

УДК 339.137.2

КАРКАСЫ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ РЫНКА КАК ГРАНИЦЫ ПРОСТРАНСТВА КОНКУРЕНЦИИ

А.А. Кладова

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

Раскрывается авторская точка зрения на соотношение элементов, входящих в структуру конкурентной среды рынка, и прочих факторов, оказывающих или способных оказать влияние на конкурентные взаимодействия рыночных агентов. Указанные факторы рассматриваются автором в качестве составляющих элементов системы каркасов, формирующих границы пространства конкуренции на том или ином рынке.

Ключевые слова: рынок, конкуренция, конкурентная среда, пространство конкуренции

Конкуренция, ее субъекты, применяемые ими методы конкурентной борьбы, функции и последствия конкуренции, а также особенности ее трансформации относятся, по меткому выражению В.И. Певтеева, к «вечным темам в истории экономической мысли» [11, с. 34]. Преимущественным представлением о конкуренции в экономической литературе является толкование ее в качестве рыночного феномена, отражающего взаимодействие между фирмами.

Современные течения политической экономии – в частности, созданная В.А. Гордеевым политэкономическая концепция конкуренции и ее развития – трактуют конкуренцию как «производственное отношение, складывающееся в условиях рынка между хозяйствующими субъектами на основе их стремления к максимизации прибыли и проявляющееся в их преимущественно антагонистическом взаимодействии с целью занять наилучшее и устойчивое положение на рынке» [3, с. 160-184].

Разработанное нами в рамках политэкономического подхода и освещенное в ряде предыдущих публикаций [4] толкование сущности и структуры конкурентной среды рынка отталкивается от представления о ней как о внешнем проявлении конкурентных отношений на данном рынке. Исследование сущности конкурентных отношений на рынке тесным образом связано с тем, как именно понимаются границы, отделяющие конкуренцию на том или ином рынке от конкуренции на прочих рынках. Иными словами, полноценная трактовка конкурентной среды как внешнего проявления конкуренции немыслима, с нашей точки зрения, без четкой определенности относительно того, во что,

образно говоря, «упирается», чем ограничивается в конечном итоге совокупность конкурентных взаимодействий рыночных агентов.

По нашему мнению, конкурентная среда в самом общем виде может быть рассмотрена как совокупность внешних проявлений сущностных характеристик конкуренции, присущей тому или иному рынку в определенный период времени. Предлагаемый нами подход к толкованию взаимосвязи конкурентных отношений и конкурентной среды рынка как содержания и формы в отличие от традиционного для неоклассиков представления о конкуренции как о результате конкурентной борьбы, сущность и внешнее проявление которого допустимо исследовать в статике, в большей степени близок к подходу представителя неоавстрийской школы экономической мысли И. Кирцнера, согласно которому «конкуренция – не ситуация, а живой процесс» [8, с. 95]. Более того, весь «общественный процесс носит ярко выраженный конкурентный характер в том смысле, что разные действующие субъекты конкурируют между собой, осознанно или нет, за то, чтобы первыми обнаружить и использовать возможности получить прибыль» [15, с. 38]. По мнению И. Кирцнера, в статическом состоянии равновесия нет места деятельности, направленной на то, чтобы превзойти усилия других по удовлетворению желаний рынка, и, соответственно, неоклассические модели конкуренции, будучи равновесными моделями, представляют собой ситуации, в которых, как предполагается, уже достигнуты результаты соответствующих процессов, а конкуренция, по сути, отсутствует [8, с. 36, 97].

Опираясь на сущностную характеристику конкуренции как процесса, мы рассматриваем конкурентную среду как постоянно трансформирующуюся внешнюю сторону преимущественно антагонистических производственных отношений между хозяйствующими субъектами на основе их стремления к максимизации прибыли и к обеспечению наилучшего и максимально устойчивого положения на рынке. Трактующая таким образом конкурентная среда в качестве своих основных элементов имеет следующие три составляющие:

- фактически сложившиеся параметры субъектного состава конкурентной борьбы на соответствующем рынке;
- совокупность методов конкуренции, применяемых субъектами конкуренции на данном рынке;
- объект конкуренции, представляющий собой сложную многоаспектную категорию, по поводу которой субъекты вступают в антагонистические производственные отношения.

Подобное представление о структуре конкурентной среды рынка отличается от большинства освещенных в современной экономической литературе позиций, которым, как правило, присущ иной подход к выделению и характеристике спектра факторов и явлений, входящих в

такую структуру. Так, в рамках неоклассических взглядов к элементам конкурентной среды рынка вслед за М. Портером относят угрозы, обусловленные вхождением на рынок новых участников и появлением продуктов-субститутов, а также рыночную власть покупателей, рыночную власть поставщиков и соперничество между действующими конкурентами, в совокупности именуемые «конкурентными силами» [13, с. 40]. По мнению критиков данного подхода, однако, «силы конкуренции М. Портера не имеют универсального характера» [11, с. 52].

Более широкая неоклассическая трактовка включает в структуру конкурентной среды совокупность следующих шести факторов, воздействующих на рынок и характеризующихся определенной сферой действия, временным периодом и интенсивностью:

- государство и его политика в области регулирования конкуренции;
- предприятия, вступающие на рынок и обостряющие конкурентную борьбу;
- потребители продукции, оказывающие давление на предприятия отрасли;
- поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий на отраслевой рынок;
- производители товаров-заменителей, занимающих часть отраслевого рынка;
- непосредственно предприятия-производители (продавцы) продукции [1, с. 31-32].

Институциональное направление экономической мысли также характеризуется весьма широким взглядом на состав элементов, формирующих собой структуру конкурентной среды рынка. Подобный широкий взгляд, по-видимому, обусловлен тем фактом, что конкурентная среда для институционалистов, по сути, предстает в качестве совокупности условий для функционирования конкуренции, создаваемых неконкурентными средствами. В этом ключе в структуру конкурентной среды рынка представители рассматриваемого направления включают, например, право частной собственности, предпринимательство, финансы, институт экономических контрактов и институт антимонопольного регулирования рынка [6, с. 19].

Таким образом, учитывая узость нашей трактовки по сравнению с рассмотренными выше, возникает закономерный вопрос о том, что представляют собой прочие факторы, не рассматриваемые нами как элементы конкурентной среды рынка, однако объективно оказывающие или потенциально способные оказать влияние на конкурентные взаимодействия рыночных агентов. К последним, в частности, относятся такие категории, как конкурентоспособность и конкурентные преимущества оперирующих на рынке хозяйствующих субъектов,

институциональные особенности и географические лимиты рынка, а также многие другие явления и факторы.

Исключение нами указанных факторов из модели структуры конкурентной среды обусловлено тем, что эти и иные факторы представляются нам как своеобразные границы, остов, каркас конкурентной среды. В современной экономической литературе не встречается термин «каркас конкурентной среды», однако границы конкурентных взаимодействий рыночных акторов в том или ином объеме исследуются.

Так, неоклассический подход к толкованию указанной категории предполагает выделение трех типов границ:

- граница «кто», характеризующая такие особенности потребителя, как принадлежность к государственному или частному сектору, объем (численность), географические, демографические и психографические признаки;
- граница «что», характеризующая специфику реализуемого на соответствующем рынке продукта, в том числе цены, ассортимент, комплектность, репутацию продавца и т.п.;
- граница «как», отражающая технологию производства и реализации продукта, источники финансирования, связи между экономическими агентами, оперирующими на рынке и т.п. [18].

Проведенные в русле институционализма исследования границ конкурентных взаимодействий рыночных агентов, как правило, исходят из представления о конкурентной среде как о «рыночном окружении экономического агента, образованном в соперничестве за потребителя (клиента)» [10, с. 127]. Отталкиваясь от данного утверждения, ученые-институционалисты выделяют физические и образные границы экономических агентов, которые в процессе их конкурентных взаимодействий (чаще всего в форме дарвинистического отбора посредством экстенсивного расширения своих границ) не только соприкасаются, но и проявляют диффузионные свойства [10, с. 128]. Справедливо отмечая тот факт, что границы вообще «есть нечто, возникающее под воздействием импульсов» [10, с. 127], сторонники рассматриваемого интегративного институционального подхода выделяют два «рубежа» границ экономических агентов: «первый, создающийся изнутри, и второй, формирующийся под воздействием институциональной необходимости следования протоколу должного поведения» [10, с. 139].

Действительно, границы, понимаемые как некие, в первую очередь, институциональные пределы, лимиты поведения, возможного существования того или иного явления, процесса, «закладываются» как самой системой, так и более крупной системой, элементом которой является исследуемая система. Переноса данную идею на конкурентную

среду рынка как на систему и выстраивая теоретическую модель каркаса конкурентной среды рынка как совокупности ее границ, мы выделяем экзогенный каркас конкурентной среды рынка, к которому, в частности, следует относить институциональные особенности национальной экономики, и эндогенный каркас, формируемый отраслевыми особенностями данного рынка и спецификой (прежде всего, с точки зрения конкурентных преимуществ, роли инсайдера или аутсайдера) конкретных функционирующих на нем рыночных агентов.

Составляющие экзогенного каркаса, как нам представляется, задаются извне, и хотя в отдельных случаях данные составляющие могут подвергаться влиянию тех рынков, рамки конкуренции на которых они очерчивают, тем не менее, не порождаются данными рынками, а формируются более мощными конкретно-историческими проявлениями ключевых институциональных факторов социально-экономических систем. Перечень подобных факторов, выступающих в конкретном случае в качестве элементов экзогенного каркаса рыночной конкурентной среды, вряд ли может быть закрытым, поскольку чрезвычайно разнообразие условий и обстоятельств функционирования различных рынков в различные периоды времени и на различных территориях, невероятно велико. Тем не менее, как мы полагаем, в число универсальных элементов экзогенного каркаса конкурентной среды любого рынка следует включать институты права собственности, экономических контрактов и предпринимательства как играющих роль базовых институтов институциональной основы национальных экономик, а также ряд наднациональных институтов мировой экономики, включая институты глобального ценообразования и самой глобализации в ее экономическом и политическом аспектах.

Элементы эндогенного каркаса конкурентной среды рынка, с одной стороны, находятся под влиянием экзогенного каркаса, а с другой – определяются тем, каковы специфические характеристики ключевого для рынка данного продукта, а также особенностями реализующих данный продукт рыночных агентов, которые принимают решение участвовать в конкурентной борьбе на таком рынке. По сути, эндогенный каркас рыночной конкурентной среды порождается самим рынком и, формируясь под воздействием его особенностей и параметров экзогенного каркаса, сам порождает специфику входящих в структуру конкурентной среды элементов. Как и экзогенный каркас, каркас данного типа может быть структурирован лишь приблизительно, однако в качестве его обязательных составных частей мы рассматриваем географические, продуктовые и временные границы данного рынка, свойственный ему в тот или иной момент тип рыночной структуры, а также размеры и конкурентоспособность оперирующих на данном рынке рыночных агентов. Условно говоря, эндогенный каркас конкурентной среды рынка можно рассматривать в качестве

своеобразной шкалы, относительно которой оперирующие на данном рынке субъекты «измеряют свои конкурентные преимущества» [17, с. 76], или в качестве непосредственных границ «игрового поля», на котором ведется рыночная «игра» конкурентов.

Следует отметить, что сам термин «каркас», предлагаемый нами для описания системы границ конкурентной среды рынка, не означает однозначной жесткости и ригидности указанной системы границ. По мере глобализации рынков многочисленные границы сметаются, физические пределы сменяются неосязаемыми, время превращается в критически значимый фактор существования, а мобильность (людей, товаров, знаний, идей) обуславливает возникновение все новых связей в глобальной экономической системе [16, с. 14].

Как и сами границы экономических агентов, каркасы конкурентной среды способны, на наш взгляд, условно «растягиваться» за счет расширения состава факторов, составляющих собой данные каркасы, либо «сжиматься» (что, как представляется, происходит с меньшей частотой ввиду существующей в экономике общей тенденции к усложнению явлений, процессов и связей между ними, приводящей к возникновению их новых форм). При этом мы склонны считать выделение в работах ученых-институционалистов «жесткого и мягкого» типа контуров [10, с. 138] (в нашем случае – каркасов) экономической системы обоснованным. Применительно к предлагаемой в настоящей статье модели системы каркасов мягким (то есть более пластичным, проницаемым, «текучим») мы считаем эндогенный каркас конкурентной среды рынка, а жестким – ее экзогенный каркас.

Очерченные таким образом внешние и внутренние границы антагонистических конкурентных взаимодействий хозяйствующих субъектов определяют пределы конкурентной среды как «пространства конкуренции» [14, с. 116] или, иначе, «арены конкуренции» [2, с. 210] на данном рынке. При этом пространство конкуренции не сводится, по нашему мнению, к простой совокупности географических границ рынка, будучи существенно более широкой категорией. В посвященной пространственным аспектам конкуренции литературе справедливо, по нашему мнению, отмечается тот факт, что «арена конкуренции всегда более широкое понятие, чем рынки» [2, с. 210], не тождественное конкретным территориям, а, скорее, представляющее собой симбиоз политических, экономических и культурных факторов.

Отталкиваясь от предложенной нами модели каркаса рыночной конкурентной среды, мы предлагаем толковать пространство конкуренции на конкретном рынке как совокупность географических, институциональных и экономических факторов, ограниченных рамками экзогенного и эндогенного каркасов конкурентной среды, в условиях действия которых осуществляются конкурентные отношения между действующими на данном рынке рыночными агентами.

Список литературы

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с.
2. Галиуллина Г.С., Воцкий А.З. Геоэкономическое пространство конкуренции региональной экономики // Вестник Челябинского государственного университета. 2006. №1. С. 207-213.
3. Гордеев В.А. Конкуренция и ее развитие: Монография. Ярославль: Изд-во ЯГТУ, 2008. 299 с.
4. Гордеев В.А., Кладова А.А. Модификация конкурентной среды банковского рынка в Российской Федерации // Теоретическая экономика. 2015. №4 (28). С. 49–57.
5. Емелин А.В. Создание института Общественного примирителя (Финансового омбудсмана) на финансовом рынке России // Деньги и кредит. 2011. №1. С. 46–49.
6. Жук А.А. Конкурентная среда рынков: институционально-экономические характеристики // Современная конкуренция. 2011. №4(28). С. 15–22.
7. Иншаков О.В. Экономические институты и институции: к вопросу о типологии и классификации // Социологические исследования. 2003. №9. С. 42–51.
8. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство./ пер. с англ. Под ред. проф. А.Н. Романова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 239 с.
9. Клейнер Г.Б. Особенности формирования экономических институтов в России // Экономика и математические методы. 2003. №3. Том. 39. С. 3–17.
10. Кузьмин Е.А. Конкурентная среда: границы экономического агента (транзакционный аспект проблемы) // Современная конкуренция. 2014. №1(43). С. 127–141.
11. Мелиховский В.М. Критика концепции сил конкуренции Майкла Портера, и оценка их функционирования на рынке знаний. Теоретическая экономика. 2014. №4. С. 51–53.
12. Пефтиев В.И., Титова Л.А. Глобальная конкуренция: особенности феномена. Теоретическая экономика. 2014. №1. С. 33–39.
13. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов /пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.
14. Рубин Ю.Б. Система конкурентных действий участников рынка // Современная конкуренция. 2014. №3. С. 113–141.
15. Уэрта де Сото, Х. Австрийская экономическая школа: рынок и предпринимательское творчество / пер. Б. Пинскер. Челябинск: Социум, 2009. 212 с.
16. Brondoni S.M. Market-Driven Management, Competitive Space and Global Networks [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.unimib.it/upload/gestioneFiles/Symphonya/lasteng/f20081/brondoni_eng12008.pdf. – Дата доступа: 01.06.2015.
17. Rancati E. Market-Driven Management, Global Markets and Competitive Convergence [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/sym/PDF/symjournal146.pdf>. – Дата доступа: 02.06.2015.
18. Tuttle D. Visualizing Innovation and Growth: Three visual methods to identify opportunities in the competitive space [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

THE FRAMEWORKS OF A MARKET'S COMPETITIVE ENVIRONMENT AS THE BORDERS OF COMPETITIVE SPACE

A.A. Kladova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

The article presents the authors' point of view on the relationship between the elements constituting the structure of a market's competitive environment and other factors and phenomena, which influence or are able to influence competitive interactions of market agents. The authors interpret these factors and phenomena as the elements of a framework system, which forms the limits of a market's competitive space.

Keywords: *market, competition, competitive environment, competitive space*

Об авторе:

КЛАДОВА Анна Анатольевна – соискатель ученой степени кандидата экономических наук, ФГБОУВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», e-mail: kladova.aa@yandex.ru

About the author:

KLADOVA Anna Anatol'evna – aspirant for a degree of Cand. Econ. Sci., FSEBIHE “Financial University under the Government of the Russian Federation”, e-mail: kladova.aa@yandex.ru

References:

1. Azoev G.L. Konkurencija: analiz, strategija i praktika. M.: Centr jekonomiki i marketinga, 1996. 208 s.
2. Galiullina G.S., Vockij A.Z. Geojekonomicheskoe prostranstvo konkurencii regional'noj jekonomiki // Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2006. №1. S. 207-213.
3. Gordeev V.A. Konkurencija i ee razvitie: Monografija. Jaroslavl': Izd-vo JaGTU, 2008. 299 s.
4. Gordeev V.A., Kladova A.A. Modifikacija konkurentnoj sredy bankovskogo rynka v Rossijskoj Federacii // Teoreticheskaja jekonomika. 2015. №4 (28). S. 49–57.
5. Emelin A.V. Sozdanie instituta Obshestvennogo primiritelja (Finansovogo ombudsmena) na finansovom rynke Rossii // Den'gi i kredit. 2011. №1. S. 46–49.
6. Zhuk A.A. Konkurentnaja sreda rynkov: institucional'no-jekonomicheskie harakteristiki // Sovremennaja konkurencija. 2011. №4(28). S. 15–22.
7. Inshakov O.V. Jekonomicheskie instituty i institucii: k voprosu o tipologii i klassifikacii // Sociologicheskie issledovanija. 2003. №9. S. 42–51.

8. Kirchner I. Konkurencija i predprinimatel'stvo./ per. s angl. Pod red. prof. A.N. Romanova. M.: JuNITI-DANA, 2001. 239 s.
9. Klejner G.B. Osobennosti formirovanija jekonomicheskikh institutov v Rossii // Jekonomika i matematicheskie metody. 2003. №3. Tom. 39. S. 3–17.
10. Kuz'min E.A. Konkurentnaja sreda: granicy jekonomicheskogo agenta (transakcionnyj aspekt problemy) // Sovremennaja konkurencija. 2014. №1(43). S. 127–141.
11. Melihovskij V.M. Kritika koncepcii sil konkurencii Majkla Portera, i ocenka ih funkcionirovanija na rynke znanij. Teoreticheskaja jekonomika. 2014. №4. S. 51–53.
12. Peftiev V.I., Titova L.A. Global'naja konkurencija: osobennosti fenomena. Teoreticheskaja jekonomika. 2014. №1. S. 33–39.
13. Porter M. Konkurentnaja strategija: Metodika analiza otraslej i konkurentov /per. s angl. M.: Al'pina Biznes Buks, 2005. 454 s.
14. Rubin Ju.B. Sistema konkurentnyh dejstvij uchastnikov rynka // Sovremennaja konkurencija. 2014. №3. S. 113–141.
15. Ujerta de Soto, H. Avstrijskaja jekonomicheskaja shkola: rynek i predprinimatel'skoe tvorcestvo / per. B. Pinsker. Cheljabinsk : Socium, 2009. 212 s.
16. Brondoni S.M. Market-Driven Management, Competitive Space and Global Networks [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.unimib.it/upload/gestioneFiles/Symphonya/lasteng/f20081/brondoni_eng12008.pdf. – Data dostupa: 01.06.2015.
17. Rancati E. Market-Driven Management, Global Markets and Competitive Convergence [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/sym/PDF/symjournal146.pdf>. – Data dostupa: 02.06.2015.
18. Tuttle D. Visualizing Innovation and Growth: Three visual methods to identify opportunities in the competitive space [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.umflint.edu/sites/default/files/groups/School_of_Management/MFB_C/resources/mcel_competitive_space.pdf. – Data dostupa: 01.06.2015.