

УДК 339.137.2  
ББК 65.290.2

DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.358

**Kravtsevich Sergey Vitalevich**,  
candidate of economics,  
associate professor of the department of finance,  
credit and accounting  
of Chita Institute  
of the Baikal State University,  
Chita,  
e-mail: sergeykravtsevich1980@mail.ru

**Кравцевич Сергей Витальевич**,  
канд. экон. наук,  
доцент кафедры финансов,  
кредита и бухгалтерского учета  
Читинского Института  
Байкальского Государственного Университета,  
г. Чита,  
e-mail: sergeykravtsevich1980@mail.ru

## СОВРЕМЕННЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О КОНКУРЕНЦИИ

### MODERN VIEWS ON COMPETITION

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (5. Экономика труда)

08.00.05 – Economics and management of national economy (5. Labor Economics)

*Рассматриваются теоретико-экономические взгляды и учения ученых-современников на конкуренцию, имеющие две составляющие — это диалектико-идеалистические представления, которые раскрывают социальный аспект рассматриваемой экономической категории и формируют поведенческий, ценностный и др. подходы к анализу конкуренции, и диалектико-материалистические позиции, которые раскрывают материалистический аспект экономической категории, формируя функциональный, качественный и др. подходы к анализу конкуренции. В частности, рассматриваются два направления к пониманию конкуренции, формируемые западной школой в лице ее крупнейшего представителя М. Портера, и формируемые отечественной школой, представителями которой являются Р. А. Фатхутдинов, Г. Л. Азоев, А. Ю. Юданов, Е. И. Мазилкина и Г. Г. Паничкина, А. Л. Денисова и Т. М. Уляхин, Ю. Б. Рубин. Так, западная школа изучает конкуренцию с диалектико-идеалистических позиций, предполагающих рассмотрение конкуренции как поведение хозяйствующего субъекта или как социально-экономические процессы, и где сущность конкуренции раскрывается через понятие конкурентного преимущества. Отечественная школа изучает конкуренцию с диалектико-материалистических позиций, предполагающих рассмотрение конкуренции как среды протекания рыночных процессов или как социально-экономическое явление, и где сущность конкуренции раскрывается через понятие конкурентоспособности. Вклад научных направлений и учений о конкуренции, формирующих подходы к пониманию конкуренции, позволяют рассмотреть и научно оформить теоретико-методологические основы анализа конкуренции. Современные представления о конкуренции выступают началом научности в становлении конкуренции, которое выражается в формировании методологии научного исследования конкуренции и, прежде всего, как меновых процессов и явлений. Также в отношении конкуренции становится возможным рассмотрение понятия развития, а также рассмотрение методологии развития. Это, прежде всего, концепции синергетического и кибернетического развития и принципы развития, менеджмента и управления конкуренцией.*

*Theoretical and economic views and teachings of scientists to competition are examined, which consist of two components: dialectic idealistic views that reveal the social aspect of the considered economic category and generate behavioral,*

*value, etc. approaches to the analysis of the competition; and dialectic materialistic positionns that reveal the materialistic aspect of economic categories, creating functional, quality, etc. approaches to the analysis of the competition. In particular, there are two directions to understanding the competition generated by the Western school, represented by its largest representative M. Porter, and formed the patriotic school. Representatives of the patriotic school were R. A. Fathutdinov, G. L. Azoev, A. Yu. Judanov, E. Mazilkina and G. Panichkina, A. L. Denisova and T. M. Ulyakhin, Yu. B. Rubin. So Western School studies competition with dialectic idealistic positions involving consideration of competition as the behavior of an entity or as a socio-economic processes, where the essence of competition is revealed through the concept of competitive advantage. The domestic school studies competition with dialectic-materialistic positions involving consideration of competition as the environment for market processes or as a socio-economic phenomenon, where the essence of competition is revealed through the concept of competitiveness. Contribution of scientific researches and studying of competition establishing approaches to understanding competition allows considering and drawing up scientific theoretic-methodological basis of competition analysis. Modern views on competition serve as the beginning of scientism in formation of competition, which resulted in formation of the methodology of the scientific research of competition, and foremost as exchange processes and phenomena. Additionally, it becomes possible to consider the concept of development relative to competition, as well as methodology of development. This is, first and foremost, the concepts of synergistic and cyber development and principles of development, management and administration of competition.*

*Ключевые слова: конкуренция, конкурентное преимущество, конкурентоспособность, менеджмент конкуренции, управление конкуренцией, подходы к конкуренции, конкурентные процессы, конкурентная среда, система развития конкуренции, синергизм конкуренции, внутренняя конкуренция, внешняя конкуренция.*

*Keywords: competition, competitive advantage, competitive edge, competition management, management, competition, approaches to competition, competitive processes, competitive environment, competition, synergy development system of competition, internal competition, external competition.*

## Введение

Современная экономическая мысль при рассмотрении категории «конкуренция» все чаще обращается к ее сущности, не останавливаясь на описании явлений конкуренции и указании ее роли в общественных и экономических процессах. Исследователей занимает вопрос осмысления конкуренции как процессов и отношений обмена. В связи с этим исследователи, начиная с Майкла Портера, вводят в понятийный аппарат экономической науки трилогию понятий «конкуренция», «конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность».

Современные научные исследования в области конкуренции представлены двумя альтернативными (антагонистичными) в своей методологии школами. Представители западной школы теории конкуренции М. Портера, М. Сакакибара, Х. Такеути в своих исследованиях исходят из идеалистических представлений о конкуренции как о конкурентных преимуществах субъектов хозяйствования, где конкурентоспособность выступает средством познания и предметом оценки (то есть методологическим инструментарием) конкуренции. Представители отечественной школы теории конкуренции В. Л. Абрамов, З. Т. Алиев, Г. Л. Азоев, Г. А. Васильев, Ю. Я. Еленева, Н. К. Моисеева, Р. А. Фатхутдинов, А. Н. Фоломьев, А. П. Челенков, А. Ю. Юданов, И. В. Липсиц, М. И. Гельвановский исходят из материалистических позиций в представлении конкуренции, раскрывая сущность конкуренции через конкурентоспособность объектов хозяйствования, где конкурентные преимущества выступают средством познания и предметом исследований конкуренции.

В целом современные методологические взгляды на конкуренцию имеют две составляющие — это *диалектико-идеалистические представления*, которые раскрывают социальный аспект рассматриваемой экономической категории и формируют поведенческий, ценностный и др. подходы к анализу конкуренции, и *диалектико-материалистические позиции*, которые раскрывают материалистический аспект экономической категории, формируя функциональный, качественный и др. подходы к анализу конкуренции.

**Научная новизна** исследования состоит в выделении методологического признака к анализу конкуренции и группировке научных взглядов и подходов к анализу конкуренции на два направления развития теории конкуренции: диалектико-идеалистические и диалектико-материалистические представления.

**Целями и задачами** исследования являются изучение научных трудов ведущих исследователей в области теории конкуренции; формулирование основных научных результатов исследователей, их научного вклада в развитии теории конкуренции; группировка научных взглядов и подходов к анализу конкуренции по двум направлениям: диалектико-идеалистическое и диалектико-материалистическое направление. Также целью данного исследования становится изучение и систематизация теоретико-методологических аспектов к анализу конкуренции.

## Основная часть

Современником в исследованиях конкуренции, конкурентоспособности и конкурентных преимуществ является Майкл Портер. Результаты его научных исследований представлены в таких трудах, как «Конкурентное преимущество», «Конкурентная стратегия», «Конкуренция» и «Международная конкуренция» [1; 2; 3].

Выделяя в качестве предмета исследования конкуренцию, М. Портер применяет принципиально иной подход к анализу меновых (социально-экономических) систем, исследуя не рыночный механизм (места и способы взаимодействия рыночных агентов, функционирование законов спроса и предложения), а поведение хозяйствующих субъектов и отношения, в которых они состоят — конкурентные процессы [3, с. 39; 4; 5].

Анализ конкурентных отношений хозяйствующих субъектов (агентов) предполагает введение понятий «конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность». Имеющиеся в научной терминологии понятия сравнительного преимущества Д. Риккардо и абсолютного преимущества А. Смита<sup>1</sup> не позволяют объяснить существа протекания конкурентных процессов и, как следствие, объяснить причины лидерства. Под конкурентным преимуществом понимается ценность (цепочка ценностей) хозяйствующего субъекта, тогда как под абсолютным или сравнительным преимуществом понимается какой-либо объект — фактор производства. М. Портер указывает отличие конкурентного преимущества как ценности (цепочки ценности) от сравнительного или абсолютного преимущества как некоторого обстоятельства. Следовательно, ценность можно приобрести или утратить, создавая или разрушая для этого соответствующие условия<sup>2</sup>, тогда как абсолютными и сравнительными преимуществами можно только обладать вследствие исторического наследия или управленческого воздействия (закупок, перенесения производства в зону с дешевыми факторами производства) или не иметь вследствие истощаемости факторов производства или вследствие их сравнительного удорожания. Не имея материально-вещественной основы, конкурентное преимущество как «цепочка ценностей» по М. Портеру имеет причинно-следственный характер своего образования, и изменение какой-либо ценности во всей цепочке может привести к изменению ценности в целом.

Предметное рассмотрение конкурентных процессов и, следовательно, их понятийное осмысление позволяет перейти от описательно-объяснительного анализа конкуренции к причинно-следственному анализу конкурентных отношений в меновых системах. При описании конкурентного поведения субъектов хозяйствования и конкурентных процессов в целом М. Портер вводит в понятийно-категориальный аппарат понятие «сила»<sup>3</sup>, под которой он понимает «цепочку ценностей» или совокупность причинно-следственных отношений обстоятельств окружающей действительности («вещей»), имеющих направленное действие (мотив) [3, с. 52–53].

<sup>1</sup> Как правило, в практике анализа экономических систем и объяснения успеха (лидерства) экономических агентов эти понятия употреблялись в отношении факторных издержек.

<sup>2</sup> Путем «встроенных стабилизаторов», через мировое сообщество — прямое воздействие на конкурентное преимущество, а через институт собственности, транснациональные (межрегиональные) компании — косвенное воздействие на конкурентное преимущество.

<sup>3</sup> Сила — в математике это величина векторная и в каждый момент времени характеризуется численным значением, направлением в пространстве и точкой приложения. В физике это сложное явление, отражающее отношение массы тела и его ускорения в пространстве и во времени.

Раскрывая существо конкуренции пятью силами, что и выступает новизной в анализе меновой системы, М. Портер тем самым определяет (задает) конкуренцию как процесс поведения фирм, что, в свою очередь, позволяет не только описать рыночные связи с помощью кластеров (рыночную конъюнктуру), но и задавать их посредством менеджмента конкуренции [3, с. 92–94]. Таким образом, описание конкурентных процессов требует выделение признаков, по М. Портеру — это «силы», на которых выстраивается конкурентное поведение хозяйствующего субъектов. Причем содержание признаков определяется предметной и объектной направленностью исследования конкуренции.

Рассматривая динамику национального преимущества, М. Портер выделяет шесть параметров страны — «детерминанты конкурентных преимуществ», которые определяют конкурентное положение фирм на рынке, и доказывает, что «действие отдельных детерминант соединяется в динамическую систему» [3, с. 149, 153]. Таким образом, действие конкурентных «сил», а значит, влияние конкурентного поведения и протекание конкурентных процессов М. Портер описывает детерминантами национальной конкурентоспособности [3, с. 153], тем самым формируя понятийные представления о конкурентной среде и ее компонентах, а также формируя понятийные представления о свойстве конкурентоспособности как результате обладания субъектом хозяйствования конкурентным преимуществом.

М. Портер высказывается и одновременно на эмпирическом материале доказывает обладание «национальным ромбом» — синергетическим свойством. Наличие этого свойства позволяет описать конкурентные процессы (конкуренцию) через совокупность причинно-следственных отношений — «цепочки ценностей» (конкурентных преимуществ) — по отношению к конкретному субъекту хозяйствования и тем самым объяснить обстоятельства его конкурентоспособности (в случае М. Портера — конкурентоспособности стран). Наличие синергетического свойства у «национального ромба» обуславливает введение в теоретический анализ понятия «кластер»<sup>4</sup> как формы проявления синергетического эффекта [3, с. 153].

Рассуждая о синергизме «национального ромба», делается вывод о диалектическом переходе от совокупности «цепочки ценностей», которая воплощается в конкурентное преимущество, к свойству конкурентоспособности, а синергетическим эффектом становится появление новой формы ведения бизнеса — кластера. Таким образом, синергизмом «национального ромба», по М. Портеру, объясняется введение трилогии понятий «конкуренция», «конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность», где «конкурентное преимущество» является понятием, раскрывающим сущность процесса конкуренции, а «конкурентоспособность» — понятием, характеризующим процессы конкуренции (оценочное понятие) (см. рисунок).



Рисунок. Методологические подходы к анализу конкуренции

В связи с этим нами определяется конкуренция как динамическая система (детерминанты конкурентных преимуществ), обусловленная появлением и утратой конкурентных преимуществ в определенный момент времени или на определенном этапе развития.

Представителем отечественной школы конкуренции выступает Р. А. Фатхутдинов [6; 7]. На протяжении более 15 лет он занимается исследованиями конкуренции и конкурентоспособности национальной экономики. Результаты его исследований оформлены в научных трудах «Стратегическая конкурентоспособность», «Инновационный менеджмент», «Управление конкурентоспособностью организаций» и др.

Р. А. Фатхутдинов определяет конкуренцию так: «Конкуренция — процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами на конкретном рынке (территории)

для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях» [7, с. 30].

Р. А. Фатхутдинов предлагает к рассмотрению концепцию конкурентоспособности производственных систем [6, с. 197]. Собственно, на параметры «входа» и «выхода» производственных систем накладывается требование конкурентоспособности. Причем на «вход» системы требование конкурентоспособности накладывается как комплексная характеристика объектов хозяйствования (ресурсов), на «выход» системы — как свойство объекта хозяйствования (товара). Отсюда следует, что вместе с развитием производственной системы развивается конкуренция как среда функционирования производственных систем.

<sup>4</sup> Кластер (пучок, пакет, блок) — это естественные образования аналогичных по каким-либо свойствам групп. По М. Портеру, кластер — это группы успешно конкурирующих фирм ... обеспечивая конкурентные позиции на рынках: отраслевом, национальном, мировом. Определение М. Портером групп отраслей кластером обуславливается единством отраслей в пользовании ресурсами, технологиями, инфраструктурой [3, с. 7, 157].

Распространение концепции конкурентоспособности на производственные системы предполагает, что развитие конкуренции происходит не только в рамках меновых систем, но и в рамках производственных систем, а сама система развития носит интегрированный характер. В частности, развитие конкуренции предполагает реализацию концепций синергетического развития (менеджмента) и концепции кибернетического развития (управления) конкуренции. Отметим, что М. Портер рассматривает развитие конкуренции исключительно в меновых системах, в рамках синергетической концепции развития.

Научные взгляды Р. А. Фатхутдинова оформляют диалектико-материалистический подход к анализу конкуренции, где содержание понятия конкуренции раскрывается через исследование комплексных характеристик объектов хозяйствования. При этом конкурентное поведение субъектов хозяйствования определяется стратегической конкурентоспособностью. При данном подходе очевидно прослеживается связь «конкурентоспособности» и «конкурентного преимущества» через диалектический переход качеств в рамках кибернетического эффекта (см. рисунок).

Другим исследователем конкуренции — Г. Л. Азовым — были раскрыты и теоретизированы многие положения М. Портера. Г. Л. Азов определяет конкуренцию в ее классических представлениях (конкуренция — соперничество). Г. Л. Азов рассматривает факторы развития конкуренции и отмечает, что конкурентные преимущества выступают средством достижения успеха. «Конкурентные преимущества являются концентрированным проявлением превосходства над конкурентами в экономической, технической, организационной сферах деятельности предприятий...» [8, с. 40].

Вклад Г. Л. Азова состоит в том, что исследователь интегрирует учения западной отечественной школы, предлагая к рассмотрению конкуренции комплексный подход, предполагая рассмотрение различных типов конкуренции.

При анализе категории конкуренции Г. Л. Азов обращается к понятиям конкурентного преимущества и конкурентоспособности и рассматривает их «причинно-следственные различия». Г. Л. Азовым определяется, что «... конкурентоспособность является результатом, фиксирующим наличие конкурентных преимуществ» [8, с. 48]. Таким образом, в своих рассуждениях Г. Л. Азов выходит на трилогию понятий конкуренции («конкуренция», «конкурентные преимущества» и «конкурентоспособность») через указания связи этих понятий, которую определяет как «причинно-следственные различия».

При изучении парных понятий «конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность» Г. Л. Азов обращается к системному подходу [8, с. 48, рис. 5.11]. Им находится объект исследования: товар, предприятие, отрасль и т. д. Таким образом, Г. Л. Азов косвенно выходит на представление о «системе конкуренции», которая представима конкуренцией товаров, конкуренцией предприятий и т. п.

При рассмотрении «иерархической связи изучаемых понятий относительно причинно-следственных различий» Г. Л. Азовым однозначно устанавливается связь «конкурентного преимущества» и «конкурентоспособности» (КП→КСП), где последняя рассматривается как «результат наличия конкурентного преимущества» [8, с. 48].

В тоже время он говорит о комплексности проявления конкурентных преимуществ, рассматривая их как признаки хозяйствующих субъектов, участвующих в конкурентных процессах [8, с. 48]. Поиск и формирование конкурентного

преимущества Г. Л. Азов видит через «диагностику основных характеристик конкурентной среды, факторов, которые определяют ее активность» [8, с. 50]. Результатами реализации технологии поиска и формирования конкурентных преимуществ становится конкурентная карта, характеризующая положение объектов хозяйствования на рынке по силе их конкурентных преимуществ. Исследования Г. Л. Азова дополняют теорию конкуренции методическими знаниями по «поиску конкурентных преимуществ», их обнаружению и выделению в совокупность требований функционирования рынков.

Таким образом, рассматривая конкурентоспособность как способность объекта исследования и гипотетически допуская через методологию диалектического перехода (КСП→КП) рассмотрение конкурентоспособности как комплексной характеристики, можно утверждать, что данное понятие рассматривается в двух аспектах. В методологическом аспекте — как свойство хозяйствующего объекта, которое можно описать (и классифицировать) и представить как результат, и в сущностном аспекте — как комплекс характеристик хозяйствующих объектов, которые можно оценить и которые могут выступать предметом управленческого воздействия [8, с. 49].

Принципиально иной позицией в изучении конкуренции Г. Л. Азова от М. Портера является методологический подход. Если М. Портер предлагает исследовать конкуренцию SWOT-анализом, то есть через анализ конкурентных преимуществ, то Г. Л. Азов — оценкой конкурентных характеристик, то есть через оценку комплексных характеристик (конкурентоспособности) объекта хозяйствования, которые через критерии конкурентоспособности определяют признак конкурентного преимущества субъекта хозяйствования. В этом заключается сущность логики Г. Л. Азова, а именно в «поиске конкурентных преимуществ» как признака хозяйствующего субъекта, участвующего в конкурентных процессах.

Конкурентные преимущества Г. Л. Азовым рассматриваются с двух позиций: как ценности («цепочка ценности») или модели конкурентного поведения рассматривались с сущностных и предметных позиций по отношению к менеджменту, как признак хозяйствующих субъектов рассматривались с методологической стороны.

Таким образом, исходя из прикладной направленности анализа трилогии понятий, формируется комплексный подход к исследованию конкуренции на различных уровнях ее анализа (товар, фирма и т. п.) [8, с. 129–132]. Комплексность подхода заключается в исследовании конкурентных процессов как совокупности конкурентных поведений субъектов хозяйствования, где конкуренция представляется «цепочкой ценностей» или моделью конкурентного поведения, и как совокупности признаков протекания конкурентных процессов, где конкуренция представляется конкурентными преимуществами субъектов хозяйствования.

А также комплексность подхода заключается в исследовании конкурентной среды как комплексной характеристики, где конкуренция представляется совокупностью требований к объекту хозяйствования (нормативами конкурентоспособности), и как свойства конкурентной среды, где конкуренция представляется конкурентоспособностью объекта хозяйствования (совокупностью качеств). В табл. 1 (см. стр. 124) в зависимости от прикладной направленности рассмотрены подходы к анализу понятий конкурентного преимущества и конкурентоспособности в отношении исследования конкуренции.

**Подходы к анализу понятий «конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность»  
в отношении исследования конкуренции**

Признак/понятие	Конкурентное преимущество	Конкурентоспособность
<i>Диалектико-идеалистический подход</i>		
Прикладная направленность анализа понятий	Сущностное понимание	Методологическое понимание
Дефиниции понятий	«Цепочка ценностей» — модель конкурентного поведения субъектов хозяйствования	Свойство объектов хозяйствования
<i>Диалектико-материалистический подход</i>		
Прикладная направленность анализа понятий	Методологическое понимание	Сущностное понимание
Дефиниции понятий	Признак субъектов хозяйствования	Комплексная характеристика объектов хозяйствования

Источник: составлено автором по материалам исследования.

Выделение комплексного подхода к исследованию процессуально-содержательных сторон конкуренции становится результатом интеграционной связи отечественной и западной школ теории конкуренции, суть которой состоит в рассмотрении конкуренции с диалектико-идеалистических и диалектико-материалистических позиций на различных уровнях анализа (см. табл. 1).

В исследованиях конкуренции А. Ю. Юданов рассматривает субъективную сторону конкуренции или локальный уровень анализа. А. Ю. Юданов рассматривает и анализирует конкурентные процессы на уровне хозяйствующих фирм, «которые стремятся только к собственной выгоде». Объективная сторона конкуренции или глобальный уровень анализа конкурентных процессов, по А. Ю. Юданову, предполагает рассмотрение результатов конкурентного поведения фирм (конкуренции фирм), которые «реализуют интересы всего общества» [9, с. 23]. Таким образом, А. Ю. Юдановым выделяются уровни анализа конкуренции — это локальный и глобальный уровень анализа конкуренции.

А. Ю. Юдановым определяются теоретические предпосылки к построению конкурентных систем. Так, при рассмотрении «факторов формирования потребительской ценности» ученый предлагает рассматривать «институционального потребителя» или глобальный уровень анализа меновой системы, а при рассмотрении «ценности товара для частных лиц» — локальный уровень анализа [9, с. 25, 27]. В обоих случаях А. Ю. Юданов обращается к понятию конкурентоспособности товара как к следствию обладанием «потребительской ценности» у субъекта хозяйствования для институционального потребителя и для частных лиц. При этом А. Ю. Юдановым выделяются критерии конкурентоспособности — «это соотношение цены и качества товаров», и проводится стоимостная оценка конкурентоспособности. Причем конкурентоспособность товаров рассматривается ученым как их свойства, которые присущи товару и которые дают объективную оценку не только товару или услуге, но и конкуренции (процессам конкуренции).

Таким образом, конкурентные процессы охватывают различные уровни анализа меновых систем (локальный и глобальный) и описываются конкурентными системами. Причем на локальном уровне анализа конкурентные процессы описываются активными или пассивными типами. Сущность конкуренции раскрывается через понятие конкурентного поведения, а конкурентные процессы представляют собой приобретение субъектами хозяйствования «цепочки ценностей» — модели конкурентного поведения. На глобальном уровне анализа конкурентные процессы

описываются несовершенными и регулируемыми типами конкуренций. Методологическая основа конкуренции раскрывается через понятие признака, а конкурентные процессы описываются конкурентными преимуществами, которыми обладают субъекты хозяйствования.

В исследованиях конкуренции А. Ю. Юданов большое внимание уделяет стоимостным факторам конкуренции. Устанавливает «связь потребительской ценности и конкурентоспособности товаров» через рассмотрение издержек производства, цены товара и получаемой фирмой прибыли. Существо связи заключается в том, что «конкурентоспособность товара пропорциональна неоплаченной части потребительской ценности товара» [9, с. 24]. При анализе «факторной конкурентоспособности», ученым вводится понятие запаса конкурентоспособности, что позволяет количественно, в стоимостной величине оценивать конкурентоспособность объектов хозяйствования и что выступает в качестве относительного показателя конкурентоспособности.

Вклад в развитие отечественной теории конкуренции внесли исследователи Е. И. Мазилкина и Г. Г. Паничкина. В своих исследованиях ученые заявляют о категоричности конкурентоспособности как понятия экономической науки. «Методология изучения конкурентоспособности окончательно не сложилась, что делает необходимым обоснование конкурентоспособности как интегрированной экономической категории...» [10, с. 4].

При рассмотрении понятия «конкуренция» учеными отмечается дуализм последнего, сущность которого заключается в рассмотрении конкуренции как «явления в экономике» и как процесса. «Конкурентная борьба представляет собой динамический (ускоряющий движение) процесс, который служит лучшему обеспечению рынка товарами» [10, с. 6]. Отмечается также противоречие понятий «конкуренция» и «рынок», которое заключается в рассмотрении участников рынка и конкуренции. Так, связи и отношения, возникающие между покупателями и продавцами, описываются и определяются конкуренцией. «Если на рынке существует конкуренция, обусловленная множеством участников, то цена соответствующего товара будет одинаковой на всем пространстве рынка. Это явление определяется как закон единой цены. Данный закон означает, что потенциальные продавцы и покупатели способны сравнивать цены между собой» [10, с. 6]. Соответственно, связи и отношения, возникающие между потребителями и производителями, описываются и определяются рынком. «Рынок в течение любого периода времени состоит из взаимодействующих решений потребителей, производителей» [10, с. 6].

При рассмотрении понятия конкуренции ученые обращаются к понятиям «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество», связь между которыми носит диалектический характер, а именно «конкурентоспособность является результатом, фиксирующим наличие конкурентных преимуществ, без которых невозможна конкурентоспособность». В то же время ученые отмечают, что «...такая аналогия имеет веские основания, поскольку смысл конкурентоспособности чаще всего трактуется, как способность опережать соперников в достижении поставленных коммерческих целей», то есть смысл конкурентоспособности заключается в наличии конкурентных преимуществ [10, с. 13].

При раскрытии сущности понятия «конкурентоспособность» авторами рассматривается дуализм данного понятия. Давая определения конкурентоспособности объекта исследования (национальной экономики, региона и т. п.), последняя определяется как способность ее подсистем (для национальной экономики — ее регионов) успешно функционировать на рынке (в случае национальной экономики — на зарубежном рынке). С другой стороны, рассматривая прикладную направленность данного понятия в отношении оценки конкурентоспособности и ее управления, под последней понимают «многофакторную модель, состоящую из системы показателей», то есть понимают комплексную характеристику объекта исследования [10, с. 23].

Существенный вклад в развитие отечественной школы теории конкуренции внесли ученые А. Л. Денисова и Т. М. Уляхин. При рассмотрении понятия «конкурентоспособность» исследователи отмечают дуализм в понимании последнего как способности ведения хозяйственной деятельности в условиях конкуренции [11, с. 6] и как совокупности показателей, характеризующих позиционирование организации на рынке товаров и услуг [11, с. 12–13].

При анализе понятия «конкурентоспособность» авторы рассматривают объективную сторону конкуренции как совокупность объективных обстоятельств меновых отношений, которые определяют позиции (или комплекс характеристик) того или иного объекта хозяйствования в рыночных процессах и наличие которых дает представление о «конкурентном преимуществе». Основной целью изучения конкуренции ученые видят в получении «интегрального показателя конкурентоспособности и <...> сравнения конкурентных преимуществ» [11, с. 11]. Таким образом, отмечается диалектическая связь трилогии понятий «конкуренция», «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество», где сущность конкуренции раскрывается через понятие комплексной характеристики конкурентоспособности, а методологическое понимание — через понятие свойства конкурентоспособности.

Являясь сторонниками диалектико-материалистической концепции анализа конкуренции, ученые подробно рассматривают подходы к измерению и оценке конкурентоспособности. Причем ученые отмечают, что «...оценивание конкурентоспособности промышленных предприятий это особый вид функциональной деятельности, направленный на определение суждений об объекте оценки в целом и его отдельных свойствах» [11, с. 22, 43–46].

Оценка конкурентоспособности как функциональной деятельности, как процесса и как методологии анализа предполагает рассмотрение ряда производных понятий, таких как критерий конкурентоспособности, показатели конкурентоспособности, уровень конкурентоспособности

[11, с. 24, 26, 27]. Приведенные понятия лежат в основе «...управления качеством <...> в контексте повышения конкурентоспособности» объекта хозяйствования.

Отечественным исследователем в работе «Теория и практика предпринимательской конкуренции» Ю. Б. Рубиным проводится обобщение в области методологии исследования конкуренции. Ученый предлагает анализировать локальную и глобальную конкуренцию. Предметом своего исследования Ю. Б. Рубин выделяет конкуренцию как поведение индивидуумов («субъектов предпринимательского бизнеса») в меновой (рыночной) экономике.

В своих исследованиях ученый определяет конкуренцию как «...конфликтное соперничество между различными субъектами отношений, которое возникло по разным поводам, но неизменно приводило к приобретению одними соперниками преимуществ (назовем их конкурентными преимуществами) над другими» [12, с. 15]. Данное определение раскрывает сущность конкуренции в рамках поведенческого подхода, который рассматривает конкуренцию как поведение субъектов хозяйствования, и которое представляет собой «конфликтное соперничество».

Рассматривая поведенческий подход к анализу конкуренции, Ю. Б. Рубин не исключает анализ конкуренции как «экономического явления», имеющего исторические корни и присущего меновой (рыночной) экономике. Ученый отмечает естественноисторические и социальные корни конкуренции [12, с. 18–23].

При рассмотрении понятия «конкурентные преимущества» Ю. Б. Рубиным предлагается рассмотрение локальной (сущностное понимание) и глобальной (методологическое понимание) стороны данного понятия. При рассмотрении «конкурентных преимуществ субъекта предпринимательского бизнеса» последние определяются как «...совокупность свойств данных результатов деятельности субъектов бизнеса, которые делают их более привлекательными для внешнего окружения этих субъектов бизнеса» [12, с. 33, 40]. В данном случае Ю. Б. Рубиным рассматривается понятие конкурентного преимущества на локальном уровне анализа, под которым понимается присущая индивидууму ценность, характеризующая его поведение в меновом пространстве.

Также ученым рассматривается понятие «конкурентное преимущество» на глобальном уровне анализа, под которым понимается «...оценка степени привлекательности данного субъекта бизнеса для внешнего окружения с учетом его достижений» [12, с. 40]. Такое понимание конкурентного преимущества раскрывает методологическую основу последнего как признака субъектов хозяйствования, лежащего в основе конкурентных процессов менового пространства. Таким образом, локальный анализ конкуренции непосредственно связан с анализом моделей поведения субъектов хозяйствования (конкурентным поведением), а глобальный анализ связан с анализом признаков конкурентных преимуществ.

Последующие теоретико-практические исследования конкуренции Ю. Б. Рубина направлены на изучение понятия «конкурентоспособность». Аналогично исследованиям понятия конкурентного преимущества Ю. Б. Рубин предлагает рассматривать конкурентоспособность с двух сторон. «Конкурентоспособность самих товаров (услуг, работ) состоит не только в их абсолютной привлекательности для клиентов, но и в сравнительной эффективности их производства и реализации...» [12, с. 96]. Такая дефиниция

понятия как «абсолютная привлекательность» раскрывает смысл понятия конкурентоспособности как свойства объектов хозяйствования, дефиниция «сравнительная эффективность» — как комплексной характеристики объекта хозяйствования. Отсюда следует, что в рассмотрении понятия конкурентоспособности применяется методика внутреннего и внешнего анализа. Внешний анализ предполагает изучение свойств конкурентоспособности индивидуумов или хозяйствующих агентов, а внутренний анализ предполагает изучение комплексных характеристик объектов хозяйствования, которые в своей совокупности дают представления о конкурентной среде.

При рассмотрении соотношения понятий конкурентоспособности и конкурентного преимущества Ю. Б. Рубиным отмечается, что «...конкурентные преимущества — это следствие реализации элементов конкурентоспособности» [12, с. 94]. Таким образом, ученым при анализе конкуренции устанавливается диалектическая связь между конкурентоспособностью и конкурентными преимуществами, а значит, Ю. Б. Рубиным допускается диалектико-материалистическое воззрение на конкуренцию. Отсюда следует, что развитие конкуренции предполагается не только в рамках синергетической концепции, но и в рамках кибернетической концепции.

### Заключение

Современные научные представления о конкуренции имеют два направления своего развития. Первое направление представлено западной школой теории конкуренции, а второе — отечественной школой теории конкуренции. В основе деления теоретико-экономических учений конкуренции на две школы заложены концептуальные основы понятийно-категориальной структуры конкуренции и ее анализа. Так, западная школа изучает конкуренцию с диалектико-идеалистических позиций, предполагающих рассмотрение конкуренции как модели конкурентного поведения хозяйствующих субъектов или как свойства конкурентоспособности, характеризующего конкурентную среду. Отечественная школа изучает конкуренцию с диалектико-материалистических позиций, предполагающих рассмотрение конкуренции как комплекса характеристик или совокупность требований к объекту хозяйствования, или как признака конкурентного преимущества, характеризующего конкурентные процессы [13, с. 246–249].

Анализ современных научных взглядов на конкуренцию показал, что построение логики теоретико-практического осмысления конкуренции (конкурентных процессов или конкурентной среды) имеет свою методологическую основу (см. табл. 2).

Таблица 2

**Теоретико-методологические основы научного исследования конкуренции**

Аспекты анализа конкуренции	Теоретические положения
1) Философские подходы к анализу конкуренции	Диалектико-материалистический и диалектико-идеалистический подход
2) Подходы к определению трилогии понятий конкуренции	Предметные подходы к определению конкуренции, сущностный и методологический подходы к пониманию конкурентных преимуществ и конкурентоспособности
3) Математическое моделирование конкуренции, количественный анализ конкуренции	Математическая модель конкурентных процессов, математическая модель конкурентной среды (вероятностный анализ конкуренции)
4) Системный подход к анализу конкуренции	Конкурентные системы и система конкуренции
5) Концепция развития конкуренции	Экономическая и организационная концепция развития
7) Системный подход к развитию конкуренции	Система развития конкуренции и интегральная система развития конкуренции

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов : пер. с англ. 2-е изд. М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. 454 с.
2. Портер М. Конкуренция : пер. с англ. М. : Вильямс, 2005. 608 с.
3. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ. ; под ред. и с предисловием В. Д. Щетинина. М. : Междунар. Отношения, 1993. 896 с.
4. Porter M. E. Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors: with a new introduction. New York : Free Press, 1980. 398 p.
5. Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility // Harvard Business Review. 2006. December. P. 78–92.
6. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность : учебник. М. : Экономика, 2005. 504 с.
7. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник. 2-е изд., испр. и доп. М. : Эксмо, 2005. 544 с.
8. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентное преимущество фирмы. М. : НОВОСТИ, 2000. 256 с.
9. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика : учеб.-практ. пособие. 3-е изд., испр. и доп. М. : Гном и Д, 2001. 142 с.
10. Мазилкина Е. И., Паничкина Г. Г. Основы управления конкурентоспособностью : учеб. пособие. М. : Омега-Л, 2009. 328 с.
11. Денисова А. Л., Уляхин Т. М. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества / под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. А. Л. Денисовой. Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. 120 с.
12. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции : учебник. М., 2003. 584 с.
13. Кравцевич С. В. Развитие теоретико-методологических подходов к исследованию конкуренции. Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2014. 258 с.

## REFERENCES

1. Porter M. Competitive strategy: a technique of the analysis of branches and competitors: translation from English. 2nd ed. M. : Alpine Business Buks, 2006. 454 p.
2. Porter M. Competition: translation from English. M. : Williams, 2005. 608 p.
3. Porter M. International competition : translation from English ; editorship and foreword by B. D. Shchetinina. M. : International relations, 1993. 896 p.
4. Porter M. E. Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors: with new introduction. New York : Free Press, 1980. 398 p.
5. Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility // Harvard Business Review. 2006. December. P. 78–92.
6. Fathutdinov R. A. Strategic competitiveness: textbook. M. : Economics, 2005. 504 p.
7. Fathutdinov R. A. Management of company competitiveness : textbook. 2nd ed., revised and amended. M. : Eksmo, 2005. 544 p.
8. Azoev G. L., Chelenkov A. P. Competitive advantage of the company. M. : News, 2000. 256 p.
9. Judanov A. J. Competition: theory and practice. Textbook. 3rd ed., revised and amended. M. : Gnome and D, 2001. 142 p.
10. Mazilkina E. I., Panichkina G. G. Fundamentals of competitiveness management: textbook. M. : Omega-I, 2009. 328 p.
11. Denisova A. L., Ulyakhin T. M. Management of industrial enterprises competitiveness: quality aspects / under the scientific editorship of the doctor of economics, prof. A. L. Denisova. Tambov : Publishing House of Tambov State Technical University, 2006. 120 p.
12. Ruby J. B. Theory and practice of entrepreneurial competition : textbook. M., 2003. 584 p.
13. Krautsevich S. V. Development of theoretical and methodological approaches to studying competition. Irkutsk : Publishing House of BGUEP, 2014. 258 p.

**Как цитировать статью:** Кравцевич С. В. Современные представления о конкуренции // Бизнес. Образование. Право. 2018. № 3 (44). С. 120–127. DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.358.

**For citation:** Kravtsevich S. V. Modern views on competition // Business. Education. Law. 2018. No. 3 (44). P. 120–127. DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.358.

**УДК 336.71:001.895**  
**ББК 65.262.10-551**

**DOI: 10.25683/VOLBI.2018.44.348**

**Mitrokhin Vladimir Vladimirovich**,  
candidate of economic sciences, associate professor,  
Nizhny Novgorod Institute of Management, branch of RANERA,  
Nizhny Novgorod,  
e-mail: mitrokhin\_vlad@mail.ru

**Митрохин Владимир Владимирович**,  
канд. экон. наук, доцент,  
Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС,  
г. Нижний Новгород,  
e-mail: mitrokhin\_vlad@mail.ru

**Gribanov Aleksei Vladimirovich**,  
assistant of the department of economics  
of the Saransk Cooperative Institute (branch)  
of the Russian University of Cooperation  
Saransk,  
e-mail: alexey.gribanov@mail.ru

**Грибанов Алексей Владимирович**,  
ассистент кафедры экономики  
Саранского кооперативного института (филиала)  
Российского университета кооперации,  
г. Саранск,  
e-mail: alexey.gribanov@mail.ru

## ИННОВАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ

### INNOVATIONS AS A TOOL OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE BANKING SECTOR

08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит  
08.00.10 – Finance, monetary circulation and credit

*Развитие инновационной активности банковских институтов рассматривается в современных условиях как одна из ключевых задач, решение которой позволит не только трансформировать финансовую систему в соответствии с происходящими в мире изменениями, но и создать условия для дальнейшей диверсификации всего реального сектора экономики. В статье обоснована необходимость внедрения в банковскую сферу инноваций, которые в современных условиях определяют вектор*

*ее будущего развития, а также оказывают существенное влияние на обеспечение устойчивого функционирования банковских институтов. Проведенный дефиниционный анализ понятия «инновация» позволил учесть в исследовании различные подходы ученых к его содержательной стороне, раскрыть и исследовать особенности внедрения инноваций в деятельность федеральных и региональных банков, а также выявить возможные ограничения, связанные с процессом обеспечения инновационной активности*