Раскрывая основное значение понятия «агон» как «состязание», наряду с игрой выделим другие его значения, в том числе такие, как характеристика соревнования и конкуренции.

Несмотря на различие изучаемых определений агона (функций, свойств, характеристик и т. д.), объединяющая