

Теоретические основы исследования конкурентной среды

Жук Александр Александрович 

доктор экономических наук, доцент

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

E-mail: zhukaa@sfedu.ru

Ваганов Антон Андреевич 

магистрант

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

E-mail: vaganov.anton@mail.ru

Аннотация. Современные условия функционирования экономики России диктуют необходимость усиления конкурентоспособности отечественных рыночных агентов, а также формирования релевантной конкурентной среды для повышения эффективности их работы по отраслям в частности и в экономике в целом. Это требует проведения масштабных исследований фактического состояния указанных параметров, что невозможно без формирования базового научного инструментария анализа предложенных экономических феноменов.

К настоящему времени единый научный подход к анализу конкурентной среды рынков и ее элементов окончательно не сформирован. Представители академической сферы, аналитики-практики и представители органов государственного управления экономикой трактуют конкурентную среду по-разному, что приводит к различным подходам к ее анализу и оценке параметров, что препятствует объединению усилий при разработке концепций развития рыночных агентов, повышению их конкурентоспособности и формированию релевантной нынешней ситуации в экономике конкурентной среды.

При проведении данного исследования мы основывались на компаративном подходе анализа существующих трактовок исследуемых феноменов, а также на выявлении их эволюции соответственно развитию социально-экономических отношений.

Данное исследование посвящено анализу эволюции научных трактовок категорий «конкуренция», «конкурентоспособность» и «конкурентная среда» с целью выявления широкого спектра существующих подходов к дефинированию данных феноменов, оценке их релевантности социально-экономическим процессам, сложившимся к настоящему времени, а также выработке методологических рамок анализа, позволяющих на их основе разрабатывать рекомендации рыночным агентам и органам государственной власти по повышению конкурентоспособности и параметров качества конкурентной среды.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная среда, эволюция, институты, методология исследования

JEL codes: B25, B41, D02

Для цитирования: Жук, А.А. Теоретические основы исследования конкурентной среды / А.А. Жук, А.А. Ваганов.- Текст : электронный // Теоретическая экономика. - 2023 - №6. - С.24-37. - URL: <http://www.theoreticaleconomy.ru> (Дата публикации: 30.04.2023)

Введение

Российская экономика в настоящее время сталкивается с нетривиальным спектром вызовов, трансформирующих уже сложившуюся систему рыночных агентов, порядок их взаимодействия с внутренними и внешними контрагентами и принципы работы с потребителями, что непосредственно сказывается на уровне конкурентоспособности, а также на параметрах конкурентной среды, в рамках которой субъекты экономики вынуждены функционировать. Острота и актуальность данных проблем, на наш взгляд, требует проведения дополнительных исследований качества конкурентной среды и показателей рыночной конкурентоспособности экономических агентов с целью разработки рекомендации по их повышению.

Особую остроту данные вопросы демонстрируют по той причине, что современные научные

школы не завершили формирование аналитического аппарата конкурентной среды и требуют формирования определенного терминологического и содержательного консенсуса при проведении исследований научными коллективами и органами власти и управления экономикой. Целью настоящего исследования выступает выявление подобных точек соприкосновения на основе анализа эволюции трактовок феноменов конкуренции, конкурентоспособности и конкурентной среды различными экономическими школами и направлениями.

Конкуренция

В экономике понятие конкуренции играет очень важную роль и широко применяется во множестве моделей, теорий и исследовательских концепций. И, как и многие определения в экономической науке, термин «конкуренция» не обладает единственной и общепринятой окончательной трактовкой, которая бы обеспечивала исчерпывающую дефиницию. И потому логичным, на наш взгляд, представляется начать исследование конкуренции с обращения к историческому и эволюционному пути развития подходов к трактовке данного понятия. В целом, в экономической теории закрепилось рассмотрение конкуренции в двух аспектах – как рыночной структуры и как силы, которая влияет на цены и распределение ресурсов.

В ранние периоды развития цивилизации, конкуренции, как категории, описывающей взаимодействие рыночных агентов, особое внимание не уделялось, так как еще не был сформирован необходимый базис – развитый рынок. Так, в античности и раннем средневековье в философских трудах в части размышлений об экономике основное внимание уделялось развитию натурального хозяйства с фокусом на сельское хозяйство. Последующий рост производительных сил, развитие науки и техники подготовили фундамент для разложения феодализма и формирования общества раннего капитализма в Новое время, где и были впервые заложены теоретические основы конкуренции.

Для начала следует обратиться к трудам экономистов периода классической политической экономии и отметить, что они принимали как должное наличие конкуренции и: «всегда понимали под конкуренцией более или менее точно ту степень конкуренции, которая, по их опыту, соответствовала поведению уважаемого среднего бизнесмена» [1].

Адам Смит в своей работе «The Wealth of Nations» рассматривает условия свободной рыночной конкуренции как наилучшие, где люди могут реализовать свои природные: «склонности к мене, торговле, к обмену одного предмета на другой» [2], а также удовлетворить свои потребности.

Позднее при исследовании теоретических конструктов конкуренции [3] Стиглер отмечал, что Смит в своих работах трактовал конкуренцию как соперничество между агентами за приобретение необходимых ограниченных ресурсов, либо реализацию излишних ресурсов на наиболее выгодных условиях. В таком случае конкуренция – это процесс ответа на новую силу и способ достижения нового равновесия.

Конкуренция действует в двух аспектах [4]:

1. побуждает цену стремиться или колебаться около уровня естественной цены, что формирует состояние экономики в долгосрочном периоде с учетом цен на ресурсы и распределением дохода;
2. побуждает экономику в целом повышать эффективность производства и доступный объем благ.

В обоих случаях акцент делается на соперничестве между экономическими агентами и поведением, которое оно порождает. Так, первый аспект дисциплинирует экономических агентов, придавая самой экономике порядок и согласованность. По словам Смита, хорошее хозяйство: «...может получить всеобщее распространение только в результате того свободного и всеобщего соперничества, которое вынуждает каждого прибегать к хорошему ведению хозяйства в интересах самозащиты». Хорошее ведение хозяйства является основой выживания экономических агентов в условиях свободной конкуренции.

Второй же аспект предполагает, что предприниматель, который первым внедрит какую-либо инновацию будет некоторое время получать дополнительную прибыль, пока процесс диффузии

технологий не «поглотит» эту дополнительную прибыль: «Когда же данная отрасль производства или торговли, или новый метод вполне упрочивается и становится общеизвестным, конкуренция уменьшает прибыль до обычного уровня ее в других отраслях» [2]. Таким образом, именно конкуренция порождает нововведения и всё более глубокое разделение труда.

По Смиту, свободная конкуренция предполагает отсутствие каких-либо барьеров для входа и выхода с рынка, и её необходимо защищать и не допускать появления монополий.

В целом, Смит выделял 5 условий для существования конкуренции [3]:

- конкуренты должны действовать независимо, а не в сговоре;
- количество конкурентов, как потенциальных, так и существующих, должно быть достаточным, чтобы исключить экстремальные выгоды;
- экономические единицы должны обладать достаточными знаниями о рыночных возможностях;
- должна быть свобода (от социальных ограничений) действовать в соответствии с этим знанием;
- должно пройти достаточно времени, чтобы ресурсы были задействованы в тех направлениях и количествах, которые желательны их владельцам.

Давид Рикардо был согласен со Смитом по поводу регулирующей роли конкуренции в отношении естественных цен: «стремление каждого капиталиста извлекать свои фонды из менее прибыльного и помещать в более прибыльное дело не позволяет рыночной цене товаров надолго оставаться или много выше, или много ниже их естественной цены. Именно конкуренция устанавливает меновую стоимость товаров на таком уровне, при котором после выдачи заработной платы за труд, необходимый для их производства, и покрытия всех прочих расходов, требующихся для того, чтобы применяемый капитал сохранял состояние своей первоначальной пригодности, остаток стоимости или избыток ее будет в каждой отрасли пропорционален стоимости затраченного капитала» [5]. Исследуя влияние конкуренции на заработную плату рабочих, Рикардо, как и Смит, был сторонником свободной конкуренции: «размеры заработной платы должны быть предоставлены частной и свободной рыночной конкуренции и никогда не должны контролироваться вмешательством законодательства» [5, с. 105].

В понимании Джона Стюарта Милля конкуренция стала играть значимую роль в ведении хозяйственной деятельности совсем недавно, а до этого главную роль в распределении благ и регулировании цен играл обычай – как преграда, как «лучший защитник слабых от сильных» [6], и формировавшееся на его основе право. Он противопоставляет конкуренцию обычаю: «Я говорю о тех случаях, в которых действие конкуренции ничем не ограничено, в которых конкуренция не встречает никаких помех и, в сущности дела, ни в искусственных препятствиях, но в которых результат определяется все-таки не конкуренцией, а обычаем или привычкой, а конкуренция либо вовсе не имеет места, либо проявляется образом, совершенно отличающимся от того, какой обычно считают для нее естественным» [6]. Также он отмечает, что «цены гораздо раньше подпадают под влияние конкуренции и в гораздо большей степени, чем ренты», что на оптовых и розничных рынках степень воздействия конкуренции на цены неодинакова и что «действие конкуренции проявляется в сокращении шансов каждого конкурента на получение вознаграждение, а не в снижении размеров самих вознаграждений».

Маркс, критикуя классических экономистов утверждал: «Мы не последуем примеру политэконома, который, желая что-либо объяснить, переносится в вымышленное им первобытное состояние. Такое первобытное состояние ничего не объясняет. ... т. е. он предполагает, как факт, в форме исторического события, то, что он должен объяснить» [7]. Маркс рассматривает конкуренцию во взаимосвязи с накоплением капитала: развитие капиталистической частной собственности и развитие конкуренции являются не только взаимозависимыми, оказывают влияние на взаимное развитие. «Частная собственность натравливает индивидов друг на друга и развязывает

соперничество; конкуренция с ее экономическими стимулами способствует развитию и обобщению отношений собственности» [8]. Автор продолжает мысль о том, что конкуренция заставляет цену колебаться около естественного уровня и побуждает предпринимателей (капиталистов) внедрять новшества в своё производство для выживания фирмы [8]. Но он также отмечает, что именно конкуренция заставляет капиталистов максимально использовать труд рабочих (против их воли) в погоне за максимальной прибылью [9]. В целом, политэкономы, включая Маркса, смотрели на конкуренцию как на силу, влияющую на цены и распределение благ на рынке.

Дальнейшее развитие теории конкуренции получила через трактовку конкуренции как рыночной структуры и применение математического аппарата. Первая заметная попытка математического моделирования конкуренции была предпринята Курно. В своей работе «Исследования математических принципов теории богатства» он заложил основы модели совершенной конкуренции: «последствия конкуренции достигли своего предела, когда объем производства каждой фирмы был незначительным, ... эта часть производства может быть вычтена из всего производства без каких-либо заметных изменений, приводящих к изменению цены товара» [10]. Также Курно разработал модель олигополии, а его математический подход вдохновил Вальраса, Маршалла и Джевонса [11].

Леон Вальрас построил модель общего равновесия в условиях свободной конкуренции. Для него конкуренция – это механизм, с помощью которого возникает меновая стоимость, предоставленная самой себе. «Если конкуренция функционирует более или менее хорошо, то меновая стоимость устанавливается более или менее строгим образом» [12], - заключает он. Для него рынок, где конкуренция проявляет себя наилучшим образом – это рынок, где продажа организована с помощью аукциона, где «ни

один обмен не происходит без того, чтобы условия сделок не были объявлены и известны, чтобы продавцы не имели возможности постепенно сбавлять цену, а покупатели — набавлять цену» [12].

Подход Маршалла к конкуренции предполагал, что «силы спроса и предложения действуют свободно, что не существует прочного объединения торговцев на обеих сторонах, что каждый выступает самостоятельно и что широко разворачивается свободная конкуренция, т.е. что покупатели обычно беспрепятственно конкурируют с покупателями, а продавцы столь же беспрепятственно конкурируют с продавцами» [13].

Уильям Стенли Джевонс, рассматривал конкуренцию и экономику в целом как математическую науку [14]. В его работах конкуренция была частью концепта совершенного рынка, который характеризовался 2 условиями [15]:

1. все торговцы обладают совершенным знанием условий спроса и предложения и вытекающего из этого соотношения обмена;

2. должна быть совершенно свободная конкуренция, чтобы любой мог обменяться с кем-либо другим за малейшее очевидное преимущество. Не должно быть никаких заговоров с целью поглощения и удержания поставок для получения неестественных соотношений обмена.

Хотя и Маршалл, и Вальрас, и Джевонс в своих трудах используют термин «свободная конкуренция», их работы заложили прочную основу для дальнейшего появления концепта совершенной конкуренции [16].

Фрэнсис Эджуорт был первым, кто попытался дать систематическое и строгое определение совершенной конкуренции [3]. Им были названы 4 условия совершенной конкуренции [17], которые могут быть сформулированы как необходимость 3 элементов [3]:

1. неограниченно большого числа участников с обеих сторон рынка;
2. полного отсутствия ограничений на индивидуальное эгоистичное поведение;
3. полной делимости продаваемых товаров.

Полностью сформулировать концепцию совершенной конкуренции удалось Фрэнку Найту. В своей работе «Риск, неопределенность и прибыль» он, формулируя 11 допущений для ситуации, когда группа людей производит блага для продажи на свободном от ограничений рынке [18], в допущениях

2, 4, 5, 6 и 9 характеризует условия совершенной конкуренции.

Так как совершенная конкуренция, является больше аналитическим инструментом экономистов, чем описанием реального положения дел на рынке, дальнейшее рассмотрение конкуренции происходило с позиции несовершенной конкуренции. Так, Пьеро Сраффа в своих статьях показал ограниченность области применения совершенной конкуренции [19]: совершенная конкуренция возможна только при одновременном наличии постоянной отдачи от масштаба и отсутствии внешних эффектов. А Эдвард Чемберлин разработал теорию монополистической конкуренции, которая характеризовалась как сочетание элементов монополии и конкуренции [20].

Важную роль в развитии подходов к трактовке конкуренции сыграла теория игр. Она позволила включить в модели взаимозависимость действий агентов. Здесь необходимо отметить работу Джона фон Неймана и Оскара Моргенштерна «Теория игр и экономическое поведение», где конкуренция рассматривалась как игра с ненулевой суммой и затратами на получение информации [21], и статьи Джона Нэша, где было сформулировано понятие равновесия по Нэшу - список стратегий (чистых или смешанных), по одной для каждой фирмы, с тем свойством, что ни одна фирма не хотела бы в одностороннем порядке менять свою стратегию [22].

Следует отметить особый взгляд представителей австрийской школы на конкуренцию. Так, Йозеф Шумпетер видел конкуренцию как разрушительный процесс, в ходе которого усилия, активы и состояния постоянно разрушались инновациями. Этот бесконечный процесс вытеснял старые технологии, чтобы освободить место для новых, но в итоге привел к гораздо большему экономическому росту, чем более стабильные, консервативные альтернативы [23]. А Фридрих Август фон Хайек представлял конкуренцию как «процесс формирования мнения: путем распространения информации она создает единство и согласованность экономической системы, ... Она формирует мнения людей о том, что есть самое лучшее и самое дешевое, и все, что люди реально знают о шансах и благоприятных возможностях» [24].

В 20-м веке активно исследовались институциональные аспекты конкуренции. Институциональный подход предполагал описание особенностей отдельных отраслей, чтобы приблизить теорию к реальности [25]. Концепт совершенной конкуренции ставился под сомнение, потому что он приводил к неправильным результатам, ведь рынки неоднородны, и поэтому институциональные особенности каждого конкретного рынка имеют первостепенное значение для понимания того, как будут действовать конкурентные силы. Также институционалисты подчеркивали, что, хотя конкуренция иногда приносит пользу, она также может быть разрушительной. Модели конкуренции дополнялись постулатом о частичной рациональности, также институты рассматривались в качестве критического ограничения, анализировалась роль трансакционных издержек как связи между институтами и издержками производства. Институциональный подход расширил экономическую теорию, включая идеи и идеологии в анализ, моделируя политический процесс как критический фактор в работе экономик, как источник разнообразных показателей экономик и как объяснение «неэффективных» рынков [26].

Подводя промежуточный итог можно заключить, что к настоящему времени подходы к трактовке конкуренции развиваются в различных направлениях, таких как эволюционном [27], социоэкономическом, [28] поведенческом [29], и др.

Конкурентоспособность

Развивая понятия и трактовки конкуренции, невозможно оставить без внимания такой концепт как конкурентоспособность, отражающий способность и возможность к рыночному соперничеству, который в настоящее время повсеместно используется в публикациях по менеджменту и управлению бизнесом. Как и в случае с конкуренцией, не существует эталонного определения. Конкурентоспособность может рассматриваться на разных уровнях [30] – на национальном, отраслевом уровнях и на уровне фирмы. И на этих разных уровнях конкурентоспособность может определяться с помощью различных характеристик и посредством анализа разных экономических

агентов.

В целом, многообразие подходов к конкурентоспособности и их развитие во времени может быть сведено к таблице 1.

Таблица 1 – Развитие подходов к трактовке конкурентоспособности

Уровень	Объект исследования	Определение	Метрики	Заметные представители
Национальный	Вся экономика	Способность производить и распространять продукты и/или услуги, которые могут конкурировать на международных рынках и которые одновременно повышают реальные доходы и уровень жизни своих граждан	Чистый торговый баланс, доля торговли на мировом рынке	Баумоль, МакЛеннан, Нортон
	Отрасль	Абсолютное или относительное преимущество в производительности при производстве конкретного товара.	Производительность труда, общая факторная производительность и т.д.	Смит, Рикардо, Портер, Пападакис
	Фирма	Совокупность конкурентоспособности всех фирм, действующих в пределах национальной границы, охватывающих отрасли или группу отраслей	Стоимость и качество продукта и/или услуги, доставки, имиджа бренда. и т.д.	Амсен, Фруин, Лоуренс
Отраслевой	Вся экономика	Возможность экспортировать или заменять импорт	Разница в ценах на внутреннем рынке по сравнению с международными ценами на продукцию, доля этой отрасли в мировой торговле, коэффициент проникновения импорта на внутренний рынок, общая производительность факторов производства, номинальный и эффективный уровень защиты и т.д.	Амсен, Портер, Шапиро
	Отрасль			Нельсон, Зисман и Тайсон
	Фирма			Коллис, Амсен

Уровень	Объект исследования	Определение	Метрики	Заметные представители
Фирма	Вся экономика	Конкурентное положение фирмы по отношению к ее конкурентам на национальном и международном рынках определяется тремя наборами взаимосвязанных факторов, а именно: стоимостью поставляемой продукции, характеристиками поставляемого продукта и представлениями пользователей о соответствии продукта/услуги их потребностям	Измеряется совокупной шкалой стоимостных характеристик продукта, а также восприятием пользователями и качеством продукта и/или услуги соответствия между скоростью доставки, имиджем бренда и т.д	Амсден, Брам, Хамел и Прахалад
	Отрасль			Амсден, Портер
	Фирма			Доз и Прахалад, Хамел и Прахалад

Конкурентная среда

Конкуренция предполагает соперничество за ресурсы, покупателей, продавцов, товары, услуги, лучшие условия и т.д. Во избежание силового нерыночного перераспределения ресурсов, в ходе своего исторического развития конкуренция «обрастает» нормами и правилами, а также следует за традициями в том или ином обществе. И происходит это в процессе институционализации конкуренции.

Институты, которые регулируют конкуренцию могут быть неформальными и формальными. Примером неформальных институтов могут служить институт репутации или обычаи делового оборота – сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской или иной деятельности, не предусмотренное законодательством правило поведения, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе [31].

Конкурентная среда представляет собой совокупность взаимодействий рыночных агентов в определенных условиях. Уже в работах Смита, Рикардо, Милля и др. так или иначе описываются условия, в которых осуществляется конкурентное взаимодействие. Среди этих условий могут быть наличие доступной информации, развитие технологий, присутствие обычаев, количество действующих фирм, наличие барьеров для входа и выхода и др.

Все эти особенности среды, в которой существуют агенты, и формируют такое явление как конкурентная среда, характеризуют её специфику. Большое внимание данному вопросу уделяется в менеджменте и маркетинге, который рассматривает внутреннюю и внешнюю среду фирмы, конкурентные силы, стратегии фирм и др. Также возможно трактовка конкурентной среды с применением инструментария институциональной экономики [32]. В целом, рассмотрение любых - социальных, технологических, поведенческих - условий конкуренции будет являться исследованием конкурентной среды.

Конкурентная среда подразумевает наличие субъектов, институтов их координирующих, а также объекта конкуренции (продукт, ресурсы и т.д.). Существуют различные подходы к её анализу, где авторы используют разные методики, коэффициенты и показатели. С углублением знания о самой экономике и её развитием (технологическом, институциональном и др.), меняются и подходы к анализу конкурентной среды. И потому встаёт необходимость рассмотреть несколько подходов к

анализу конкурентных сред и выбрать из них наиболее релевантный.

Одним из наиболее известных подходов к анализу конкурентной среды является подход пяти сил Майкла Портера, представленный в статье 1979 г. «How Competitive Forces Shape Strategy» [33]. В качестве субъектов конкурентной среды Майкл Портер выделяет 4 категории: «Клиенты, поставщики, потенциальные участники рынка и продукты-заменители — все это конкуренты, которые могут быть более или менее заметными, или активными в зависимости от отрасли» [33]. Главной целью анализа конкурентной среды по Портеру является создание эффективной стратегии фирмы.

Структурно анализ состоит из оценки 5 «конкурентных сил»: угрозы появления новых фирм, рыночной власти поставщиков, рыночной власти покупателей, угрозы со стороны субститутов и конкуренции за желаемое место.

Для оценки угрозы появления новых фирм Портер предлагает оценивать барьеры для входа в отрасль и ответную реакцию существующих конкурентов при появлении нового. Среди барьеров он выделяет: экономию на масштабе; дифференциацию продукта; объем капитальных затрат; высокие издержки, не зависящие от масштаба; доступ к каналам сбыта; законодательные ограничения. Описывая рыночную власть поставщиков и потребителей, Портер выделяет факторы силы поставщика – доминация нескольких компаний в отрасли, уникальность продукта, отсутствие конкуренции с другими схожими продуктами, важность поставок – и факторы силы покупателя – покупка большими партиями, стандартизированность продукта, важная роль покупаемого продукта для производства покупателя, низкая рентабельность покупателя, незначительное влияние закупаемой продукции на качество итогового продукта. Угроза субститутов в основном рассматривается с точки зрения наличия как таковых подобных товаров и их цен. А для борьбы с субститутами отрасль должна как-то отделить свои товары – новшествами или маркетинговыми инструментами.

Конкуренция за желаемое место оценивается через размеры и силу конкурентов, темпы роста отрасли, уровень дифференциации продукта, уровень постоянных затрат, ёмкость отрасли, барьеры для входа, стратегии конкурентов. В целом, подход Майкла Портера был высоко оценен сообществом менеджеров [34] и получил широкое распространение. Данный подход базируется как на количественных, так и на качественных данных, и может выступить базой для проведения анализа конкурентной среды современной экономики.

Другой подход к анализу конкурентных сред описан в книге Стивена Хилла «Managerial economics: the analysis of business decisions» [35]. Основными субъектами проводимого анализа выступают фирмы. Структурно анализ состоит из 6 разделов: число и распределение фирм по размерам, свобода входа на рынок, степень дифференциации продукта, доступность информации, концентрация покупателей, уровень интеграции и диверсификация продукции.

Автор считает факторы числа и распределения фирм по размерам, свободы входа на рынок и степень дифференциации продукта основными. Другие же 3 фактора являются дополнительными и их важность зависит от особенностей анализируемого рынка. Различные комбинации этих факторов относительно отрасли будут формировать рыночную структуру на условной шкале от монополии до совершенной конкуренции.

Для оценки конкурентной среды может использоваться перекрёстная эластичность для оценки нормы замещения. Подбирать товары-субституты, по словам автора, следует, используя классификаторы экономической деятельности. Также автор обращает внимание, что государственная политика по развитию и регулированию конкуренции действует как ограничение на осуществление и приобретение рыночной власти, что необходимо учитывать при проведении анализа конкурентной среды.

Далее мы рассмотрим подход к анализу конкурентных сред, встречающийся в работах российских исследователей. Так, в статье «Конкурентная среда рынков: институционально-экономические характеристики» [32] даётся авторское определение конкурентных сред –

«совокупность конкурентных взаимодействий рыночных агентов, направленных на получение конкурентных преимуществ и их максимально выгодную реализацию на рынке, координируемых установленными на каждом конкретном отраслевом рынке институциональными ограничениями». Данное определение акцентирует внимание на институтах, которые, по определению Джона Коммонса, являются: «коллективным действием по контролю, освобождению и расширению индивидуального действия» [36]. Автор выделяет 5 фундаментальных институтов конкурентной среды: право частной собственности, предпринимательство, финансы, институт экономических контрактов, институт антимонопольного регулирования. Таким образом, структура конкурентной среды представлена всеми рыночными агентами – от производителей и посредников до конечных потребителей – и государством, а также «институтами, регламентирующими правила трансакций» [32].

В статьях «Мониторинг конкурентной среды российского рынка государственных и муниципальных закупок» [37] и «Конкурентная среда рынка высшего образования Ростовской области» [38] производится непосредственный анализ конкурентных сред. Для начала определяются действующие в ней субъекты, даётся их качественная и количественная характеристика. Далее определяются основные направления конкурентной борьбы, например, цена, качество и др. Затем определяются основные институты, оказывающие влияние на деятельность агентов в отрасли, и анализируется характер, степень и динамика данного влияния, выделяются возможные или уже существующие институциональные ловушки.

Также следует отметить методологию, предлагаемую органами управления национальной экономикой, в частности ФАС РФ [39] которая выделяет основными субъектами рыночной среды – «хозяйствующие субъекты, реализующие в его границах рассматриваемый товар в пределах определенного временного интервала исследования товарного рынка», потенциальных продавцов, а также покупателей.

Исследование включает в себя следующие этапы:

1. определение временного интервала исследования товарного рынка;
2. определение продуктовых границ товарного рынка;
3. определение географических границ товарного рынка;
4. определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке в качестве продавцов и покупателей;
5. расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке;
6. определение уровня концентрации товарного рынка;
7. определение барьеров входа на товарный рынок;
8. установление доминирующего положения (при его наличии) хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов);
9. оценка состояния конкуренции на товарном рынке;

Необходимо подчеркнуть определение конкуренции, используемое ФАС РФ [40] – «соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке».

Можно сделать вывод, что методология анализа конкурентных сред ФАС РФ, в целом соответствует устоявшейся методологии анализа конкурентной среды, которая учитывает экономические и административные характеристики товарного рынка, не рассматривая отдельно его институциональные особенности.

Заключение

Итак, конкуренция является фундаментальным концептом в экономике, серьёзное теоретическое исследование которого началось в 18 в. и продолжается до сих пор. Подход к трактовке конкуренции претерпевал изменения во времени и на сегодняшний день отсутствует единое, эталонное определение. Дополняющие конкуренцию термины «конкурентоспособность» и

«конкурентная среда» также изменяются и дополняются новыми рассматриваемыми факторами и условиями вслед за углублением подходов к трактовке конкуренции.

В ходе своего исторического развития конкуренция «обрастает» нормами и правилами, а также следует за традициями. И исследователям, и органам власти необходимо учитывать процесс институционализации конкуренции, а также влияние формальных и неформальных институтов на неё при разработке своих научных и политических программ, соответственно.

Конкурентная среда как объект анализа и управления в современных реалиях выходит на передний план и требует фиксации точного понятийного аппарата. Существуют разные подходы к анализу конкурентной среды, отличающиеся набором исследуемых показателей. Разные подходы приводят к нетождественным результатам исследований, что очевидно отражается на характере и качестве принимаемых управленческих решений, а потому необходимо использовать наиболее комплексную и релевантную целям исследования методологию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Schumpeter, J. *Economic Doctrine and Method* – New York: Oxford University Press, 1954 – p. 103 – URL: <https://competitionandappropriation.econ.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/95/2017/08/SchumpeterEconomicdoctrine.pdf>
2. Smith, A. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Vol. I and II, vol. II of the Glasgow Edition of the Works and Correspondence of Adam Smith – Indianapolis: Liberty Fund, ed. R. H. Campbell and A. S. Skinner, 1981– I.ii.1 – URL: <https://competitionandappropriation.econ.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/95/1970/01/WN1-4.pdf> (Дата обращения: 15.12.2022).
3. Stigler, G. J. *Perfect Competition, Historically Contemplated* // *Journal of Political Economy* – 1957 – vol. 65, no.1 – p.1–17 – URL: <http://www.jstor.org/stable/1824830>
4. Kurz, H. D. *Adam Smith on markets, competition and violations of natural liberty* // *Cambridge Journal of Economics* – 2016 – vol. 40, no.2 – p.615–638 – URL: <http://www.jstor.org/stable/24695923>
5. Ricardo, D. *The works and correspondence of David Ricardo* – Indianapolis: Liberty Fund, edited by Piero Sraffa; with the collaboration of M. H. Dobb, 2004 – p.91 – URL: <https://competitionandappropriation.econ.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/95/1970/01/Principles-of-Political-Economy-and-Taxation-1817.pdf>
6. Mill, J.S. *Principles of Political Economy with some of their Applications to Social Philosophy* – London: Longmans, Green and Co., ed. William J. Ashley, Seventh edition, 1909 – II.4.3 – URL: <https://competitionandappropriation.econ.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/95/2016/06/PrinciplePoliticalEconomy.pdf>
7. Маркс, К. *Экономическо-философские рукописи 1844 года* – XXII – URL: http://www.hrono.ru/libris/lib_m/marks_ekofil04.html
8. Palermo, G. *Competition: a Marxist view* // *Cambridge Journal of Economics* – 2017 – Volume 41, Issue 6 – P. 1559–1585 – URL: <https://doi.org/10.1093/cje/bex006>
9. Маркс, К. *Капитал* – Глава 8. Часть 5. – URL: https://www.marxists.org/russkij/marx/1867/capital_vol1/21.htm
10. Cournot, A. *Researches into the mathematical principles of the theory of wealth* – New York: The Macmillan Company, translated by Nathaniel T. Bacon with a bibliography of mathematical economics by Irving Fisher, 1897 – p. 90 – URL: https://competitionandappropriation.econ.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/95/2016/08/Researches_into_the_mathematical_principles.pdf
11. Friedman, J. W. *THE LEGACY OF AUGUSTIN COURNOT* // *Cahiers d'économie Politique / Papers in Political Economy* – 2000 – vol. 37 – p. 31–46 – URL: <http://www.jstor.org/stable/43107480>
12. Вальрас, Л. *Элементы чистой политической экономии или Теория общественного богатства* – М.: Изорграф, 2000 – с. 36. – URL: https://www.biznesbooks.com/components/com_jshopping/files/demo_products/valras-l-elementy-chistoj-politicheskoy-ekonomii.pdf
13. Маршалл, А. *Принципы экономической науки* – с. 305 – URL: <http://www.library.fa.ru/files/Marshall.pdf> (Дата обращения: 18.12.2022).
14. Paul, E. F. W. *Stanley Jevons: Economic Revolutionary, Political Utilitarian* // *Journal of the History of Ideas* – 1979 – vol. 40, no.2 – p.267–283 – URL: <https://doi.org/10.2307/2709152>
15. Jevons, W.S. *The Theory of Political Economy* – London: Macmillan, 3rd ed, 1888 – p. 74 – URL: <https://competitionandappropriation.econ.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/95/2020/12/JevonsTheoryOfPoliticalEconomy.pdf>
16. Groenewegen, P. *Notions of Competition and Organised Markets in Walras, Marshall and some of the Classical Economists* – URL: <https://wp.unil.ch/walras/files/2011/03/02gronewegen.pdf>
17. Edgeworth, F. Y. *Mathematical Physics* – London: C. Kegan Paul & Co., 1 Paternoster Square, 1881 – p. 18 – URL: <https://competitionandappropriation.econ.ucla.edu/wp-content/uploads/sites/95/2020/12/mathpsychics.pdf>
18. Найт, Ф.Х. *Риск, неопределенность и прибыль* / Пер. с англ. – М.: Дело, 2003 – с. 81–86 – URL:

<https://howtotrade.biz/books/17%20-%20Risk%20neopredelennost%20i%20pribyl.pdf>

19. Newman, P., & Vassilakis, S. *Sraffa and imperfect competition* // Cambridge Journal of Economics – 1988 – vol.12, no.1 – p.37–42 – URL: <http://www.jstor.org/stable/23599522>

20. Chamberlin, E. *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value* – London: Geoffrey Cumberlege, Oxford University Press, 1949 – p.9 – URL: <http://digamoo.free.fr/chamberlin1933.pdf>

21. Shubik, M. *Information, Theories of Competition, and the Theory of Games* // Journal of Political Economy – 1952 – vol.60, no.2 – p.145–150 – URL: <http://www.jstor.org/stable/1825963>

22. Moorthy, K. S. *Using Game Theory to Model Competition* // Journal of Marketing Research – 1985 – vol.22, no.3 – 262–282 – URL: <https://doi.org/10.2307/3151424>

23. Hovenkamp, H. *Schumpeterian Competition and Antitrust* – 2008 – Faculty Scholarship at Penn Law. 788 – URL: https://scholarship.law.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=2790&context=faculty_scholarship

24. Фон Хайек, Фридрих. *Смысл конкуренции* // Современная конкуренция. 2009. №3 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smysl-konkurentsii> (дата обращения: 24.12.2022).

25. Panhans, M., & Schumacher, R. *Theory in closer contact with industrial life: American institutional economists on competition theory and policy* // Journal of Institutional Economics – 2021 – Vol. 17, no. 5 – p. 781-798 – URL: [doi:10.1017/S1744137421000357](https://doi.org/10.1017/S1744137421000357)

26. North, D. C. *Institutions and Economic Theory* // The American Economist – 2016. – vol. 61, No. 1 – p. 72–76 – URL: <https://doi.org/10.1177/0569434516630194>

27. Pontikes, E. *THE RED QUEEN: HISTORY-DEPENDENT COMPETITION AMONG ORGANIZATIONS* // Research in Organizational Behavior – 2005 – Vol. 26 – p.351–371 – URL: https://www.academia.edu/4463439/THE_RED_QUEEN_HISTORY_DEPENDENT_COMPETITION_AMONG_ORGANIZATIONS

28. Этциони, Амигаи. *Социоэкономика: дальнейшие шаги* // Экономическая социология. 2002. №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsioekonomika-dalneyshie-shagi>

29. Garcia, S. M., Tor, A., & Schiff, T. M. *The Psychology of Competition: A Social Comparison Perspective* // Perspectives on Psychological Science – 2013 – Vol. 8, no.6 – p. 634–650 – URL: <http://www.jstor.org/stable/44290069>

30. Shekhar Chaudhuri, & Sougata Ray. *The Competitiveness Conundrum: Literature Review and Reflections* // Economic and Political Weekly – 1997 – Vol.32, No.48, M83–M91 – URL: <http://www.jstor.org/stable/4406121>

31. Гражданский Кодекс РФ. Статья 5. Обычаи \ КонсультантПлюс – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/585de80c7025af76bcccaf43322ef6bc8f2817fd/

32. Жук А. А. *Конкурентная среда рынков: институционально-экономические характеристики* // Современная конкуренция. 2011. №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnaya-sreda-rynkov-institutsionalno-ekonomicheskie-harakteristiki>

33. Porter, E.M. *How Competitive Forces Shape Strategy* // Strategic Management – 1989 – URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-349-20317-8_10

34. Brandenburger, A. *Porter's Added Value: High Indeed!* // The Academy of Management Executive (1993-2005) – 2002 – Vol. 16, no. 2 – p.58–60 – URL: <http://www.jstor.org/stable/4165841>

35. Hill, S. *Managerial Economics: The Analysis of Business Decisions* – London: Red Globe Press, 1989 – 378 p. – URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-349-19852-8>

36. Commons, J. R. *Institutional Economics* // The American Economic Review – 1931 – vol. 21, no. 4 – p. 648–657 – URL: <http://www.jstor.org/stable/495>

37. Жук А.А., Белокрылова О.С. *Мониторинг конкурентной среды российского рынка государственных и муниципальных закупок* // Современная конкуренция. 2016. №5 (59). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/monitoring-konkurentnoy-sredy-rossiyskogo-rynka-gosudarstvennyh-i-municipalnykh-zakupok>

munitsipalnyh-zakupok

38. Вольчик В.В., Жук А.А., Корытцев М.А. Конкурентная среда рынка высшего образования Ростовской области // Пространство экономики. 2017. №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnaya-sreda-rynka-vysshego-obrazovaniya-rostovskoy-oblasti>

39. Приказ Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке от 28 апреля 2010 // электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс» – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902215421>

40. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция) – Статья 4. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе \ КонсультантПлюс – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/baabe5b69a3c031bfb8d485891bf8077d6809a94/

Theoretical basis of competitive environment research

Aleksandr Zhuk

Dr.Sc. in Economics
Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation
E-mail: zhukaa@sfedu.ru

Anton Vag

Master Degree Student
Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation
E-mail: vaganov.anton@mail.ru

Annotation. Modern conditions of functioning of the Russian economy dictate the need to strengthen the competitiveness of domestic market agents, as well as the formation of a relevant competitive environment to improve their performance by industry in particular and in the economy as a whole. This requires large-scale studies of the actual state of these parameters, which is impossible without the formation of basic scientific tools for analyzing the proposed economic phenomena.

To date, a unified scientific approach to the analysis of the competitive environment of markets and its elements has not been finally formed. Academics, analysts-practitioners and representatives of the state economic governance institutions interpret the competitive environment in different ways, which leads to different approaches to its analysis and evaluation of parameters, which prevents the unification of efforts in designing concepts of development of market agents, increasing their competitiveness and the formation of a competitive environment relevant to the current situation in the economy.

In conducting this study, we relied on the comparative approach of analyzing the existing interpretations of the examined phenomena, as well as identifying their evolution according to the development of socio-economic relations.

This study is devoted to the analysis of the evolution of scientific interpretations of the categories such as competition, competitiveness and competitive environment in order to identify a wide range of existing approaches to the definition of these phenomena, assess their relevance to the socio-economic processes prevailing to date, and to develop a methodological framework of analysis, that allows the development of recommendations to market agents and public authorities to improve competitiveness and quality parameters of the competitive environment.

Keywords: competition, competitiveness, competitive environment, evolution, institutions, research methodology