

В РАЗВИТИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА К АНАЛИЗУ КОНКУРЕНЦИИ

Ю. И. Трещевский, Т. Г. Мовсесова, П. Г. Мовсесов

Воронежский государственный университет

Современные представления о конкуренции фокусируются, прежде всего, на состязании хозяйствующих субъектов за долю прибыли в сфере обмена. Между тем, ее экономическое содержание шире и включает: воспроизводственные аспекты; широкий спектр отношений от жесткого противоборства до поддержки; взаимодействие экономических субъектов различного типа; множественность объектов конкуренции; разнообразные инструменты, оказывающие, прежде всего, конструирующее воздействие на социально-экономические системы.

Конкуренция является одним из наиболее употребительных терминов в современной экономической литературе. Часто конкуренция характеризуется как борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся фирмами на доступных им сегментах рынка.

История изучения конкуренции как одного из наиболее фундаментальных состояний взаимодействия экономических субъектов довольно длительная. Исследование ее в качестве основополагающей экономической конструкции общества, фактически обеспечивающей его прогрессивное развитие, впервые осуществил А. Смит. По его словам, стремящийся к достижению собственной выгоды предприниматель невидимой рукой направляется к цели, которая совсем не входит в его намерения. При этом, преследуя свои собственные интересы, предприниматель более действенным образом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится делать это¹. В настоящее время данное положение, выдвинутое А. Смитом и многократно воспроизведенное его последователями, общепризнанно. Конкуренция является одной из основ рыночной экономики, обеспечивающей не только поддержание динамического равновесия на рынке, но и создающей условия для социально-экономического прогресса, включая в качестве важного звена социальную составляющую.

В то же время существуют весьма различающиеся мнения о том, что, собственно, представляет собой конкуренция как категория и экономическое явление. В целом принято выделять три подхода к анализу конкуренции: поведенческий,

структурный и функциональный, каждый из которых фиксирует внимание на отдельных сторонах этого сложного экономического явления. Изначально заложенный А. Смитом поведенческий подход развивается преимущественно в «состязательном» аспекте. В частности, А. Маршалл писал, что конкуренция представляет собой состязание одного человека с другим, особенно при продаже или покупке чего-либо².

В рамках поведенческого подхода к конкуренции можно выделить две принципиально различающиеся позиции: конкуренция — это состязание, в котором побеждает сильнейший; конкуренция — это многоаспектное, системное отношение с элементами состязания и поддержки.

В рамках «состязательного» подхода можно выделить несколько течений, характеризующих различную степень напряженности, осознания, развития инструментария конкуренции.

Эмоционально нейтральное, фиксирующее состязательный аспект конкуренции как факт, присуще большинству современных российских исследователей. Р. Фатхутдинов считает, что конкуренция — процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для достижения победы или других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях³. Т. Юрьева пишет, что конкуренция представляет собой состязание между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынки сбыта, источники сырья⁴.

² См.: Маршалл А. Принципы экономической науки, т. 1 / А. Маршалл / М.: Прогресс, 1993.

³ Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов / М.: ИНФРА-М, 2000. — 312 с.

⁴ Юрьева Т.В. Социальная рыночная экономика / Т. В. Юрьева / М.: Русская Деловая Литература, 1999. — 416 с.

© Трещевский Ю. И., Мовсесова Т. Г., Мовсесов П. Г., 2007

¹ См., например: Смит А. исследование о природе и причинах богатства народов / Классика экономической мысли / А. Смит / М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2000. — С. 77—402.

В ряде случаев авторы прямо указывают на конфликтность конкуренции. Так, Ю. Рубин пишет, что: «Усиление позиций конкурентов и достижение ими экономических и иных выгод можно констатировать лишь на фоне относительного ослабления позиций их соперников. При этом и первое, и второе происходит вследствие воздействия конкурентов друг на друга и тем самым — противодействия сторон. Конфликт интересов, определяя замысел конкуренции, порождает конфликтный характер конкурентных действий, конкурентного соперничества»⁵.

Совершенно четкое видение конкуренции как соперничества, зачастую представленное в терминах, характеризующих военные действия, предлагает Я. Гордон: «Вследствие быстрых процессов формирования компаний, организационной мобильности, таких структурных изменений в отраслях, как поглощения, слияния и банкротства, законодательных изменений и появления новых технологий, конкуренция стала жестокой и стремительной, причем борьба идет не на жизнь, а на смерть. Сейчас, если вы говорите об интенсификации конкуренции, вы серьезно недооцениваете задачу»⁶.

Одно из ответвлений поведенческого подхода, его «состязательной» ветви развил марксизм, особенностью которого является оценка конкуренции исключительно как деструктивного явления. Конкуренция во многом рассматривается как элемент и атрибут анархичного, нерегулируемого производства и противопоставляется монополии. Конкуренция рассматривается со значительной долей эмоциональности, в целом характерной для марксистской школы. Ф. Энгельс писал: «...товарное производство...имеет свои особые, внутренне присущие ему...законы; и эти законы прокладывают себе путь вопреки анархии, в самой анархии, через нее. Эти законы проявляются в единственно сохранившейся форме общественной связи — в обмене — и действуют на отдельных производителей как принудительные законы конкуренции»⁷.

Впоследствии В. Ленин сделал акцент на противопоставлении свободной конкуренции и монополии, показав при этом, что конкуренция не

прекращается, а только видоизменяет свои формы, монополия ведет борьбу именно со свободной конкуренцией, модифицируя ее формы и, в конце концов, принципиально изменяя содержание.

Таким образом, можно выделить несколько важнейших составляющих в экономическом содержании конкуренции. Конкуренция с позиций «состязательной» ветви поведенческого подхода представляет собой:

- состязание, необходимое для существования на рынке, причем, вынужденное, объективно присутствующее среде, в которой функционирует производитель;
- процесс взаимодействия нескольких предприятий или иных функционально однотипных экономических субъектов;
- элемент рыночного механизма, позволяющий уравновесить спрос и предложение;
- механизм соперничества за достижение наиболее выгодных условий работы и получение необходимых результатов;
- процесс взаимодействия экономических субъектов, разрушительно воздействующий на них и окружающую их среду.

Отметим, что при таком подходе к определению содержания конкуренции выделяются наиболее очевидные и потому, — достаточно поверхностные взаимосвязи, акцент делается на взаимоотношения между экономическими субъектами одной группы, выполняющими однотипные функции. Конкуренция охватывает только группу продавцов или только покупателей. Понятно, что данный аспект является важным, на определенном этапе развития общества даже доминирующим. Однако, конкуренция как социально-экономическое явление, представляет более широкий круг отношений — в рыночных условиях конкурируют все, даже те, кто прямо не вступает в контакт.

Иначе говоря, в качестве одного из признаков конкуренции следует назвать функциональный состав взаимодействующих субъектов, который может быть достаточно широким и включать четыре группы субъектов, выполняющих: однотипные функции (например, группу продавцов однотипных товаров и услуг); противоположные, взаимообусловленные функции (продавец-покупатель); взаимосвязанные функции (производители товаров и услуг на разных стадиях производства); производители и потребители технологически не связанных товаров и услуг. В зависимости от принадлежности к той или иной группе взаимодействие конкурентов будет существенно различаться

⁵ Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе / Ю. Б. Рубин. — М.: Маркет ДС, 2006. — С. 13 (458 с.).

⁶ Гордон Я. Целевая конкуренция / Я. Гордон. — М.: Вершина, 2006. — С. 20 (386 с.).

⁷ Энгельс Ф. Развитие социализма от утопии к науке. Указ. работа. — С. 152.

по степени противоречивости интересов, напряженности соперничества, остроты конфликтов, характеру экономических связей. Поэтому конкуренцию следует рассматривать не как одномерное отношение — соперничество, а как многомерное, включающее различные аспекты взаимодействия экономических субъектов.

Эта позиция нашла известное отражение в современной литературе. Ее можно охарактеризовать как «конструктивистское» направление в поведенческом подходе к пониманию конкуренции.

Так, П. Самуэльсон достаточно явно выделил координирующую роль конкуренции: «Конкурентная система — это сложный механизм непроизвольной координации, действующей через систему цен и рынков, механизм связи, служащий для объединения знаний и действий миллионов различных индивидуумов»⁸. Значительный шаг в конструктивистском понимании конкуренции сделал М. Портер, считающий, что конкуренция представляет собой совокупность действия всех взаимодействующих субъектов, включая производителей продуктов-аналогов, поставщиков, потребителей, потенциальных производителей продуктов или услуг-заменителей⁹. Объектом конкуренции в понимании автора является прибыль, положительным результатом — позиционирование компании на рынке, обеспечивающее стабильное получение прибыли в долгосрочной перспективе. Существенным моментом, характеризующим конкуренцию, является выявление поддерживающих субъектов, во многом определяющих положение компании на рынке. Конкуренция у М. Портера — не только соперничество, но и взаимопомощь, объективно обусловленная выполнением общих функций, хотя и не всегда осознанная. Проблему для компании представляет осознание своего места в экономическом пространстве и выбор управленческих воздействий, оптимизирующих ее положение в конкурентном пространстве, уход от конфликта посредством стратегического позиционирования, в наибольшей степени реализующего сильные стороны не только самой фирмы, но и окружающей среды.

Принимая во внимание широкий круг субъектов конкуренции и многоаспектность связей между ними, следует считать, что соперничество является центральным, но не единственным отношением. Даже прямые конкуренты не только соперничают, но и дополняют друг друга. Что касается

отношений между субъектами, выполняющими различные функции на рынке, то соперничество затрагивает только их периферийную область, например, между продавцом и покупателем по поводу цены товара. В остальном конкуренция между ними носит характер поддержки и, более того, делает возможным само их существование. На основе конкуренции происходит своеобразный обмен услугами, которые представляют друг другу ее участники, например, продавец — покупатель, производитель товаров — производитель услуг отраслей инфраструктуры.

Следует отметить, что в большинстве случаев в содержании конкурентных отношений отсутствует представление о множественности типов экономических субъектов. Неявно вводится предположение, что субъектами конкуренции являются только коммерческие организации. Между тем, на практике конкуренция, даже если рассматривать ее только в аспекте соперничества, возникает и между иными категориями экономических субъектов, в частности, административно-территориальными образованиями, местными сообществами, различными группами стейкхолдеров, формальными и неформальными группами, образующими сложные социально-экономические системы и стремящиеся к достижению качественно различных результатов. Причем, конкурируют не только представители одних и тех же типов экономических субъектов, но и различных, так в конкуренцию по поводу распределения вновь созданной стоимости вступают хозяйствующие субъекты, государство, местные сообщества и др.

Принципиально важно также выделение объекта конкуренции. Не всегда экономические субъекты, в том числе и коммерческие организации, конкурируют за долю прибыли. На наш взгляд, более существенное значение имеет конкуренция за ресурсы. Прибыль вторична, производна от состояния ресурсов. Это обстоятельство отмечалось классиками экономической теории — А. Смитом, К. Марксом, но в прикладных исследованиях, посвященных конкуренции, это обычно мало принимается во внимание. На наш взгляд, в составе объектов конкуренции необходимо выделять материальные ресурсы, территорию, трудовые ресурсы, информацию, доступ к инженерной и социальной инфраструктуре.

Анализ точек зрения на проблему конкуренции показывает, что она рассматривается фрагментарно: либо как рыночный, либо — производственный феномен. Воспроизводство как целостный

⁸ Самуэльсон П. Экономика. Т. 1 / П. Самуэльсон. — М.: Алгон, 1992. — С. 33 (335 с.).

⁹ См.: Портер М. Конкуренция / М. Портер / СП-б, М, Киев: Изд. Дом Вильямс, С. 32—33.

процесс находится вне поля зрения. Между тем понятно, что разрыв воспроизводственного процесса всегда упрощает реальную ситуацию, фиксируя внимание на отдельных фазах. Фрагментарный подход к конкуренции не позволяет рассмотреть данный экономический феномен во всем его многообразии.

Если рассматривать конкуренцию как воспроизводственный феномен, то она полностью объясняет не только достижение статического равновесия на рынках товаров и услуг, но и инструментально обеспеченное стремление к оптимизации доходов экономических субъектов. Информацию о состоянии спроса и предложения, общих потребностях в том или ином товаре доставляют не только цены на локальных рынках (постфактум), но и иные инструменты, позволяющие оценить перспективы производства. В частности, в системе конкурентных отношений присутствует такие инструменты, как конкурентная разведка, стратегическое прогнозирование, реклама и др.

Таким образом, содержание конкуренции следует рассматривать в нескольких аспектах:

- с позиций воспроизводства — конкуренция охватывает все фазы воспроизводства на микро-, мезо- макро- и мегауровне;
- с точки зрения характера отношений конкуренция включает весь их спектр от жесткого противоборства до поддержки;
- с точки зрения сферы взаимодействия субъекты конкуренции функционируют в различных плоскостях и вступают друг с другом в отношения независимо от степени их опосредования;

– по экономическому содержанию объекты конкуренции многообразны и включают: вновь созданную стоимость, ресурсы, положение в социально-экономической среде и др.;

– инструменты конкуренции разнообразны и оказывают прежде всего конструирующее воздействие на социально-экономические системы, обеспечивая достаточную степень разнообразия их элементной базы, внутри- и межсистемных связей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Гордон Я.* Целевая конкуренция / Я. Гордон. — М.: Вершина, 2006. — С. 20. — 386 с.
2. *Маршалл А.* Принципы экономической науки. Т. 1 / А. Маршалл / М.: Прогресс, 1993. — 416 с.
3. *Портер М.* Конкуренция / М. Портер / СП-б, М, Киев: Изд. Дом Вильямс. — 495 с.
4. *Рубин Ю.Б.* Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе / Ю. Б. Рубин. — М.: Маркет ДС, 2006. — 458 с.
5. *Самуэльсон П.* Экономика. Т. 1 / П. Самуэльсон. — М.: Алгон, 1992. — 335 с.
6. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов / Классика экономической мысли / А. Смит / М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2000. — С. 77—402.
7. *Фатхутдинов Р.А.* Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов / М.: ИНФРА-М, 2000. — 312 с.
8. *Энгельс Ф.* Развитие социализма от утопии к науке. Ф. Энгельс // Избр. произв. в 3-х т. Т. 3. — М.: Политиздат, 1981. — С. 102—167.
9. *Юрьева Т.В.* Социальная рыночная экономика / Т. В. Юрьева / М.: Русская Деловая Литература, 1999. — 416 с.

Принято в печать 26 октября 2006 г.