

## ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРИИ КОНКУРЕНЦИИ

*Александр Анатольевич Рязанов, канд. экон. наук, доцент,  
доцент кафедры менеджмента и маркетинга,  
e-mail: alekryazanov@yandex.ru,  
Московский университет имени С. Ю. Витте,  
<http://www.muiiv.ru>*

*В статье рассмотрен процесс формирования и развития теории конкуренции, кратко охарактеризован вклад в исследование сущности и содержания данного феномена представителей различных направлений экономической науки, стратегического менеджмента и маркетинга, проведен анализ основных концепций конкуренции.*

*Ключевые слова: поведенческий, функциональный, структурный, институциональный, управленческий подходы к сущности конкуренции; инновационная концепция конкуренции; рыночная, ресурсная, институциональная концепции конкурентных преимуществ; концепция конкуренции на основе преимущества ресурсов; теория уникальных ценностей; теория человеческого капитала; теория управления знаниями; концепция ключевых компетенций; модель прорывных инноваций; теория соконкуренции; модель предпринимательских экосистем; теория конкурентных преимуществ на основе взаимодействия; концепция квазиконкурентных рынков; модель стратегии голубого океана.*

*DOI 10.21777/2307-6135-2017-2-21-30*

В настоящее время в условиях глобализации мировой экономики, информационной и технологической революции, повышения уровня нестабильности бизнес-среды конкуренция продолжает оставаться одним из важнейших элементов эволюционирующего рыночного механизма. Поэтому успешное функционирование и развитие хозяйствующих субъектов различного уровня по-прежнему возможно лишь при условии использования эффективных методов ведения конкурентной борьбы и обеспечения высокого уровня конкурентоспособности. Решению этой задачи способствует непрерывное поступательное развитие теории конкуренции, которая за три столетия прошла путь от зарождения первых научных представлений о сущности и содержании данной сложной и многоуровневой категории до становления в качестве самостоятельного раздела экономической науки, объединяющего концепции конкуренции не только нескольких школ и направлений экономической мысли, но также маркетинга, менеджмента и теории стратегического управления.



**А.А. Рязанов**

Рассмотрим эволюцию теории конкуренции подробнее.

Основы теории конкуренции были заложены в XVIII в. в трудах представителей классической политической экономии.

Считается, что понятие конкуренции ввел в научный оборот А. Смит. При этом следует отметить многогранность его творческого наследия. Ученый стал основоположником сразу трех наиболее распространенных в настоящее время подходов к сущности конкуренции: поведенческого, функционального и структурного, приверженцы которых акцентируют внимание на совершенно разных аспектах данного сложного феномена. Так, согласно поведенческой трактовке конкуренции, она является присущим человеку по натуре внутренним свойством, проявляющимся в поведении соперничающих людей, одной из структурообразующих форм рационального поведения участников рыночных отношений и рассматривается как конфликт, столкновение противоположных стремлений, интересов и сил, их выражающих. Сторонники же функционального подхода смещают рассмотрение сущности конкуренции в сторону изучения ее роли (функций) в рыночном хозяйстве, экономическом развитии. Существенно иной точки зрения придерживаются поборники структурного подхода к сущности конкуренции. Если в соответствии с поведенческой и функциональной ее трактовками она рассматривается как процесс, то согласно структурному подходу –

как состояние рынка, вытекающее из этого процесса, оценочный критерий, по которому определяется тот или иной тип отраслевого рынка.

А. Смит, рассматривая конкуренцию как поведенческую категорию (соперничество между индивидуальными продавцами и покупателями за более выгодные условия продажи или покупки товаров), выявил связь конкуренции со спросом и предложением, определив, что основным средством ведения конкурентной борьбы является цена, обобщил в своем известном афоризме о «невидимой руке рынка» (каждый индивидуум, преследуя свои эгоистические цели, в то же время направляется невидимой рукой провидения в интересах достижения наибольшего блага для всех) роль конкуренции в эффективном распределении и использовании экономических ресурсов, а также заложил основы модели совершенной конкуренции на макроэкономическом уровне (бесконечно большое число и полное отсутствие ограничений поведения и информированность участников рыночных отношений) и разработал теорию абсолютных конкурентных преимуществ [1].

Развивая идеи А. Смита, Д. Рикардо исследовал и описал механизм ценового регулирования рынка с помощью конкуренции, обобщил концепцию совершенной конкуренции при функционировании рынка в долгосрочном периоде и разработал теорию относительных конкурентных преимуществ [2].

Существенный вклад в развитие теории конкуренции внес также Дж. С. Милль, который исследовал конкуренцию как один из основных факторов, определяющих «раздел продукта» в условиях частной собственности, разработал уравнение международного спроса, выделил неконкурирующие на рынке группы [3].

Значительное внимание феномену конкуренции уделил К. Г. Маркс, предположивший, что ведущей предпосылкой конкуренции является хозяйственная обособленность товаропроизводителей и наличие у них частных интересов, обусловленных частной собственностью, разграничивший и охарактеризовавший содержание внутри- и межотраслевой форм конкуренции и пришедший к выводу, что конкуренция является основой механизма перераспределения капитала между отраслями, который объективно устанавливает средний уровень нормы прибыли в национальной экономике, и определявший конкуренцию как борьбу между капиталистами за наиболее выгодные условия вложения капитала [4].

В XIX в. важную роль в развитии теории конкуренции сыграли представители неоклассического направления экономической науки, которые сосредоточились на анализе конкуренции на микроэкономическом уровне, исследовали сущностные условия конкуренции, выявили, что ее ведущей предпосылкой выступает ограниченность экономических ресурсов, уточнили влияние конкуренции на механизм рыночного ценообразования, а также заложили основы новой модели конкуренции.

Так, основоположник неоклассического направления А. Маршалл, развивая идеи классиков, исследовал и обосновал механизм автоматического установления рыночного равновесия под действием законов предельной производительности и предельной полезности. В то же время он подверг критике классическую модель совершенной конкуренции, охарактеризовав рыночное равновесие лишь как частный случай состояния экономики. Ученый обосновал необходимость исследования промежуточного состояния между монополией и свободной конкуренцией (несовершенной конкуренции) и разработал теории частичного и долгосрочного устойчивого рыночного равновесия с учетом развития технологий и предпочтений потребителей при определении относительных цен, заложил теоретические основы концепции монополистической конкуренции [5].

Основатель математической школы У. С. Джевонс одним из первых применил математические методы к экономическому анализу конкуренции. Он рассматривал совершенную конкуренцию как необходимое условие успешного развития рынка, поскольку она стимулирует участников рыночных отношений производить и обменивать те блага, которые наиболее полно удовлетворяют их потребности. Важной заслугой

ученого является также разработка модели конкурентного обмена, в которой важная роль в формировании совершенной конкуренции отводится информированности участников рыночных отношений [6].

В дальнейшем модель У. С. Джевонса была уточнена Ф. И. Эджуортом, который сумел продемонстрировать в ней процесс достижения равновесной цены. Кроме того, Ф. И. Эджуорт на основе принципа системности уточнил определение совершенной конкуренции, добавив в него выполнение условия свободы заключения и пересмотра контрактов между участниками рыночных отношений. Позже ученый внес также существенный вклад в формирование теории олигополии (модель Бертрана–Эджуорта) [7].

На рубеже XIX–XX вв. в условиях развития процессов концентрации капитала и централизации производства, сокращения на многих отраслевых рынках числа производителей и продавцов, получивших возможность влиять на рыночные цены, произошел коренной пересмотр взглядов экономической науки на конкуренцию. С развитием математического аппарата экономической науки широкое распространение получил упомянутый выше структурный подход к сущности конкуренции, а преобладавшая ранее модель совершенной конкуренции сменилась концепцией несовершенной и монополистической конкуренции.

У истоков новой концепции конкуренции стоял А. О. Курно, первым обративший внимание на роль числа конкурирующих на рынке хозяйствующих субъектов, а также высказавший идею, что совершенная конкуренция является предельным случаем целого спектра рыночных структур.

Позже П. Сраффа доказал, что действующие на конкурентном рынке крупные компании за счет предпочтений потребителей и использования эффекта масштаба производства получают конкурентные преимущества, реализация которых приводит к нарушению функционирования механизма совершенной конкуренции и оказывает существенное влияние на процесс ценообразования. Он считал, что монополизированные рынки являются достаточно распространенным явлением тогдашней хозяйственной жизни [8].

Основоположником теории монополистической конкуренции стал Э. Г. Чемберлин, предложивший и обосновавший идею своеобразного синтеза конкуренции и монополии. Модель ученого предполагала, что при большом числе производителей и продавцов определенного товара на рынке каждый из них предлагает покупателям свой особый дифференцированный продукт, формируя свой собственный рыночный сегмент, на котором он выступает как частичный монополист, регулирующий цену. Если на рынке конкурируют несколько крупных компаний, то каждая, по мнению Чемберлина, может выбрать как ценовую, так и неценовую конкуренцию. При этом заслугой исследователя является выявление новых неценовых форм ведения конкурентной борьбы: улучшения качества продукции и сервиса, рекламы, формирования и развития деловой репутации и имиджа компании и др. Следует отметить, что Э. Г. Чемберлин рассматривал монополистическую конкуренцию лишь как одно из возможных естественных состояний рынка, находящегося в равновесии, положив начало исследованию конкуренции как динамического по своей природе процесса [9].

Свою концепцию несовершенной конкуренции предложила и Дж. В. Робинсон. Основной особенностью ее модели стало расширение перечня исследуемых характеристик конкурентного поведения субъектов рыночных отношений за счет величины транспортных расходов, уровня качества продукции, особенностей обслуживания клиентов, сроков кредитования, деловой репутации фирм, роли рекламы, что дало возможность увеличить число вариантов поведенческой активности. Основное внимание Робинсон уделила исследованию чистой монополии, монополии и олигополии, так как считала, что на современные ей рыночные отношения определяющее влияние оказывают крупные корпорации. При этом она акцентировала внимание на негативных социально-экономических эффектах фиксирования цен олигополистическими группами и монополизации рынка. В то же время исследователь выделила отрасли, где конкурен-

ция невозможна в силу технологических особенностей, в первую очередь масштаба производства: железнодорожный транспорт, электроэнергетика, газовая промышленность и др. Следует отметить, что Робинсон считала совершенную конкуренцию идеалом рыночной экономики, а любые отклонения от него рассматривала как нарушение равновесного состояния хозяйственной системы и повод для корректирующего государственного вмешательства [10].

Несколько ранее подверг критике идею саморегулирования рынка и обосновал необходимость государственного вмешательства в конкурентные отношения Дж. М. Кейнс [11].

В первой половине XX в. теория конкуренции обогатилась также благодаря включению в предмет ее исследования инновационной составляющей конкурентной борьбы, становлению и развитию в рамках функционального подхода инновационной концепции конкуренции.

К. Дж. Эрроу на основе анализа эконометрических моделей внедрения инноваций в условиях различных рыночных структур доказал, что конкурентная среда обеспечивает большие стимулы к инновациям [12]. Основоположники теории экономики отраслевых рынков Э. С. Мейсон и Д. С. Бейн придерживались аналогичной точки зрения [13].

Автор теории инновационного развития Й. А. Шумпетер, напротив, доказывал, что в условиях совершенной конкуренции экономическое развитие невозможно. Основным фактором экономического развития он считал инновации – изменения в способах производства и реализации товаров, а важнейшим видом конкуренции – «эффективную конкуренцию», основанную на инновациях («на открытии нового товара, новой технологии, нового источника сырья, нового типа организации»). По мнению ученого, инновации не только стимулируют сокращение издержек и повышение качества продукции, но и порождают ситуацию монополистической конкуренции, так как способствуют вытеснению с рынка неконкурентоспособных предприятий. Механизм конкуренции, очищающий экономику от всего отжившего, Шумпетер называл «созидательным разрушением», борьбой нового со старым [14].

Дальнейшее развитие функционального подхода к сущности конкуренции связано с работами Ф. А. фон Хайека, который определял конкуренцию как «процедуру открытия»: благодаря ей на рынке скрытое становится явным. Ученый полагал, что в условиях свойственного рынку недостатка информации только конкуренция «открывает» предпринимателю, какая стратегия развития предприятия является верной, какие ресурсы и в каком количестве необходимо использовать, что, сколько, где и кому продавать. Он считал, что конкуренция способна сама привести рынок в состояние равновесия, которое достигается при наличии соответствия между спросом, денежной массой для поддержания данного спроса и предложением. Данное соответствие обеспечивается функционированием ценового механизма, передающего через ценовые сигналы информацию, необходимую участникам рыночных отношений для адаптации к изменениям рыночной конъюнктуры и принятия оптимальных управленческих решений. Таким образом, одной из специфических функций конкуренции является определение способа наиболее эффективного использования имеющейся у субъектов рынка информации.

Необходимо отметить, что Хайек различал конкуренцию как динамический процесс и конкурентное равновесие – статическую версию модели рынка. При этом совершенная конкуренция, по его мнению, является лишь одной из возможных точек реального конкурентного процесса. Еще одним предметом исследования ученого являлся «конкурентный порядок», формируемый посредством частной собственности, свободы контрактов и других механизмов свободного рынка для реализации функций конкуренции [15].

Наиболее динамично теория конкуренции развивалась во второй половине XX в.

Стремясь исследовать новые рыночные реалии, прежде всего государственную поддержку и выраженный социальный характер конкуренции, многие ученые обрати-

лись к изучению взаимовлияния конкурентных отношений и различных аспектов общественной жизни. На основе такого рода работ в рамках теории конкуренции начал формироваться принципиально новый институциональный подход к сущности последней, сторонники которого рассматривают данный феномен как систему норм и правил (институтов), регулирующих взаимодействие конкурирующих фирм с внешней средой. Специфика конкуренции как института состоит в том, что ей присущи неспособность к самоорганизации и нестабильность, чем обусловлена необходимость государственного регулирования конкурентных отношений.

Значительный вклад в формирование и развитие данного подхода внесли представители поведенческого, институционального, неинституционального и неоклассического направлений экономической науки.

У истоков нового представления о сущности конкуренции стоит представитель поведенческой экономической теории Г. А. Саймон, доказавший, что в условиях неопределенности внешней среды и избытка информации конкуренция приобретает адаптивный и социальный характер: хозяйствующие субъекты характеризуются как ограниченно рациональные, принимающие удовлетворительные решения исходя из уровня своих притязаний, а не из максимизации выгоды [16].

Существенный вклад в развитие институционального подхода к сущности конкуренции внес один из основоположников теории организации промышленности Дж. Дж. Стиглер, который исследовал поведение предприятий на конкурентных и монополизированных рынках и пришел к выводу, что успех в конкурентной борьбе в значительной степени зависит от уровня интеграции в отрасли: на начальной и завершающей стадиях жизненного цикла отрасли целесообразен высокий уровень интеграции хозяйствующих субъектов, на промежуточных – низкий. Ученый также сформулировал принципы выживаемости и минимального масштаба эффективности, содержащие важнейшие условия успешного функционирования и развития участников рыночных отношений [17].

Представитель индустриального направления институционализма Д. К. Гэлбрэйт исследовал специфику конкурентных отношений в двух секторах экономики: крупных корпораций и малого бизнеса. Ученый считал, что целью экономической деятельности крупных корпораций является не максимизация прибыли, а самосохранение, независимость от рыночных условий, упрочение и расширение власти их менеджмента. Он пришел к выводу, что свободная конкуренция в условиях функционирования крупных компаний, контролирующих цены, издержки и потребителей, невозможна. Поэтому государственное регулирование экономики должно быть направлено на разрешение противоречий между индустриальной и рыночной подсистемами национального хозяйства [18].

Следует отметить вклад в развитие теории конкуренции представителя австрийской школы неоклассического направления экономической науки И. М. Кирцнера, исследовавшего роль предпринимателя в развитии конкурентных отношений. По мнению ученого, именно предприниматели определяют уровень деловой активности и условия конкуренции на существующих рынках, вызывают сдвиги в структуре цен, а также создают новые сферы предпринимательской деятельности. Основной же функцией конкуренции Кирцнер считал выявление наилучшего предпринимательского решения [19].

Социальный характер конкуренции отмечали и представители неинституционализма О. Е. Уильямсон, Р. Г. Коуз, Д. К. Норт, М. Олсон и др., по мнению которых конкурентоспособность хозяйствующих субъектов определяется прежде всего размером транзакционных издержек – затрат на получение информации, проведение переговоров и заключение контрактов. Они пришли к выводу, что в рамках цивилизованных конкурентных отношений интересы конкурирующих сторон удовлетворяются на взаимовыгодных условиях с минимальными транзакционными издержками, что способствует развитию экономики, направляя силы конкуренции на благо общества [20].

В конце XX в., в условиях повышения уровня нестабильности внешней среды, глобализации мировой экономики, ужесточения и перемещения центра конкуренции с отраслевого на межотраслевой, с национального на интернациональный уровни, практика хозяйственной деятельности настоятельно потребовала разработки действенных и эффективных методов конкурентного анализа, ведения конкурентной борьбы и повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Предметом исследования теории конкуренции стали способы достижения конкурентных преимуществ. Теория конкуренции была дополнена рыночной, ресурсной и институциональной концепциями конкурентных преимуществ, существенный вклад в формирование и развитие которых наряду с представителями современных направлений экономической науки внесли специалисты в области стратегического менеджмента и маркетинга.

Основоположником рыночной концепции конкурентных преимуществ является М. Ю. Портер. В соответствии с данной концепцией успех в конкурентной борьбе определяется выбором оптимальной конкурентной стратегии, в основе которой лежат конкурентные преимущества компании. Выбор конкурентной стратегии осуществляется в зависимости от ситуации в отрасли и имеющихся ресурсов. Структуру же отрасли, по мнению Портера, формируют пять конкурентных сил: соперничество конкурентов, конкурентное давление со стороны поставщиков и потребителей, угрозы появления новых конкурентов и товаров-заменителей. Ученый выделил также основные факторы, определяющие интенсивность конкуренции в отрасли: число конкурентов, соотношение их сил, темпы роста отрасли, уровень постоянных издержек, степень дифференциации продукции, характеристика отраслевых барьеров и др. Портер также охарактеризовал сущность базовых конкурентных стратегий лидерства в издержках, широкой дифференциации, оптимальных издержек, сфокусированных на базе низких издержек и дифференциации. Кроме того, ученый доказал, что в условиях глобальной конкуренции соперничают не национальные хозяйства, а фирмы, функционирующие в разных социально-экономических условиях, а также выделил основные стадии развития стран в соответствии со стадиями конкуренции: на основе факторов производства, инвестиций, инноваций и богатства [21].

Согласно ресурсной концепции конкурентных преимуществ, в условиях повышения уровня нестабильности внешней среды основным источником конкурентных преимуществ компании становится комбинация ее внутренних уникальных и труднокопируемых ресурсов.

Так, С. Хант, разработавший концепцию конкуренции на основе преимущества ресурсов, считает, что конкуренция является эволюционным процессом, выводящим рынок из состояния равновесия. При этом в ходе конкурентной борьбы ее субъекты стремятся эффективнее конкурентов использовать имеющиеся ресурсы.

Представителям эволюционного институционализма Р. Р. Нельсону и С. Дж. Уинтеру основными конкурентными преимуществами организации представляются «организационные рутины» – устойчивые образцы, стереотипы, шаблоны поведения, используемые в повседневной деятельности членами организации. Комбинация «организационных рутин», используемых в определенных условиях внешней среды, рассматривается данными учеными как стратегия организации. Следует также отметить вклад институционально-эволюционной школы в развитие инновационной концепции конкуренции (именно инновационная деятельность фирм провозглашается основным фактором конкурентной эволюции) и структурного подхода к сущности конкуренции (исследована взаимосвязь структуры рынка и научно-технического прогресса) [22].

Авторы теории уникальных ценностей М. Трейси и Ф. Вирсема рассматривают в качестве основных потенциальных конкурентных преимуществ уникальные ценности компании в глазах потребителей, на основе которых следует разрабатывать конкурентные стратегии («ценностные дисциплины»). Базовыми конкурентными стратегиями ис-

следователи считают производственное совершенство, лидерство по продукту и близость к потребителю [23].

Как полагают создатели теории человеческого капитала Т. У. Шульц и Г. С. Беккер, а также их последователи, основным конкурентным преимуществом любой компании является высококвалифицированный персонал, от которого зависят многие другие потенциальные конкурентные преимущества (конкурентные стратегии, используемые технологии, конкурентоспособность продукции, бренд и др.) [24].

По мнению разработчиков теории управления знаниями К. Виига [25], П. М. Сенге [26], И. Нонаки, Х. Такеучи [27] и др., основным источником конкурентных преимуществ компании являются знания, а также система их движения и использования.

Аналогичной точки зрения придерживаются основоположники концепции ключевых компетенций Г. Хамел и К. К. Прахаланд, полагающие, что основой долгосрочных и безусловных конкурентных преимуществ компании являются ее ключевые компетенции в сфере производства и сбыта продукции, формирующиеся на основе информации, знаний, навыков, используемых технологий, взаимоотношений между структурными подразделениями и деловой репутации. Они считают, что конкурентная стратегия должна опираться на принцип «нестандартные решения против пошаговых изменений», «нелинейные инновации против линейных» [28].

Развитием ресурсной концепции конкурентных преимуществ, а также инновационной концепции конкуренции стала модель «прорывных инноваций» К. М. Кристенсена, выделяющего поддерживающие выпускаемую продукцию и прорывные инновации, на основе которых создается принципиально новая продукция и технологии. Именно генерирование и внедрение прорывных инноваций, по мнению ученого, является основой успеха в конкурентной борьбе в современных условиях [29].

Исследование современных конкурентных отношений в условиях глобализации мирового хозяйства, информационной революции, совершенствования бизнес-коммуникаций, появления новых отличающихся высокой гибкостью организационных форм предприятий и их объединений дало новый импульс развитию институционального подхода к сущности конкуренции и послужило основой для формирования институциональной концепции конкурентных преимуществ. Ее приверженцы рассматривают в качестве основных источников конкурентных преимуществ компании долгосрочные отношения с потребителями, партнерство, стратегические альянсы, а также способность эффективно интегрироваться в информационное поле.

Основоположники теории соконкуренции А. М. Бранденбургер и Б. Дж. Нейлбафф пришли к выводу, что в современных условиях, когда все большее число хозяйствующих субъектов включается в процесс производства одного продукта, источником конкурентных преимуществ компании может быть вся производственно-сбытовая цепочка. Иногда компании рациональнее (быстрее, дешевле и выгоднее) выполнять часть операций (исследования и разработки, производство комплектующих и т. д.) в сотрудничестве с конкурентами. Поэтому эффективная стратегия развития компании должна сочетать как конкуренцию, так и сотрудничество [30].

Модель «предпринимательских экосистем» Дж. Ф. Мура основывается на предположении, что для современной бизнес-среды, по аналогии с естественной (экологической) системой, характерны процессы не только конкуренции, но и эволюции («коэволюции»), превращающие ее в своеобразную «предпринимательскую экосистему». Поэтому стратегия развития компании должна быть направлена не на достижение конкурентных преимуществ, а на адаптацию к условиям совместной эволюции всех элементов «предпринимательской экосистемы» и сочетать элементы соперничества и сотрудничества с другими хозяйствующими субъектами, в том числе и с конкурентами [31].

Уже в XXI в. в рамках теории конкурентных преимуществ на основе взаимодействия произошел переход от представлений о сотрудничестве хозяйствующих субъек-

тов как одной из форм конкурентного взаимодействия, наряду с соперничеством, к выводу о взаимодействии на основе сотрудничества как приоритетном источнике конкурентных преимуществ в условиях глобализации. По мнению сторонников данной концепции П. А. Глура, Л. Линна, А. МакКормака и др., неконфликтные формы конкуренции дают возможность ее субъектам, благодаря синергетическому эффекту, получить наилучший результат в достижении их индивидуальных целей [32].

Аналогичная трактовка конкуренции в начале XXI в. появилась и в работах сторонников поведенческого подхода к сущности данного феномена, которые стали рассматривать ее более широко – не только как экономическое соперничество хозяйствующих субъектов, но как их взаимодействие, конкретными формами которого могут быть единство, сотрудничество, сосуществование и противодействие [33].

Продолжается эволюция и других направлений теории конкуренции.

Так, в конце XX в. своеобразной альтернативой структурному подходу к сущности конкуренции стала концепция квазиконкурентных рынков У. Дж. Баумоля, Дж. Панзара и Р. Виллинга, исследовавших взаимосвязь отраслевой структуры с возможностями входа и выхода из отрасли. Рассматривая рынки, не имеющие никаких барьеров входа-выхода, ученые пришли к выводу, что монопольная рыночная власть может сочетаться с высоким уровнем концентрации производителей, так как, повышая цены и получая монопольную прибыль, компания-монополист привлекает в отрасль множество конкурентов, способных быстро повысить объем предложения и тем самым снизить рыночную цену [34].

В XXI в. развитие инновационной концепции конкуренции получило новый импульс благодаря разработке модели «стратегии голубого океана» В. Чан Кима и Р. Моборна. Ее авторы считают, что в современных условиях компаниям нецелесообразно вести конкурентную борьбу на традиционных рынках сбыта своей продукции, характеризующихся ограниченными возможностями для роста и низким уровнем прибыли («алых океанах»). Вместо этого им следует сосредоточиться на создании, путем внедрения инноваций, абсолютно новых рыночных ниш и даже рынков, свободных от конкурентов («голубых океанов») [35].

Значительные теоретические и практические изыскания оптимальных способов достижения конкурентных преимуществ, проведенные исследователями во второй половине XX в. стали основой формирования в начале XXI в. нового управленческого подхода к сущности конкуренции. Его сторонники (Я. Гордон, Р. А. Фатхутдинов, Ю. Б. Рубин и др.) рассматривают конкуренцию как процесс управления субъектами конкурентного взаимодействия своими конкурентными преимуществами и слабостями [36].

Краткий анализ основных этапов эволюции теории конкуренции позволяет сделать вывод о том, что, хотя данный феномен является объектом исследования различных школ и направлений экономической науки, а затем и стратегического менеджмента и маркетинга на протяжении трех веков, многогранность и сложность данной категории затрудняет формирование единого общепринятого подхода к ее сущности. В настоящее время теория конкуренции представлена набором как взаимосвязанных, так и противоречащих друг другу подходов и концепций, акцентирующих внимание лишь на отдельных аспектах данного феномена. Поэтому наработанные учеными теоретические положения не позволяют объективно описать многие формы сложившихся и еще формирующихся в современной экономике конкурентных отношений. В этой связи важнейшей задачей исследователей, работающих в данной научной области, является разработка концепции конкуренции, в полной мере соответствующей современным условиям хозяйствования и способной стать теоретико-методологической базой практической деятельности субъектов и институтов рыночных отношений.

#### Литература

1. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Эксмо, 2016. 1056 с.

2. *Рикардо Д.* Начала политической экономии и налогового обложения. – М.: Эксмо, 2016. 1040 с.
3. *Милль Дж. С.* Основы политической экономии. – М.: Прогресс, 1981. 448 с.
4. *Маркс К.* Капитал. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. 1200 с.
5. *Маршалл А.* Принципы экономической науки. В 3 т. – М.: Прогресс, 1993. Т. 2. 312 с.
6. *Джевонс У. С.* Деньги и механизм обмена. – М.: Социум, 2005. 186 с.
7. *Edgeworth F. Y.* Mathematical psychics, and further papers on political economy / ed. by P. Newman. – Oxford: Oxford University Press, 2003. 653 p.
8. *Сраффа П.* Производство товаров посредством товаров. – М.: Юнити-Дана, 1999. 160 с.
9. *Чемберлин Э.* Теория монополистической конкуренции. – М.: Экономика, 1996. 350 с.
10. *Робинсон Дж.* Экономическая теория несовершенной конкуренции. – М.: Прогресс, 1986. 472 с.
11. *Кейнс Дж. М.* Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос АРВ, 2015. 352 с.
12. *Эрроу К.* Возможности и пределы рынка как механизма распределения ресурсов // THESIS: Теория и история экономических и социальных институтов и систем. 1993. Т. 1. Вып. 2. С. 53–68.
13. *Vain J. S.* Industrial Organization. – New York: John Wiley and Sons, 1968. 368 p.
14. *Шумпетер Й. А.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007. 864 с.
15. *Хайек Ф.* Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. 1989. № 12. С. 6–14.
16. *Саймон Г. А.* Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS: Теория и история экономических и социальных институтов и систем. 1993. Т. 1. Вып. 3. С. 16–38.
17. *Стиглер Дж. Дж.* Совершенная конкуренция: исторический ракурс. Теория олигополии // Теория фирмы / под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1995. 532 с.
18. *Гэлбрейт Д. К.* Новое индустриальное общество. – М.: АСТ, 2004. 608 с.
19. *Кирицнер И.* Конкуренция и предпринимательство. – М.: Социум, 2010. 288 с.
20. *Коуз Р.* Фирма, рынок и право: сборник статей. – М.: Новое издательство, 2007. 224 с.
21. *Портер М.* Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М.: Альпина Паблишер, 2016. 716 с.
22. *Нельсон Р. Р., Уинтер С. Дж.* Эволюционная теория экономических изменений. – М.: Дело, 2002. 536 с.
23. *Трейси М., Вирсема Ф.* Маркетинг ведущих компаний: выбери потребителя, определи фокус, доминируй на рынке. – М.: Вильямс, 2007. 304 с.
24. *Беккер Г.* Человеческое поведение: экономический подход. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. 672 с.
25. *Вииг К.* Основы управления знаниями. – М.: Город, 1986. 371 с.
26. *Сенге П. М.* Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающейся организации. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. 408 с.
27. *Нонака И., Такеучи Х.* Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. 384 с.
28. *Хамел Г., Прахаланд К. К.* Конкурируя за будущее. – М.: Олимп-Бизнес, 2014. 288 с.
29. *Кристенсен К. М.* Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 240 с.
30. *Бранденбургер А. М., Нейлбафф Б. Дж.* Конкурентное сотрудничество в бизнесе. – М.: Кейс, 2012. 352 с.
31. *Moore J. F.* The Death of Competition. – N. Y.: Harper Business, 1996. 384 p.
32. *Gloor P. A.* Swarm Creativity. Competitive advantage through collaborative Innovation Networks. – Oxford: Oxford University Press, 2006. 288 p.
33. *Антонов Г. Д., Иванова О. П., Тумин В. М.* Управление конкурентоспособностью организации и территорий. – М.: ИНФРА-М, 2016. 348 с.
34. *Баумоль У.* Микротеория инновационного предпринимательства. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2013. 432 с.
35. *Чан Ким В., Моборн Р.* Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 336 с.

36. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. – М.: Маркет ДС, 2008. 432 с.

### Evolution of the theory of competition

*Alexander Anatolyevich Ryazanov, Candidate of Economic Sciences, Docent Associate Professor at the Department of Management and Marketing Moscow Witte University*

*The article will consider the process of formation and development of the theory of competition, the contribution to the study of the essence and content of this phenomenon of representations of various schools and directions of the economic science of strategic management and marketing, the analysis of the basic concepts of competition is carried out.*

*Keywords: behavioral, functional, structural and institutional management approaches to the essence of competition, innovative concept of competition, market, resource, institutional concept of competitive advantages, the concept of competition is based on the benefits of resources, theory of unique values, theory of human capital, knowledge management theory, the concept of key competencies, the model of breakthrough innovations, theory with competition, model of entrepreneurial ecosystems, the theory of competitive advantages based on interaction, the concept of quasi competitive market, model of the blue ocean strategy.*

УДК 658.5

## АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ МНОГОПРОДУКТОВОЙ МОДЕЛИ «ЗАТРАТЫ – ОБЪЕМ ВЫПУСКА – ПРИБЫЛЬ»

*Валентина Александровна Бондаренко, канд. экон. наук, доц.,  
доцент кафедры экономики, финансов и бухгалтерского учета,  
e-mail: leobond5@mail.ru,  
Московский университет им. С. Ю. Витте,  
филиал в г. Сергеевом Посаде,  
<https://www.muiiv.ru/sposad>*

*Маржинальный анализ позволяет осуществлять эффективное управление производственно-хозяйственной деятельностью организаций. Существенным его элементом является анализ чувствительности модели к изменению исходных данных. Этот анализ усложняется при рассмотрении многопродуктовой модели. В статье представлено теоретическое исследование анализа чувствительности многопродуктовой модели при введении в нее дополнительной количественной характеристики, учитывающей меру рассеяния исходных данных.*

*Ключевые слова: прибыль; маржинальный доход; точка безубыточности; анализ чувствительности; многопродуктовая модель.*



**В.А. Бондаренко**

Эффективность управления производственно-хозяйственной деятельностью организаций часто зависит от правильного использования лицом, принимающим решения (ЛПР), взаимосвязи между ключевыми элементами маржинального анализа (CVP-анализа): затратами, объемом выпуска и прибылью (cost – volume – profit). Для этого ЛПР должен обладать не только соответствующим опытом, но и иметь простые количественные соотношения, описывающие эту взаимосвязь. Получение таких соотношений значительно усложняется для многопродуктовой модели, применяемой организациями с широкой номенклатурой выпускаемой продукции [1–4].