

УДК 330.8

С. Н. Гнатюк*Белорусско-Российский университет (Беларусь, г. Могилев)*

МОДЕЛИ КОНКУРЕНЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

В статье рассмотрена эволюция подходов к трактовке понятия «конкуренция». Выявлено четыре модели конкуренции: поведенческая, структурная, функциональная и как «процедура открытия». Развитие теории конкуренции обусловлено развитием рыночной экономики. Отмечено, что развитие процессов глобализации приводит к возрастанию роли неценовых факторов конкуренции, и в научной литературе выделяют понятие «конкурентоспособность», которая стала объектом изучения не только экономической теории, но и других наук.

В экономической литературе уделяется значительное внимание проблеме конкуренции. Этимологически понятие «конкуренция» происходит от латинского *cum petition*, означающего наличие нескольких претендентов на получение вещи, которая должна быть возвращена владельцу.

Системные подходы к анализу конкуренции начали формироваться в XV–XVII веках в работах меркантилистов, которые рассматривали преимущества страны в международной торговле. Английский экономист Джеймс Стюарт писал: «Естественные преимущества каждой страны – это разная мера качества плывущих судов, однако капитан, ведущий свой корабль с наибольшим умением и изобретательностью ... при прочих равных условиях, несомненно выйдет вперед и удержит свое преимущество» [1, с. 38].

Данный подход получил глубокое и подробное раскрытие в конце XVIII века в работах Адама Смита. Сущность конкуренции сводилась к совокупности взаимозависимых попыток различных продавцов установить контроль на рынке. Конкуренция связывалась с борьбой за редкие экономические блага, за

деньги потребителей, на которые их можно приобрести. При этом основным методом конкуренции считался механизм манипулирования ценой. Конкуренция рассматривалась как главное условие формирования равновесных цен на рынках товаров, факторов производства, что обеспечивает устойчивое развитие экономики страны. А. Смит отмечал, что «естественная цена как бы представляет собой центральную цену, к которой тяготеют цены всех товаров. ... каковы бы ни были препятствия, которые отклоняют цены от этого устойчивого центра, они постоянно тяготеют к нему» [2, с. 58]. Он отмечал, что конкуренцию ведут не только производители товаров, но и покупатели в условиях ограниченного предложения. А.Смит понимал, что конкуренция, соперничество не дает возможности хозяйствующим субъектам установить контроль над ценами, и чем больше продавцов, тем труднее им заключить соглашение о контроле над ценами. Фактически А. Смит рассматривал рынок совершенной конкуренции и считал, что конкуренция действует как «невидимая рука», координирующая деятельность хозяйствующих субъектов, обеспечивающая эффективность экономики.

Аналогичные подходы к конкуренции характерны для Д. Рикардо, Ж.Б. Сэя и других представителей классической школы политэкономии. Конкуренция рассматривалась с точки зрения поведения хозяйствующего субъекта, его отношения к своим соперникам как «взаимодействие множества независимых хозяйственных единиц, действующих в условиях неопределенности» [3].

Подход представителей классической политэкономии имел некоторые ограничения, так как анализ конкуренции проводился с позиции развития рыночных отношений. Основное внимание уделялось проблемам установления рыночной цены под влиянием свободной конкуренции, что было обусловлено начальным этапом накопления знаний о развитии рыночной экономики.

Фактически до начала XX века рассматривалась ситуация рынка совершенной конкуренции. А. Маршалл рассматривал совершенную конкуренцию как оптимальную среду для деятельности фирм. Анализируя взаимодействие спроса и предложения, он разработал теорию анализа частичного и долгосрочного равновесия, обосновал механизм автоматического формирования равновесия на рынке на основе действия законов предельной полезности и предельной производительности. На базе методологии А. Маршалла в экономической теории стали развиваться статический и динамический подходы к изучению конкуренции. Созданная статическая модель совершенной конкуренции стала базой для формирования концепции несовершенной конкуренции [4].

Таким образом, к началу XX века сформировался поведенческий подход к анализу конкуренции, в соответствии с которым конкуренция – это соперничество, взаимодействие субъектов рынка в получении желаемых условий для производственной деятельности. Конкуренция существует всегда, так как «на рынке любой товар конкурирует со всеми остальными» [5].

В середине XX в. возникла необходимость разграничения понятий «конкуренция» и «соперничество». В современности соперничество используется в поведенческой трактовке конкуренции и рассматривается как форма поведения субъекта хозяйствования на рынке, направленная на обеспечение лидирующего положения. Значительное внимание в анализе конкуренции придавалось исследованию инструментов конкуренции. В классической экономической теории основным инструментом конкуренции считается цена. Изменения в экономике развитых стран привели к доминированию роли неценовых инструментов, и ценовая конкуренция частично уступила место неценовой, что сконцентрировало внимание ученых на изучении роли неценовых методов конкуренции (качество товара, инновации, услуги потребителям, тактика сбыта продукции и т. д.), внешних и внутренних факторов конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. Теоретические основы механизма действия того или иного инструмента конкуренции представлены в трудах ученых-экономистов неоклассической школы. И. Шумпетер доказал, что неценовая конкуренция играет более значительную роль в рыночной экономике, чем ценовая, так как основана на инновациях. Это привело к тому, что конкуренция стала изучаться не только в экономической теории, но и в теории предпринимательской деятельности, маркетинге, менеджменте.

В конце XX века исследования о сущности и формах конкуренции (соперничества) направлены на выявление конкурентных преимуществ фирмы и страны, методов завоевания лидирующих позиций на рынках, что было вызвано усилением процесса глобализации. Основными задачами на этом этапе являются выявление конкурентных преимуществ, факторов развития конкурентной среды, стратегии опережения конкурентов, завоевания перспективных сегментов рынка рынков [6–8].

Развитие общественного производства, возрастание роли крупного капитала в начале XX в. существенно изменило взгляды на рыночную экономику. Исследователи пришли к выводу, что рынок совершенной конкуренции является теоретической концепцией. Это изменило выводы теории о сущности конкуренции, привело к возникновению концепции несовершенной или монополистической конкуренции. В этом изменении решающую роль сыграли работы Э. Чемберлина и Дж. Робинсон, которые фактически сформулировали структурную трактовку сущности конкуренции. Они пришли к выводу, что структура рынка определяет поведение фирмы. Поэтому при структурном подходе основное внимание уделяется не борьбе фирм друг с другом, а анализу структуры рынка, тех условий, которые преобладают на рынке.

Положение Дж. Робинсон о ценовой дискриминации на рынке раскрыло влияние монополий на ценообразование, на изменение форм и методов конкуренции в результате появления крупных компаний и монополий. Она выделила различные характеристики конкурентного поведения фирмы, распространила теорию монопольного положения на покупателей [9]. Э. Чемберлин считал, что

чистая конкуренция – это искусственная модель, которую нельзя использовать для анализа реальных процессов в экономике. Его основной идеей являлось изучение поведения на рынке производителей дифференцированных продуктов, которые в силу своего положения являются монополистами. При этом каждый из них контролирует определенную часть потребителей [10, с. 33].

Следует отметить, что если для Д. Робинсон несовершенная конкуренция является основанием государственного регулирования экономики, то для Э. Чемберлина подобное вмешательство является ненужным, так как это естественный процесс развития рынка и любое вмешательство приводит к сокращению эффективности, отклонению от оптимального состояния.

Таким образом, в рамках структурного подхода к анализу конкуренции делается вывод, что рынок полностью определяет параметры конкурентного поведения фирмы. Степень влияния фирмы на рынок минимальна. Несмотря на высокую степень конкуренции, они пассивно реагируют на изменения окружающей среды [11, с. 174].

Во второй половине XX века развитие теории конкуренции происходило в направлении изучения методов конкуренции (необходимость использования инноваций, новой информации и т. д.), что было связано с изучением роли предпринимателя в экономике. Представители неоавстрийской школы анализировали взаимосвязь конкуренции и экономического прогресса, фактически сформулировали функциональный подход к изучению сущности конкуренции, сущность которого – борьба старого с новым. С точки зрения Шумпетера, совершенная конкуренция приводит к дополнительным расходам в виде менее эффективной организации производства, технологии и т. д. [12, с. 152–153]. Конкуренцию ведут предприниматели, которые осваивают инновации. Й. Шумпетер считал, что конкуренция – динамический процесс, ведущий к открытию нового товара, технологии, через механизм «созидательного разрушения», очищающего экономику от всего старого, ненужного. Фактически он выделил две стороны конкуренции: созидательную и дезорганизирующую (разрушительную). Конкуренция, с одной стороны, ведет к снижению издержек производства, появлению новых товаров, улучшению их качества. С другой стороны, она является потенциальной угрозой для предпринимателя, так как может привести к банкротству.

Й. Кирзнер отмечал, что для предпринимательства характерна восприимчивость к новым конкурентным возможностям, что «именно ситуация неравновесия – когда цены не передают правильных сигналов – представляет собой состояние, которое предлагает предпринимателям требуемые стимулы для обнаружения и исправления этих расхождений. В этом процессе предприниматели создают новые продукты, открывают новые качества существующих продуктов, изобретают новые методы производства, развивают новые формы промышленной организации, финансирования, маркетинга или уменьшения риска» [13, р. 320].

В неоавстрийской школе разработали концепцию конкуренции как «процедуры открытия». В анализе рыночной экономики большое значение придается знаниям предпринимателя. Ф. фон Хайек утверждал, что они обладают следующими характеристиками: а) знания являются субъективными и практическими, б) они являются специфическими, уникальными, в) знания рассеяны среди людей, г) они являются неявными, д) знания возникают благодаря предпринимательству, е) они могут передаваться неосознанно посредством сложных социальных процессов [14]. Рыночная система объединяет конкурирующие цели хозяйствующих субъектов, которые обладают определенными уникальными знаниями. Она служит всем, но не гарантирует достижения определенных целей. Она увеличивает возможности субъектов в достижении их собственных целей, так как содействует распространению знаний, появлению новых. Поэтому «конкуренция представляет ценность только потому, что ее результаты непредсказуемы и в целом отличаются от тех, на которые кто-либо рассчитывал. Эффект конкуренции состоит в том, что некоторые ожидания не оправдываются, а намерения не реализуются» [15]. Только благодаря ценам и конкуренции на рынке скрытое знание становится явным. Только конкуренция показывает какие ресурсы и в каком количестве необходимо использовать, что, сколько, где и кому продавать. Неизбежные для фирмы потери объясняются принципиальной непредсказуемостью поступков людей и фирм.

Таким образом, анализ конкуренции в экономической теории осуществляется через характеристики различного рода рыночного поведения хозяйствующих субъектов с учетом различных взаимодействий, а также с учетом того, как эти действия отразятся на поведении конкурентов. Этот процесс формирования и корректировки поведения хозяйствующих субъектов сложно описать на основе традиционных подходов к анализу конкуренции и требует дальнейшего совершенствования теории.

Список основных источников

1. История экономических учений : учеб. пособие / под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 784 с.
2. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов : в 3 кн. / А. Смит. – М. : Наука, 1993. – 572 с.
3. Найт, Ф. Риск, неопределенность, прибыль : пер. с англ. / Ф. Найт. – М. : Дело, 2003. – 360 с.
4. Маршалл, А. Основы экономической науки / А. Маршалл ; пер. с англ. – М. : Эксмо, 2007. – 831 с.
5. Мизес, Л. Антикапиталистическая ментальность / Л. Мизес. – М. : Дело при участии изд-ва «Catallaxu», 1993. – 240 с.
6. Бест, М. Новая конкуренция. Институты промышленного развития / М. Бест ; пер. с англ. Е. Н. Калмычкова [и др.] / М. Бест. – М. : ТЕИС, 2002. – 356 с.
7. Портер, М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер. – М. : Вильямс, 2001. – 496 с.
8. Юданов, А. Ю. Конкуренция: теория и практика : учебн.-практ. пособие / А. Ю. Юданов. – 3- изд. – М. : Гном и Д, 2001 – 142 с.

9. Робинсон, Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции : пер. с англ. / Дж.: Робинсон – М. : Прогресс, 1986. – 469 с.

10. Чемберлин, Э. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости. / Э. Чемберлин. – М. : Изд-во ин. лит., 1959. – 572 с.

11. Розанова, Н. М. Экономика отраслевых рынков: учеб. пособие / Н. М. Розанова. – М. : Изд-во Юрайт : ИД Юрайт, 2010 – 906 с.

12. Шумпетер, Й. Капитализм, социализм и демократия: пер. с англ. / предисл. и общ. ред. В. С. Автономова / Й. Шумпетер. – М. : Экономика, 1995. – 540 с.

13. Kirzner, I. M. The Primacy of Entrepreneurial Discovery / Austrian Economics: A Reader. / I. M. Kirzner. – Hillsdale, Michigan : Hillsdale College Press, 1991. – p. 304–332.

14. Hayek, F. A. The Use of Knowledge in Society / Austrian Economics: a Reader / F. A. Hayek. – Hillsdale, Michigan : Hillsdale College Press, 1991. – p. 247–263.

15. Hayek, F. A. The Meaning of Competition / Austrian Economics: a Reader / F. A. Hayek. – Hillsdale, Michigan : Hillsdale College Press, 1991. – p. 264–280.

The article provides insights into the evolution of approaches to interpreting the term ‘competition’. Four competition models have been identified, including the behavioral, structural and functional models, and competition as a discovery procedure. Market economy development has played a key role in competition theory evolution. As the pace of globalization is increasing, the non-price factors of competition have become significant, and today competitiveness is an important focus of study in economics and beyond.