

МИКРО- И МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 330.11

Ю. В. Тарануха

МИКРОКОНКУРЕНЦИЯ: СОДЕРЖАНИЕ И МЕХАНИЗМ ДЕЙСТВИЯ

Статья посвящена анализу причин развития конкуренции на микроуровне экономики. Оно трактуется как разрешение противоречия, которое проявляется как борьба между наследственностью, обеспечивающей устойчивость вида, и его изменчивостью. На этом основании сделан вывод о том, что подлинным генератором развития конкуренции является не конкурентное соперничество, а изменение состояния конкурентных условий. Механизм действия микроконкуренции состоит в том, что эндогенным фактором изменений выступают действия конкурентов, но их селекцию осуществляет среда. Эволюция микроконкуренции демонстрирует две тенденции. Одна из них выражается в расширении конкурентного поля и обострении конкурентной борьбы; другая заключается в замещении открытой борьбы соревновательной конкуренцией, которая предусматривает партнерство в качестве фактора завоевания преимуществ, что становится основным признаком развития конкуренции на микроуровне экономики. Библиогр. 47 назв.

Ключевые слова: конкуренция, механизм действия конкуренции, конкурентный отбор, микроконкуренция, конкурентное преимущество, соревновательная конкуренция.

Yu. V. Taranukha

MICROCOMPETITION: CONTENT AND ITS ACTION MECHANISM

This article analyzes the forces that stimulate and ensure the development of competition at the micro level of the economy. Promotion of competition is interpreted as a resolution of the contradiction, which manifests as the struggle between heredity, ensuring the sustainability of a species and its variability. There by it is concluded that the real generator of the evolution of competition is not a competitive rivalry. It is the change of the competitive conditions. The mechanism of action of the micro competition is that endogenous driver of change are the actions of the competitors, but their selection is exercised by the environment. The evolution of the micro competition demonstrates two trends. One trend is broadening the field of competition and the intensification of the struggle. The other is the replacement of the open struggle by competition, which involves partnership and cooperation as a factor in gaining a competitive edge. This becomes the main feature of the development of micro competition. Refs 47.

Keywords: competition, competitive mechanism, competitive selection, microcompetition, competitive advantage, rivalry competition.

Юрий Васильевич ТАРАНУХА — доктор экономических наук, профессор, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Российская Федерация, 119991, Москва, Ленинские горы, 1; yu.taranukha@mail.ru

Yury V. TARANUKHA — Doctor of Economics, Professor, Lomonosov Moscow State University, 1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russian Federation; yu.taranukha@mail.ru

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2017

Введение

Понятие «конкуренция» употребляется в научной литературе и в практической деятельности настолько часто, что превратилось в некую универсальную категорию и представляется чем-то само собой разумеющимся. Несмотря на большое количество зарубежных и отечественных исследований по конкуренции, в них редко рассматривается ее содержание. Еще реже можно обнаружить работы, посвященные механизму развития самой конкуренции. Между тем ответ на данный вопрос позволяет понять причины происходящих изменений и направленность таких изменений. Этот аспект проблемы и станет объектом нашего исследования. Однако ее решение будет предварено анализом природы и содержания конкуренции. Это вызвано тем, что в области исследования конкуренции отсутствует единство в понимании и трактовке указанных сторон явления. Затем обратимся к вопросу об устройстве конкурентной системы. Выяснив природу и место микроконкуренции, проведем анализ механизма ее развития. В заключение продемонстрируем действие этого механизма.

1. Конкуренция: природа и содержание

К настоящему времени сформировались два противостоящих друг другу подхода к анализу конкуренции. Первый из них представлен в неоклассической теории. При этом конкуренция трактуется статически, как состояние рынка, задаваемое совокупностью рыночных детерминант. Сама же конкуренция выступает фактором, определяющим механизм ценообразования. Конкуренция лишена каких бы то ни было внутренних мотивов развития, и если претерпевает изменения, то исключительно под влиянием внешних факторов. Согласно второму подходу, конкуренция рассматривается как непрерывно развивающийся процесс. Такая трактовка может быть названа динамической, учитывая присущее ей допущение об изменчивости конкуренции. В ней акцент делается на свойстве конкуренции как борьбе за преимущества. Данный подход разделяют представители классической [Смит, 2007; Милль, 1980], марксистской [Энгельс, 1955; Маркс, 1961], шумпетерианской [Шумпетер, 1982, 1995], неоавстрийской [Хайек, 1989; Кирцнер, 2001] и эволюционной [Нельсон, Уинтер, 2002] теорий. Однако согласованность в методологии не мешает наличию расхождений в понимании содержания конкуренции.

Некоторые авторы связывают причину существования разных подходов к исследованию с наличием содержательного различия между понятиями «конкуренция» и «соперничество». Под соперничеством понимают процесс реальной борьбы среди конкурентов, под конкуренцией — признак устройства рынка, который «не подразумевает психологической конкуренции, соревнования или соперничества» [Knight, 1946, p.102], а используется только для предсказания поведения этих субъектов на рынке [Гальперин и др., 2002, с. 19]. Необходимость такого членения связывают с развитием теории строения рынков, поскольку «конкуренция» — термин, относящийся к модели, определяющей строение рынка [Гальперин и др., 2002, с. 19–20].

Однако указанное применение понятия «конкуренция» не несет никакого собственного содержания и должно дополняться указанием на специфику модели рынка — «совершенная конкуренция» и «монополистическая конкуренция», ничего не добавляет к содержанию термина «конкуренция». И оно никак не помогает

понять поведение рыночных агентов. Если в понятие «конкуренция» вкладывать хотя бы малую толику «притязания на что-либо», то это уже само по себе означает действие. Допущения, присущие модели атомистического устройства экономики [Knight, 1946, p. 102] (экономики Робинзона Крузо), изначально не пригодны для анализа конкуренции, так как лишены взаимодействия. Поэтому главная проблема указанного деления вовсе не психологического свойства [Хайек, 2002, с.105–106; Кирцнер, 2001, с. 98]. Она заключается в игнорировании природы экономики, которая несет на себе печать взаимодействия. Разграничение понятий «конкуренция» и «соперничество» означало бы лишение конкуренции ее основополагающего элемента.

Суть проблемы заключается в том, что неоклассическая трактовка конкуренции опирается на допущенное У. С. Джевонсом смешение двух разных понятий — рынка и конкуренции, в результате которого рынок используется в качестве понятия, дополняющего понятие конкуренции [Стиглер, 1995, с. 309]. Это смешение породило путаницу между экономической эффективностью, отражающей результат работы рынка, и конкуренцией, отражающей деловое поведение, что проявилось в противопоставлении конкуренции и монополии [McNulty, 1968, p. 639–640].

На Западе своеобразным подведением итогов дискуссий о природе конкуренции, которые велись в конце XX в. [Dickson, 1992], стала «Общая теория конкуренции» Шелби Д. Ханта [Hunt, 2000]. В ней автор (по его же словам) предпринял попытку объединить все лучшее из теорий конкуренции и сохранить единство экономической науки, встроив модель совершенной конкуренции в схему динамической конкуренции. Критика в целом была благожелательная, однако в ней содержалось указание на то, что данная теория вряд ли может претендовать на статус общей теории конкуренции [Hodgson, 2000, p. 70; Savitt, 2000; Foss, 2000], тем более что она стала лишь расширенным вариантом идей, представленных ранее в «теории преимущества в ресурсах» («The Resource-Advantage Theory of Competition», или «R-A Theory») [Hunt, Morgan, 1996], которые уже были подвергнуты критике за эклектику [Dickson, 1996, p. 102; McGovern, 1996].

Создание единой (объединительной) теории конкуренции, которая интегрировала бы в себе лучшее из существующих концепций, было темой обсуждения и среди отечественных экономистов [Рубин, 2010, с. 42–43; Круглый стол, 2010]. Однако проблема заключается в том, что сохранить результаты разных методологий путем их механического объединения нельзя, так как любое скрещивание альтернативных подходов изначально является неплодотворным [Круглый стол, 2010, с. 10]. Исключая возможность создания единой теории конкуренции, мы полагаем, что речь может идти только о создании общей теории конкуренции, которая могла бы стать универсальной в том смысле, что не объединяла бы, а позволила бы непротиворечиво встроить в свою канву многие положения из концепций, основанных на разных методологических принципах [Тарануха, 2010].

Хотя в разных теориях конкуренция представлена по-разному, все солидарны в том, что конкуренция — это борьба. Поэтому определение конкуренции как соперничества станет исходным тезисом нашего анализа, что вполне отвечает содержательной стороне конкуренции. А так как в соответствии с нашим подходом конкуренция рассматривается как динамический процесс, то любые соображения,

связанные с противопоставлением понятий «конкуренция» и «соперничество», утрачивают всякий смысл¹.

Если конкуренция — соперничество, то в чем содержание последнего? Содержательный императив соперничества — конфликт интересов. В природе соперничество ведется стихийно и неосознанно. Соперничество в обществе отличается наличием целенаправленного поведения и стратегии для достижения цели. Сознательное и бессознательное — не формальные признаки. Они определяют отличия содержательного свойства. В первом случае конфликт возникает только при ограниченности ресурсов. Сознательное соперничество отличается тем, что конфликт появляется вследствие стремления к поставленной цели. Его причина — не редкость ресурсов, а стремление к завоеванию превосходства. Стихийное соперничество не предполагает обратной связи. Сознательное соперничество, мотивированное осознанием наличия конфликта интересов, напротив, опирается на такую связь, выражаясь в ответных действиях. Из-за этого соперничество в обществе принимает форму состязания.

Бессознательное соперничество ограничивается приспособлением к окружающим условиям, а сознательное уже в своем исходном пункте нацелено на преобразование этих условий. Даже реализованное в форме приспособительной стратегии, оно дает преобразующий результат. Стихийное соперничество является нерегулируемым в том смысле, что оно лишено правил и норм. Сознательное соперничество всегда ведется в рамках определенного порядка при посредстве формальных и неформальных правил и норм. Оно всегда несет в себе элемент соревнования, чего полностью лишена стихийная его форма. Наличие состязательности придает соперничеству особое содержательное наполнение — стремление к достижению лучшего результата. Поэтому соперничество между людьми всегда принимает форму состязательности, которая ведется ради достижения превосходства.

Таким образом, в обществе соперничество выражается в осознанно применяемых действиях, направленных на достижение поставленной цели, и ведется в рамках установленного порядка. Его основные признаки: 1) наличие конфликта интересов; 2) существование отношений, обеспечивающих взаимодействие сторон; 3) наличие определенного порядка (правил); 4) стремление к достижению лучшего результата; 5) оказание преобразовательного воздействия. Эти признаки присущи

¹ Нередко между этими понятиями не проводится четкой грани, что приводит к неверному их истолкованию и применению (см.: [Горбачева, 2008, с. 145, 149]). Состязательность — это не соперничество, а лишь один из его признаков. Поэтому рыночная конкуренция и социалистическое соревнование не являются формами состязательности. Состязательность присуща и тому и другому. Но у самих форм принципиально разная природа. Суть различия между ними состоит в том, что в первом случае состязаются соперники, а во втором — соревнующиеся. Состязательность действительно присуща человеческой природе, а соперничество — нет. Соревнование допускает сотрудничество, а соперничество — нет. Видеть в соперничестве фундаментальный закон развития живой природы является ошибкой. Еще Ф. Энгельс справедливо указывал, что борьба за существование — это только одна сторона взаимодействия. Но есть и другая — сотрудничество. Поэтому говорить, что конкуренция — это естественный закон, нельзя [Энгельс, т. 34, с. 134; т. 20, с. 622]. Петр Кропоткин специально исследовал эту проблему, показав, что подлинным двигателем прогресса является не соперничество, а взаимопомощь [Кропоткин, 1922]. Даже А. Маршалл считал конкуренцию лишь одной из форм взаимодействия, причем не самой привлекательной [Маршалл, т. I, с. 61–64]. В конце концов, современный человек — это результат не соперничества, а сотрудничества, т. е. взаимопомощи, которая не исключала состязательности.

любому типу состязания. Однако его механизм и последствия могут быть принципиально разными. Соперничество среди спортсменов и соперничество среди продавцов — это состязание за олимпийские медали и за деньги покупателей соответственно. Однако за этой общностью скрываются принципиально разные типы состязательности.

Специфика рыночного состязания, в отличие от спортивного, заключается в том, что оно, во-первых, имеет принудительный характер и любая форма отказа от участия в этом состязании автоматически подрывает потенциал участника. Во-вторых, механизм спортивного состязания предполагает отсутствие помех со стороны соперников. Состязание среди продавцов отличается как раз тем, что его механизм изначально нацелен на противодействие соперникам в достижении ими своих целей. И дело не в наличии правил и не в их строгости, а в том, что само присутствие на рынке других продавцов ограничивает возможности каждого из них.

В связи с этим мы должны констатировать, что ставшее почти классическим понятие конкуренции, данное М. Вебером, полагавшим, что конкуренция — это «мирные попытки установления контроля над возможностями и преимуществами, которые также желаемы другими» [Weber, 1978, р. 38], не дает адекватного отражения природы конкуренции. Узвзка существования конкуренции с наличием социального действия, т. е. с применением усилий, направленных на подавление воли соперников или завладение их «возможностями», сужает рамки бытия конкуренции. Суть в том и состоит, что, в отличие от любого другого состязания, предполагающего наличие действий со стороны соперника, рыночное состязание возникает вне зависимости от того, прилагают соперники усилия против своих оппонентов или нет. Причина этого кроется в том, что состязание на рынке возникает не вследствие действий участников, а вследствие наличия определенных условий. Поэтому П. Диксон ошибается, полагая, что неблагоприятные условия для участников конкуренции — это результат маркетинговой деятельности их соперников [Dickson, 1992; 1996]. В рыночном состязании главная помеха — не действия, а присутствие соперников. Их действия, несомненно, могут влиять на интенсивность и исход состязания, но не на возникновение самого состязания.

Главный признак рыночного состязания — наличие витальных, связанных со способностью к выживанию и развитию, последствий для соперников. Рассматриваемое в этом ключе понятие «конкуренция» идентично введенному М. Дойчем понятию «чистое соперничество», которое означает, что при данном взаимодействии индивидуальные цели могут быть достигнуты лишь при условии недостижения своих целей другими [Deutsch, 1949]. Следовательно, *конкуренция* — состязание, в котором ограничение возможностей соперников является свойством, вытекающим из природы самого состязания. Такое состязание не ограничивается ранжированием соперников, а всегда сопровождается их селекцией, которая неизбежно завершается устранением некоторых из них. Борьба ведется не за первенство, как это представляется в каталлактической конкуренции [Мизес, 2000, с. 259], а за выживание. Поэтому строгость понятия «конкуренция» заключается не в наличии состязательности среди соперников [Маршалл, 1983, с. 60], и не в специфике предмета конфликта (пища или доход) [Мизес, 2000, с. 259], и тем более не в персонификации лиц, ведущих состязание [Светуных и др., 2006, с. 12]. Строгость этого понятия заключена в характере состязания — в антагонизме интересов его участ-

ников, единственной формой разрешения которого является смертность части из них. Поэтому наиболее адекватно отражающим сущностную сторону конкуренции будет ее определение сродни тому, которое Ю. Одум дал конкуренции в живой природе: «Конкуренция — это любое взаимодействие между популяциями двух или более видов, которое неблагоприятно сказывается на их росте и выживании» [Одум, 1986].

Причина существования такой конкуренции коренится не в ограниченности ресурсов, с чем традиционно ее связывают [Радаев, 2003, с. 48–49]. Антагонизм материальных интересов — вот подлинная причина экономической конкуренции. С этих позиций в ином свете предстает сама проблема редкости благ. Она приобретает конкурентный смысл только в том случае, когда доступ к редкому благу кем-либо ограничивается, а не потому, что объекты природы или человеческой деятельности являются редкими. Иначе говоря, благо является редким, когда доступ к нему обусловлен установлением прав собственности на него. Благо может быть редким, но неконкурентным. Конкуренция в отношении предоставляемых им выгод возникнет только в том случае, когда кто-то захочет обрести исключительные права на присвоение этих выгод. Поэтому редкость благ может рассматриваться в качестве необходимого, но не достаточного условия для возникновения конкуренции. Редкость благ создает основу для конфликта интересов. Но этот конфликт принимает ту специфическую форму конфликта, единственным способом разрешения которого становится борьба за выживание, только при наличии частной собственности. Это позволяет утверждать, что подлинная причина возникновения конкуренции — частный интерес, оформившийся в виде частной собственности [Энгельс, 1955, с. 559].

Как мы могли убедиться, экономическая конкуренция обладает как минимум тремя неперенными признаками. Первый — принудительный характер участия в конкуренции; второй — взаимное ограничение потенциалов каждого участника; третий — наличие витального отбора среди соперников. Эти признаки присущи исключительно той форме состязания, в которой соперничество реализуется на рынке. Они отражают его специфику и диагностируют его качественную определенность. В связи с этим уместно обратить внимание на ряд важных моментов.

Конкурентное соперничество возникает помимо воли участников и вне зависимости от того, прилагают они усилия к этому или нет. Таким образом конкуренция выступает условием, которое дисциплинирует конкурентов, причем оказывая такое «влияние не только тогда, когда она уже есть, но и тогда, когда она является всего лишь потенциальной угрозой ... и даже тогда, когда он (бизнесмен. — Ю. Т.) является полным монополистом в своей отрасли...» [Шумпетер, 1995, с. 128–129]. В действительности последствия, вызываемые принудительным воздействием конкуренции, еще глубже. Их суть в том, что конкуренция выступает условием, формирующим у соперников строго определенный тип сознания и поведения, которому следуют все конкуренты и от которого ни один из них не может уклониться. Каждый осознает, что для него устранение соперников — условие собственного выживания. Поэтому *стремление к подрыву витального потенциала соперников* — это не вариант поведенческого выбора, а *функциональный императив конкурентного поведения*. Соответственно, когда конкуренция характеризуется как борьба за преимущества, то смысл этой борьбы следует связывать с подрывом потенциала

соперников, а завоевание преимуществ — с созданием препятствий в достижении ими своих целей.

Любое достоинство превращается в конкурентное преимущество лишь при условии, что оно препятствует соперникам достигнуть своих целей. Именно действие этого принципа обеспечивает принудительный запуск механизма отбора среди соперников. Само собой разумеется, что при неизменности своей сути характер и направленность действия данного принципа, а значит, и конкурентной селекции будет зависеть от окружающей среды, т.е. тех условий, в которых протекает конкурентное состязание. Эти условия могут повлиять на ход селекции, но не могут изменить принцип ее действия. Причем условия конкуренции всегда благоприятствуют тем, кто отвечает параметрам, задаваемым рынком, и ужесточают возможности выживания для тех, чьи характеристики не отвечают этим параметрам.

Нередко конкуренция трактуется как процесс, «направленный на отбор субъектов... с целью обеспечения эволюции» [Берг, Гольдштейн, 2001, с.157]. Следует подчеркнуть, что действие конкуренции направлено отнюдь не на отбор, а на реализацию частного интереса. Отбор — это функциональный признак ее действия. Связывать конкуренцию с реализацией целевой функции тоже неверно. Во-первых, такая увязка ведет к субъективизации конкуренции, что не отвечает ее природе. У конкуренции нет заданной цели. Ее результат — это не цель конкурентного процесса. Эволюция субъектов конкуренции и самой конкурентной системы есть результат ее действия, но не форма реализации ее цели. Во-вторых, конкуренция — стихийный, а потому стохастический процесс, течение которого зависит от случая, а связанные с ним изменения имеют вероятностный характер. Каждый конкретный раунд конкурентной борьбы может завершиться как позитивными (эволюция), так и застойными или даже негативными (деградация) результатами. Новаторы побеждают в конкуренции далеко не всегда и не сразу, а прогрессивные изменения пробиваются с трудом именно из-за конкурентного противодействия консерваторов, которые нередко выходят победителями в борьбе «старого с новым». Тот факт, что конкурентный процесс сопровождается эволюционными изменениями, не может служить аргументом для доказательства целевой направленности действия конкуренции, так как он выражает не цель процесса, а общий принцип прогрессивного развития — движение от простого к сложному.

Понимание конкуренции будет неполным без определения характера заключенного в ней состязания. В этой части она проявляет себя как носитель той двойственности, которая присуща природе соперничества, несущего в себе соревновательный и витальный элементы одновременно. Так как конкурентное соперничество имеет витальное значение для ее участников, то с точки зрения результата конкуренция — это борьба за существование. В этом аспекте ее характер ничем не отличается от той борьбы за выживание, которая протекает в дикой природе: выживает и развивается тот, кто быстрее приспособливается к изменениям окружающих условий. Вместе с тем конкурентная борьба в обществе несет на себе признаки соревнования в той части, где оно характеризуется наличием выработанных в процессе соперничества правил и норм. Поэтому с точки зрения методов осуществления экономической конкуренция характеризуется применением «мирных», говоря словами М. Вебера, способов борьбы. «Мирных» не в том смысле, что они не направлены на уничтожение соперников, а в том, что исключают применение физи-

ческого принуждения [Weber, 1978, p. 38]. Рассматриваемая в данном ракурсе экономическая конкуренция должна быть определена как борьба за существование, которая ведется в рамках установленного порядка и с применением дозволенных средств. *Экономическая конкуренция — это борьба на уничтожение, ведущаяся по правилам.* Неслучайно Вебер трактовал «конкуренцию за экономические преимущества в обмене» как переходную (от мирной к кровавой) форму конфликта, так как она по форме — борьба, которая ведется по установленным правилам, но, по сути, — кровавый конфликт, «который, несмотря на все правила, имеет своей целью уничтожение оппонента» [Weber, 1978, p. 38].

Постановка Вебером проблемы способа разрешения конфликта интересна нам в двух аспектах. Во-первых, наличие установленного порядка и правил ведения борьбы не исключает возможности ведения борьбы за выживание. Именно такой и представляется нам экономическая конкуренция. Сам факт наличия в экономической конкуренции элемента регулирования ничуть не умаляет того сущностного императива, который несет в себе эта форма состязания, — подрыв возможностей для роста и развития конкурентов. Это однозначно указывает на то, что конкуренция не может реализоваться в форме символической борьбы, как иногда полагают [Радаев, 2003, с. 59]. Это не означает, что результаты одного соперника формируются исключительно за счет ущемления интересов другого (игра с нулевой суммой). При определенном соотношении рыночного спроса и предложения возможны положительные исходы для всех участников конкуренции. Но подобная ситуация — лишь свидетельство низкой интенсивности борьбы, но не перемены в ее природе. «Пока все идет хорошо, конкуренция действует как осуществленный на практике братский союз класса капиталистов, так как они сообща делят прибыли согласно вложенному капиталу. Но если возник убыток, то его распределение — другая проблема — каждый старается взвалить свою долю на другого. Конкуренция превращается в борьбу враждующих братьев, проявляя противоположность интересов каждого» [Маркс, 1961, с. 277–278]. Во-вторых, М. Вебер обращает внимание еще и на то, что тип конфликта зависит не только от качества средств, которые применяются соперниками для достижения своих целей, но и от тех обстоятельств, которые порождают возникновение конфликта.

Применительно к исследуемому нами объекту можно утверждать, что *экономическая конкуренция — это совокупность условий, определяющая такой тип соперничества, при котором сознательное стремление к завоеванию преимущественного положения путем подрыва способностей соперников к развитию и выживанию является определяющим принципом поведения участников.* И именно в этом типе поведения выражается *содержание рыночной конкуренции.*

Это позволяет нам дать однозначные ответы на ряд знаковых вопросов, поставленных С. Авдашевой [2008, с. 17–18]. Что касается критериев, отражающих наличие конкуренции на рынке, то в качестве таковых можно выделить следующие: для краткосрочного периода — перемены в рыночных позициях, занимаемых конкурентами, т. е. их перепозиционирование; для долгосрочного — действие механизма селекции, т. е. процесс обновления конкурентов. Что касается морали, то, выражаясь в стремлении соперников уничтожить друг друга, конкуренция неизбежно становится аморальным действием, что, собственно, и послужило для Ф. Энгельса основанием для ее характеристики как формы выражения враждебности, в которой

завершается безнравственность состояния общества [Энгельс, 1955, с.559]. Но присущая ей аморальность не исключает сотрудничества, правда, допускаемого лишь при производстве общего рыночного результата (например, сотрудничество соперничающих продавцов против покупателей) [Маркс, 1961, с.277–278] — отраслевой прибыли — и неосуществимого при распределении этого результата.

Трактовка содержания конкуренции как типа поведения, направленного на подрыв возможностей своих соперников, указывает на неправомерность подходов, согласно которым ее содержание видят в возбуждении новаторской деятельности [Шумпетер, 1982] либо в распространении знаний [Хайек, 1989]. В настоящем исследовании подчеркивается, что новаторская активность соперников — это не следствие склонности к созиданию нового и стремления к лидерству, а всего лишь результат давления конкурентов, принуждающего предпринимателя к созданию нового, причем такого, которое укрепит его преимущества и одновременно ограничит возможности соперников. Конкуренция может информировать о результативности альтернатив, предпринятых соперниками, но не может выступать фактором «открытия нового знания», как полагал Ф.Хайек [1989]. Выделяя успешную для прошлого раунда борьбы альтернативу, конкуренция направляет соперников фактически по ложному пути, ведущему к усложнению условий для извлечения выгод из-за возникающего превышения предложения над спросом.

Указанные замечания нельзя рассматривать в качестве отрицания тех ролевых функций, которые выполняет конкурентный механизм в экономике, в частности в отношении возбуждения новаторской деятельности и распространения знаний. Здесь важно понимать, что речь идет исключительно о содержании сущностной стороны конкурентной борьбы, а не о тех последствиях, которые эта борьба может вызвать (а может и не вызвать). Первое выражает неизбежный исход, а второе — вероятностный исход. Главное, однако, заключается в том, что следует отграничивать содержательную и функциональную стороны явлений. Содержание включает только те признаки явления, без которых его идентификация становится невозможной. Именно смертность соперников следует считать не только сущностной чертой конкуренции, но и тем, в чем, говоря словами Маркса, «конкуренция должна быть сама для себя сущим». Любая функциональная роль — отражение последствий, возникающих вследствие воздействия совокупности взаимосвязанных явлений. Поэтому приписываемые конкуренции функциональные роли выполняет, строго говоря, не она сама, а совокупность условий, где конкуренция выступает, хотя, возможно, и главным, но лишь одним из действующих факторов. По этой причине последствия конкурентной борьбы могут быть самыми разными. В то время как изменение численности соперников — непереносимое следствие любой конкуренции.

2. Конкуренция как система

Общепринято рассматривать конкуренцию в виде одномерного явления. Между тем действие самой конкуренции, многообразии форм и выполняемых функций свидетельствуют о том, что она представляет собой сложную систему. Соответственно, рассматривая ее как процесс, следует понимать, что речь идет о движении системы, входящей в качестве составной части в систему более высокого порядка — рыночного хозяйства. Как и всякая система, она состоит из разных, хотя

и взаимосвязанных частей, которые имеют особую форму выражения, а каждая форма обеспечивает реализацию одной из сторон содержания конкуренции. Эти формы суть способы выражения того общего, особенного и единичного, что заключено в конкуренции.

Любая форма проявления конкуренции — это часть конкурентного процесса, обладающая своим особым содержанием, которая реализует себя в виде отдельной подсистемы с присущими ей особенностями устройства. Конкуренция представляется в виде комбинации трех подсистем: *макроподсистемы*, где она реализует себя как принцип организации рыночного хозяйства; *мезоподсистемы*, где она проявляется как механизм взаимодействия конкурентов; *микроподсистемы*, где она предстает в качестве способа достижения конкурентами своих целей [Тарануха, 2012].

На макроуровне конкуренция идентифицирует себя как отношение, отражающее противоборство обезличенных частных интересов. Это еще не борьба, а лишь база для ее ведения. Борьба разворачивается на основе действий, применение которых одной из сторон оборачивается непременно ущемлением интересов других. Автоматически возникает стремление к противодействию, принуждая вступать соперников в конкурентную борьбу, которая становится определяющим принципом их поведения. На микроуровне конкуренция проявляется как модель поведения, предписывающая соперникам строго определенный тип действий: стремление к установлению ограничений над их возможностями в достижении одних и тех же целей. Иначе говоря, в микроподсистеме конкуренция реализует себя как способ, посредством которого соперники достигают своих экономических целей. Именно по этой причине Маркс рассматривал конкуренцию в качестве неперемного условия существования частных производителей вообще [Маркс, 1960, с. 369], а действующих в форме капитала — в особенности. Микроконкуренция — это уже не соперничество анонимных сил, а борьба между конкретными субъектами, которая ведется за осязаемые каждым участником цели и физически ощущаемая ими. Ее участники ощущают себя как конкуренты, так как успех любого из них подрывает жизнеспособность каждого из них.

На мезоуровне конкуренция предстает перед нами в виде механизма взаимодействия капиталов. Однако, как показал Маркс, их взаимодействие не может быть реализовано иначе, как только посредством продуктов, производимых капиталами. Поэтому на микроуровне конкуренция капиталов превращается в конкуренцию товаров и услуг. Причем именно посредством этого превращения и реализуется экономический смысл их взаимодействия — извлечение прибыли как воплощение частного интереса капитала. Конкуренция из абстрактного соперничества интересов превращается в реальную борьбу конкретных предпринимателей за отчуждение прибыли друг у друга. Исход этой борьбы определяет выживание и развитие каждого капитала.

Содержание микроподсистемы конкуренции в первую очередь состоит в обеспечении действия принципа и механизма конкурентной системы. Если для рыночной системы конкуренция является принципом организации и механизмом ее функционирования, то для конкурентов она — способ достижения экономических целей. Соответственно, предназначение микроподсистемы конкуренции заключается в том, чтобы воплотить конкурентный принцип и механизм в реальные формы борьбы среди соперников. Иначе говоря, перевести их в плоскость конкретных

действий, применяемых соперниками в процессе борьбы за достижение своих целей. В этом качестве конкуренция предстает перед нами в виде подсистемы, отражающей образ действий и совокупность приемов, посредством которых соперники отстаивают свои интересы. Микроуровень конкуренции — это та ее подсистема, где принцип конкурентного соперничества принимает реальные формы борьбы, а механизм соперничества реализует себя в виде конкретных стратегий. Это и есть содержательная сторона микроподсистемы конкуренции. Что касается ее роли, то она заключается в трансформации присущих конкуренции внутренних отношений и связей в конкретные формы, в которых они реализуются на поверхности, т. е. в практике конкурентной борьбы.

Отличительная особенность микроконкуренции — ее явственность. Здесь конкуренция принимает отчетливые формы борьбы, ведется за нечто конкретное и против осязаемых соперников. Возможно поэтому микроконкуренция замкнула на себя все внимание исследователей, ограничившихся анализом только видимой части всей конструкции конкуренции. Выразительность, присущая микроконкуренции, в какой-то степени действительно помогает понять ход и смысл конкурентной борьбы и проследить явное выражение ряда сущностных черт, которые в других подсистемах принимают скрытую форму. Например, на макроуровне конкуренция — принудительный закон рынка, невидимый для соперников и неподвластный их воле. На микроуровне этот закон обретает форму заданного типа поведения: превзойти и уничтожить соперников. В отличие от макроподсистемы, где конкуренция заявляет о себе как ограничительный принцип, в микроподсистеме она выражается в наиболее явной и циничной форме: экономическая смерть одних — условие выживания других, давая этим ключ к пониманию сути конкурентной борьбы. Невидимый внешне, а то и искажаемый смысл инвестиционных переливов капитала в микроподсистеме конкуренции обретает подлинную сущность — поиск наиболее прибыльных способов применения. Иначе говоря, микроуровень конкуренции позволяет наиболее отчетливо проследить, «что делают типичные субъекты и почему они это делают» [Дози, Уинтер, 2004].

3. Механизм развития рыночной конкуренции

Заключенное в конкуренции противоречие на уровне микроподсистемы приобретает явственный, можно сказать, обнаженный способ своего выражения. Какую бы форму соперничество ни принимало — борьба за прибыль, долю рынка или лидерство, его направленность и содержание отчетливо осознаются соперниками как борьба их частных интересов. Не менее очевидным для них является и то, что реализация интереса одного обеспечивается за счет ущемления интереса другого. Поскольку борьба представляет собой единство противоположных интересов, то возникающее между ними противоречие следует определить как внутреннее противоречие, отображающее отношение между противоположными сторонами данного единства. Суть противоречия заключается в том, что каждый стремится завоевать монопольное положение для себя, лишив такой возможности других [Энгельс, 1955, с. 559]. Борьба за конкурентные преимущества становится формой выражения заключенного в микроконкуренции внутреннего противоречия. Она ведется путем применения соперниками альтернативных методов завоевания

конкурентных преимуществ. Это позволяет прийти к выводу о том, что борьба между альтернативными методами завоевания преимуществ является способом разрешения внутреннего противоречия микроконкуренции.

Выражаясь в превосходстве одного метода над другим, разрешение исследуемого противоречия будет принимать разные формы: большая прибыль, большая доля рынка, рыночное лидерство. Но за этим многообразием форм скрывается одна и та же закономерность — изменение соотношения витальных потенциалов соперников: более быстрый рост одних по сравнению с другими. Ее действие будет проявляться тем сильнее, чем выше мера превосходства одних методов над другими. С точки зрения воспроизводственного подхода полученный результат, превращаясь в предпосылку следующего этапа движения, определяет дальнейший результат, действие закономерности превратится в механизм селекции соперников. Конкурентная сила одних соперников угасает, а других — растет. Становится очевидным, что универсальной формой разрешения заключенного в микроконкуренции противоречия станет смертность соперников. Возможности репозиционирования среди соперников не исключаются. Но если для отдельного соперника указанный исход — вопрос повторяемости результата, то для всего сообщества соперников (микроконкуренции) действие указанного принципа превращается в закономерность. Каждый цикл конкурентной борьбы завершается вытеснением с рынка отдельных соперников или их части. Если рассматривать микроконкуренцию как непрерывный процесс, то завершённой формой разрешения указанного противоречия станет концентрация производства и рынка. А так как внутреннее противоречие выступает ядром развития явления, то вызываемые его разрешением последствия выражают направленность эволюции микроподсистемы конкуренции. При этом течение конкурентной борьбы, обнаруживающее себя в ее жесткости и интенсивности, будет выступать фактором, ускоряющим указанные процессы.

И все же понять механизм разрешения указанного противоречия из самого противоречия нельзя. Дело в том, что оно объясняет природу возобновления отношений соперничества: ущемление чьих-либо интересов порождает противодействие и активизирует поиск способов противостоять этому. Его можно назвать формой выражения синтеза конкуренции и монополии, который обеспечивает движение [Маркс, 1955, с. 166]. В нашем случае монополия — это завоеванное конкурентное преимущество, которое провоцирует новый раунд конкуренции. Но рассматриваемое противоречие лишено критерия, посредством которого можно было бы оценивать альтернативные предпринимательские решения и выявить преимущество одних над другими. Должно быть еще одно противоречие — противоречие развития, раскрывающее механизм поступательного движения процесса конкурентного соперничества.

В микроконкуренции такое противоречие действительно имеет место. Это противоречие между конкурентами и конкурентной средой. В отличие от вышеуказанного противоречия, выражающегося в ограничительном воздействии соперников друг на друга, содержательная сторона настоящего противоречия заключается в борьбе между эгоистическими устремлениями всей совокупности конкурентов и существующими возможностями для их удовлетворения. Оно может проявиться в разных формах. Самая простая из них — противостояние спроса и предложения. Его более сложная форма — противоречие между субъективной, выраженной

в поведении соперников, и объективной, выраженной структурными параметрами рынка, сторонами микроподсистемы конкуренции. Проще говоря, это противоречие между действиями конкурентов и конкурентной средой.

Возникновение указанного противоречия обусловлено двумя группами причин. Первая — несовпадение интересов продавцов и покупателей; вторая — неопределенность изменений конкурентной среды. Заранее никому неизвестно, какой из методов конкурентной борьбы окажется более успешным. Причем в обоих случаях противоречие может проявляться по-разному. Несоответствие между изменениями конкурентной среды и действиями конкурентов может быть следствием запаздывания адаптивных мер, предпринимаемых фирмами. Но оно может быть и следствием опережения, когда среда не готова к восприятию новых решений, предлагаемых конкурентами. Именно поэтому в числе победителей могут оказаться новаторы, а могут — консерваторы. Критерием селекции конкурентных решений соперников становится конкурентная среда. Разрешается данное противоречие посредством гибели части соперников и укрепления позиций тех из них, конкурентные решения которых оказались адекватными требованиям среды. Результат его разрешения — централизация капитала.

Противоречие между действиями соперников и конкурентной средой является внешним противоречием по отношению к соперничеству среди продавцов. Но именно оно позволяет понять механизм, обеспечивающий изменения в конкурентном процессе, и потому *выступает в качестве механизма развития микроконкуренции*. Здесь мы имеем тот случай, когда разрешение внутреннего противоречия подчинено действию внешнего противоречия. Примитивной, но наглядной иллюстрацией действия механизма разрешения внутреннего противоречия посредством внешнего может послужить соперничество между продавцами и покупателями, благодаря которому становится понятным, почему формой разрешения внутреннего противоречия между продавцами становится борьба за преимущества. Продавцы формируют базу для альтернативного выбора, но выбирают покупатели, оценивая качество решений продавцов.

Говоря о соподчиненности противоречий, мы не ставим целью ранжировать их по значимости. Диалектика процесса в том и состоит, что оба они одинаково важны, а без одного из них потеряет смысл и другое. Все дело в различии функциональной роли, выполняемой каждым из них. Эндогенным фактором конкурентных изменений выступает внутреннее противоречие конкуренции — борьба частных интересов, принимающая в микроконкуренции форму борьбы за преимущества. Однако развитие конкурентного процесса обусловлено разрешением внешнего по отношению к соперничеству среди конкурентов противоречия, которое возникает между действиями конкурентов и состоянием конкурентной среды. Именно разрешение этого противоречия определяет направленность развития конкуренции. Поэтому действие внутреннего противоречия подчинено действию внешнего противоречия. На основании этого можно заключить, что *импульсом для развития конкуренции служит не само конкурентное соперничество, а изменение состояния конкурентных условий*, выступающее следствием разрешения противоречия между действиями конкурентов и состоянием конкурентной среды.

Подобно тому как в природе изменения фено- и генотипических признаков происходят случайным образом, а закрепляются они в результате естественного

отбора, так и в экономической конкуренции производится отбор среди предлагаемых фирмами образцов поведения, служащих базой для формирования новых форм и методов конкуренции. Развитие конкуренции представляет собой классический образец противоречия, которое проявляется как борьба между наследственностью и изменчивостью, где наследственность, передавая генотипические признаки, обеспечивает устойчивость вида, а изменчивость через обновление фенотипических признаков — трансформацию этого вида [Энгельс, 1961, с. 526]. Накопление фенотипических (количественных) изменений рано или поздно, но неизбежно приведет к качественным изменениям, т. е. к переменам в генотипе, что в конкуренции выразится в переходе соперников к новому способу конкурентной борьбы.

Модель развития микроконкуренции полностью отвечает требованиям, которые предъявлял Питер Диксон к теории динамической конкуренции [Dickson, 1992]. Она, во-первых, демонстрирует механизм рыночных преобразований и, во-вторых, описывает виды динамики, создающие их. Что касается происходящих на рынке перемен, то они генерируются борьбой за конкурентные преимущества и первоначально проявляются в виде разнообразных предпринимательских нововведений. Однако реальные трансформации на рынке, выражающиеся в прочном, устойчивом закреплении отдельных нововведений, являются следствием отбора среди выдвинутых альтернатив, определяющего направленность рыночных изменений. Следовательно, один из видов конкурентной динамики лежит на стороне предложения и обусловлен борьбой за сравнительные преимущества. Другой вид динамики зависит от состояния конкурентной среды, условно говоря, определяется рыночным спросом, который в данном случае выступает модератором конкурентного отбора. При этом становится очевидным, что подлинные сравнительные преимущества обеспечиваются не преимуществами в цене и/или потребительской ценности продукта, а способностью соперников адаптироваться к постоянно меняющимся конкурентным условиям, т. е. способностью к обучению, которая становится «преимуществом высшего порядка» [Dickson, 1996].

В механизме развития микроконкуренции приоритет отдан внешнему противоречию. Но это не означает отхода от диалектического метода анализа, рассматривающего внутреннее противоречие в качестве приоритетного. Дело в том, что определение характера противоречий (внутреннее или внешнее) зависит от контекста анализа. Если рассматривать конкуренцию как целостное явление, а действия конкурентов — как части этого целого, то борьба среди продавцов примет форму внешнего противоречия, выраженного по отношению к каждому конкуренту. Когда борьба частных интересов рассматривается по отношению к тем условиям, в которых ведется эта борьба, возникающее среди соперников противоборство принимает форму внутреннего противоречия. Здесь оно представляется как противоречие не между отдельными конкурентами, а между всей их совокупностью и конкурентной средой.

Представленная трактовка механизма развития конкуренции, несмотря на закрепление в ней активной роли окружающей среды, не означает отхода от эндогенной природы конкурентного процесса. В отличие от экзогенного подхода, в соответствии с которым параметры внешней среды задают соперникам модель поведения, фактически предписывая варианты выбора, в нашей модели эти параметры выполняют совершенно иную роль — функцию селекции. Конкурентная

среда, несомненно, оказывает влияние на характер выбора, но она не предписывает его. Действуя в рамках одной рыночной структуры, соперники могут предлагать разные решения, но функция оценивания их предложений закреплена за рынком. Причем критерий этого оценивания формируется не только под влиянием рыночных параметров, но и с учетом предлагаемых соперниками альтернативных решений. Поэтому результат конкурентного отбора преимущественно проявляется в плюрализме, а не в однозначности. Он не предполагает единственно правильного решения, выраженного в форме: или то, или другое. Скорее, наоборот, он допускает присутствие разных вариантов, осуществляя их селекцию постепенно, по мере трансформации конкурентной среды.

Неоклассические модели не только статичны, но и закрыты в том смысле, что образующие их структурные параметры не подвергаются воздействию со стороны конкурентов и непонятно как изменяются. Как справедливо заметил У.Баумоль, «отраслевая структура определялась экзогенно — так сказать, под влиянием воздействия на экономику неких неизвестных сил или субъектов» [Баумоль, 2002, с. 618]. Наша модель не только динамическая, но и открытая. С одной стороны, изменение параметров рыночной структуры происходит под влиянием внутренних факторов — поведения конкурентов. С другой стороны, их трансформация происходит под воздействием внешних факторов, одна часть которых существует на стороне рыночного предложения — изменение технологий, концентрации рынка и т. д., а другая — рыночного спроса в виде изменений в структуре спроса и предпочтениях покупателей. В предлагаемой нами модели микроконкуренция предстает как *открытая динамическая система*, которая, развиваясь эндогенно, свободно обменивается «энергией и веществом» с окружающей средой. Но и без этого она может развиваться на основе противоречия, возникающего между средой и действующими в ней агентами. Фирмы заинтересованы в неизменности среды, так как им легче приспособиться к ней. Но уже самими своими действиями, приспособляясь к окружающей среде, они изменяют ее.

Между тем метод анализа, который помог понять механизм развития микроконкуренции, столь же плодотворно может быть применен и в отношении исследования эволюции участников конкуренции — фирм. Несмотря на то что фирма генерирует изменения, развивается она не благодаря этому. Например, если взять за основу рутину [Нельсон, Уинтер, 2002], трудно объяснить природу их изменений, учитывая имеющий место приоритет признаков наследственности, выражающихся не только в накопленном знании, но и в приобретенном опыте. Поэтому любая фирма тяготеет к сохранению своих поведенческих особенностей, прежде всего тех из них, которые проверены конкурентным опытом. Что может заставить фирму пойти против этого опыта и изменить свое поведение? Только тот факт, что ее поведение вступило в противоречие с требованиями конкурентной среды. Следовательно, способность соответствовать требованиям среды становится определяющим параметром конкурентной устойчивости фирмы, а траектория изменений этих требований определяет направленность ее развития. В результате мы получаем еще один вид диалектической взаимосвязи, присущей конкурентному процессу. Борьба среди фирм — движущая сила конкуренции. Но развитие конкуренции становится фактором совершенствования самих фирм. Притом по отношению к фирмам воздействие конкурентной среды осуществляется уже не только через структурные

параметры рынка, но и через поведение (действия) соперников, посредством чего обеспечиваются заимствование и распространение конкурентного опыта.

Может возникнуть вопрос, не означает ли сказанное отрицание положений, выдвинутых автором ранее. Во-первых, не является ли конкуренция чем-то «большим», чем борьбой за выживание, и, во-вторых, насколько универсальна для конкуренции «смертность соперников»? На оба вопроса следует дать отрицательный ответ. Все дело в том, что необходимо различать содержательную сторону конкуренции и содержательную сторону собственно соперничества, т. е. действий, которые предпринимают соперники в борьбе друг с другом. Для первого суть сводится к вытеснению соперника или, по меньшей мере, подрыву уровня его витальной силы; для второго — к выбору способов решения первой — сущностной задачи, который зависит от условий и способности соперника адекватно оценить возможности «времени и места», т. е. проявить предпринимательскую бдительность. Не являясь действием сама по себе, конкуренция, несомненно, принуждает к действиям. Но способы действий будут определяться окружающей средой² в самом широком ее толковании. Среда фильтрует действия соперников. Фильтрация выразится в гибели части соперников. Это результат конкуренции — борьбы среди соперников. Выжившие станут носителями изменений. Но это «новое» — результат не конкуренции, а следствие взаимодействия двух факторов: с одной стороны, конкурентных решений, предложенных соперниками, а с другой — критериев, заданных селекционером, т. е. окружающей средой. Причем «новое» придет на смену «старому» только при наличии смертности среди носителей «старого». Поэтому смертность действительно можно считать универсальным признаком конкуренции. Соответственно разрыва между пониманием природы конкуренции и теми последствиями, которые она вызывает, не возникает.

4. Механизм микроконкуренции в действии

Опираясь на указанный выше метод анализа, мы можем осуществить *переход к исследованию процесса развития микроподсистемы конкуренции*. В этой части наша задача будет заключаться в том, чтобы показать, во-первых, качественные изменения в составе и структуре подсистемы; во-вторых, направленность этих изменений (процесс накопления изменений); в-третьих, необратимость происходящих перемен, выраженную в изменении характера функционирования подсистемы.

Чтобы ответить на поставленные вопросы, нам потребуется охарактеризовать изменения, происходящие в конкурентной среде, а также связанные с эволюцией самих агентов конкуренции, и уже затем изменения в характере взаимодействия конкурентов. Последовательность анализа может быть разной, и у каждой из них есть свои достоинства и недостатки. Шумпетер полагал, что исходной точкой анализа должна быть фирма, а не рынок и цена, так как не ценовая конкуренция, а именно фирма через присущее ей «созидательное разрушение» обеспечивает изменения [Шумпетер, 1995, с.124–129]. Такой подход обоснован и по другой причине.

² В данном случае речь не идет о том, что среда предписывает фирме поведение. Разнообразие фирм само по себе предусматривает разнообразие способов реагирования на окружающую среду. Однако в процессе соперничества этих реакций останутся только те из них, которые отвечают задаваемым параметрам. В этом, собственно, и состоит роль среды.

Динамика рынка в значительной степени определяется поведением фирм. Когда между ними складывается перемирие для поддержания status quo, рынок оказывается в застое, а присущая фирмам функциональная косность как бы институционализируется [Dickson, 1992, p. 72].

Если эндогенный фактор конкурентных изменений — действия конкурентов, то логично начать анализ с исследования перемен, происходящих внутри фирмы. Но не менее обоснованным будет начать анализ и с исследования конкурентной среды, учитывая, что именно она осуществляет селекцию действий фирм, а через это оказывает активное влияние на трансформационные процессы, происходящие внутри фирм. Суть вопроса состоит в том, что именно среда определяет направленность развития конкурентного процесса. С учетом специфики стоящей перед нами задачи это имеет определяющее значение. Поэтому исходным пунктом нашего анализа будет исследование конкурентной среды.

Задача заключается не в том, чтобы проследить исторический ход конкурентного процесса или подвергнуть анализу все его стороны, а охарактеризовать особенность современного этапа развития конкуренции и изменения тех сторон, которые определяют качественные перемены. При этом мы сфокусируем внимание только на зависимостях воспроизводственного типа, т.е. тех, у которых условия определяют результат. Последний, в свою очередь, станет условием дальнейших изменений. Поэтому начнем анализ с того состояния микроконкуренции, которое сложилось к текущему моменту, фокусируя внимание на параметрах, обеспечивающих реализацию воспроизводственной функции.

Современное состояние микроконкуренции определяют как гиперконкуренцию, выделяя в качестве ее особенностей: 1) динамизм перемен; 2) многоаспектность интересов, преследуемых соперниками; и 3) усиление агрессивности борьбы [Браун, 1998]. Ничего качественно нового эти характеристики не несут. Все эти особенности полностью отвечают открытым еще К.Марксом общим закономерностям развития конкуренции: усиление неравномерности и скачкообразности, обострение конкурентной борьбы. Поэтому если гиперконкуренцию и следует выделять как новое явление, то не как особый вид конкуренции, а как ее особый этап, для которого характерно специфическое состояние конкурентных условий.

Отличительная черта нынешнего состояния конкурентного процесса — это скорость перемен. Динамизм и непредсказуемость изменений конкурентной среды стали характерными особенностями современного этапа развития конкуренции. Перемены в структуре рыночного спроса происходят столь быстро, что оставляют мало времени для эксплуатации завоеванного преимущества, а то и вовсе лишают их возможности для возмещения затрат, связанных с разработкой и внедрением нововведений. Высокая скорость изменений порождает неопределенность, а изменения становятся все более непредсказуемыми. Устойчивость созданного конкурентного преимущества существенно снижается и фирмы вынуждены вести постоянную работу по их обновлению. Фирмы сами становятся разрушителями своих конкурентных преимуществ. Рыночная маневренность — это не только защитный навык фирмы, но и способ конкурентной борьбы. Создавая посредством внедрения инноваций рыночную турбулентность, фирма подталкивает конкурентов к саморазрушительным моделям принятия решений — к организационным нервным сбоям. Находясь под постоянным давлением, конкурентная рациональ-

ность соперников рушится, что ведет к серьезным изменениям структуры рынка [Dickson, 1992, p. 72].

Динамизм и непредсказуемость изменения конкурентных условий стали играть столь существенную роль, что поставили под вопрос саму необходимость разработки конкурентных стратегий. Необходимость в стратегическом видении не отпадает, наоборот, она усиливается. Но сужается горизонт реализации стратегии и изменяется принцип ее разработки. Современная конкурентная стратегия должна строиться не на логически просчитанных, выверенных решениях, а на непредсказуемых (неожиданных для соперников) действиях. В настоящее время к стратегиям предъявляются особые требования: 1) быстрота создания; 2) развитие отличительных способностей; 3) системные инновации на постоянной основе.

Все ведет к обострению конкуренции и определяет главное направление изменений в современной конкуренции. Выделяя данный признак, обычно указывают на растущую *агрессивность* поведения конкурентов, которая проявляется в меньшей склонности к компромиссам и в большей враждебности в виде использования наступательной ценовой политики и недобросовестных методов борьбы. Все так. Но присутствие элемента агрессии в конкурентной борьбе не является чем-то новым. Признаки агрессивного поведения наблюдались и на предыдущих этапах конкурентного процесса, причем иногда в более острой форме, чем сейчас. Существо вопроса заключается не в форме конкурентного поведения, а в тех последствиях, которыми сопровождается борьба. На предыдущих этапах интенсивность конкуренции определялась соотношением рыночного спроса и предложения, обостряясь при превышении предложения над спросом и угасая при их обратном соотношении. Но каждый соперник располагал возможностью защититься от конкуренции посредством дифференциации продукта, ухода на менее привлекательный сегмент рынка или на другой рынок. Даже в период кризисов, когда сокращается абсолютный объем рыночного спроса и когда конкурентная агрессия принимает крайние формы, у соперников имелись шансы сохранить себя в качестве предпринимательской единицы.

Принципиально иначе обстоит дело в современной конкуренции, где смертность соперников регулируется изменениями не столько в объеме спроса, сколько в его структуре. Ситуация кардинально меняется. Выведение фирмой на рынок нового продукта приводит не просто к подрыву позиций конкурентов, а к полному обесцениванию всех накопленных конкурентных преимуществ, притом в мгновение ока. Навязывание рынку потребительского стандарта одним из конкурентов полностью лишает соперников шансов на успех, а иногда и на выживание. Присущий конкуренции признак витальности проявляется в полной мере и самым непосредственным образом. Именно по этой причине обострилась борьба за лидерство, которое превратилось в критерий выживаемости в конкурентной борьбе. Враждебность конкурентного поведения — прямое отражение степени витальности для соперников результатов конкурентной борьбы. Поэтому в гиперконкуренции проявление агрессии связано отнюдь не со стремлением нарушить сложившееся между соперниками соотношение сил. Агрессия — это непосредственное следствие и форма напряженности конкуренции, которая достигает критической для выживания соперников степени остроты. Проще говоря, мы имеем дело с конкуренцией, где участники поставлены перед дилеммой: победить или умереть.

Что же в итоге? Если говорить об эволюции микроподсистемы конкуренции, то она демонстрирует две четко обозначившиеся тенденции. Одна из них отражает общие закономерности развития конкуренции — *расширение конкурентного поля и обострение конкурентной борьбы*. Расширение осуществляется по горизонтали в форме глобализации рынков и по вертикали за счет проникновения конкурентного принципа в те сферы деятельности, которые ранее не были им охвачены (наука, образование, здравоохранение). Обострение конкуренции происходит из-за роста числа соперников и вследствие увеличения их конкурентной силы.

Принципиально новая тенденция выражается в том, что в конкурентном поле возникают лакуны, где действие конкурентного принципа реализуется в трансформированном виде — в форме соревновательной конкуренции [Тарануха, 2012]. Размер таких лакун определяется рамками межфирменной кооперации. Пока они невелики относительно общего поля конкуренции. Существенно, однако, то, что внутренняя кооперация становится условием выживания в конкурентной борьбе. Причем чем сильнее такое объединение подвергается внешним воздействиям, тем крепче становятся взаимосвязи между входящими в него элементами и тем выше уровень его самоорганизации. Поэтому возникновение лакун, опирающихся на новый принцип взаимодействия, — это не случайное и не временное явление. Такие лакуны множатся, а их устойчивость растет, свидетельствуя о необратимости этого процесса. Даже та часть конкурентного поля, в которой конкурентный принцип пока действует в полную силу, подвергается воздействию новой тенденции, свидетельством чему является распространение различных форм межфирменных альянсов.

Как мы могли убедиться, новая тенденция в микроподсистеме конкуренции — следствие перемен в двух важнейших ее составляющих: в конкурентной среде и самих конкурентах. Причем эти перемены находятся в тесной обратной связи между собой. Направленность этих перемен одна и та же — замещение элементов соперничества элементами сотрудничества. Эти перемены обусловлены действием двух, хотя и тесно сопряженных между собой, но в то же время разных процессов. Один из них связан с изменением типа производственной кооперации. Вызванный изменениями технологического уклада, этот процесс имеет однонаправленный и необратимый характер. Его отличительный признак — коллективный способ осуществления предпринимательства посредством демократизации отношений собственности и управления. Наряду с указанным происходит и другой процесс: развитие межфирменной кооперации, выступающей в качестве новой формы реализации конкурентного отношения. Он отличается тем, что отражает изменения, происходящие не в рамках отдельной фирмы, а в конкурентной среде. Как и предыдущий процесс, он характеризуется необратимостью, которая, однако, обладает тем своеобразием, что проявляется не столь прямолинейно. Таким образом, возникновение и развитие межфирменной кооперации — это закономерность, которая, однако, реализуется противоречиво — в виде приливов и отливов: возникшие формы такой кооперации могут распадаться, а вместо них будут возникать новые. Но общая тенденция останется неизменной — умножение численности таких форм и расширение их масштабов. Причина подобного течения процесса коренится в природе самой конкуренции.

Если рассматривать межфирменную кооперацию с точки зрения изменений в характере конкурентного отношения, то ей так же, как и фирме, присущ признак демократизации в том смысле, что на смену принципу эгоистического поведения

приходит партнерство. Среди участников кооперации господствуют отношения не вытеснения и поглощения, а поиска компромисса на основе учета интересов всех членов. Между тем сам поиск ведется отнюдь не на основе принципов равенства. Демократизм устройства межфирменной кооперации ограничивается применением единого критерия ко всем участникам — значимости каждого участника для поддержания конкурентоспособности всего сообщества. Следовательно, распределение результатов функционирования сообщества будет осуществляться с учетом не только вклада отдельного участника, но и его значимости для кооперации. Фирмы, занимающие в ней ключевые позиции, будут претендовать на большее вознаграждение. Причем как в силу того, что сделанный ими вклад больше, так и в силу своего особого статуса. Они будут извлекать дополнительную предпринимательскую ренту, выплачиваемую за счет членов предпринимательской экосистемы, обладающих более низким статусом. Демократия, присущая межфирменной кооперации, — это аналог буржуазной демократии, в условиях которой обеспечение прав ограничивается соблюдением правовых процедур при неприкосновенности и господстве прав, вытекающих из собственности. В нашем случае это ценность располагаемых компетенций. Такая демократия межфирменной кооперации становится питательной базой для возникновения внутренних противоречий.

Члены межфирменной кооперации располагают компетенциями разной значимости. Это обстоятельство послужит фактором дифференциации их положения. Фирмы, обладающие ключевыми компетенциями, будут занимать ведущие позиции в кооперации, претендуя на соответствующую этому положению долю вознаграждения. Фирмы, компетенции которых не столь ценны для кооперации и могут быть легко заменены или восполнены за счет включения новых участников, будут позиционироваться на периферии. Понятно, что при таком устройстве возникновение отношений зависимости и подчинения неизбежно [Кортен, 2002, с. 196]. Соответственно, и понимание межфирменной кооперации как структуры, воспроизводящей элиты [Whitt, 1980], не лишено оснований. Но не менее ясно и другое. При таком устройстве борьба за улучшение позиции фирмы в рамках кооперации становится не только непременной, но и ключевой характеристикой взаимодействия между членами. Все дело в том, что, сохраняя в себе конкурентное противоречие — стремление каждого участника занять ключевое (монопольное) положение, межфирменная кооперация предоставляет альтернативный способ его разрешения — вознаграждение по вкладу в общий результат.

Рассматриваемое в указанном ракурсе противоречие межфирменной кооперации служит источником ее развития. Фирма может улучшить свое положение в кооперации не иначе, как только за счет создания для кооперативной сети более ценных компетенций, то есть только путем собственного развития³. Форма разрешения этого противоречия — развитие или распад кооперации — будет зависеть от соотношения источников создания конкурентного преимущества [Гомес-Кассерес, 2008, с. 107–108]. Если преимущество, которое дает отдельной фирме кооперация, преобладает над преимуществом, которым она сама располагает, то межфирменная кооперация будет укрепляться и развиваться. При обратном соотношении

³ Именно этого недоставало социалистическому соревнованию. А сама такая форма состязательного взаимодействия показывает преимущество соревнования над конкуренцией, которую часто рассматривают в качестве самой эффективной формы хозяйствования [Горбачева, 2008, с. 23].

кооперация будет неустойчивой и может распасться. Поэтому главной проблемой межфирменной кооперации становится нахождение баланса между господством (принуждением), выражающимся в перераспределении выгод в пользу ключевых членов кооперации, и притяжением межфирменной кооперации, которое выражается в обретении защиты от конкуренции фирмами, обладающими слабыми компетенциями. Если перевести эту проблему в плоскость применяемых методов конкурентной борьбы, то она означает, что фирмы-лидеры кооперативной сети должны обеспечивать как минимум, во-первых, углубление интеграционных взаимосвязей, и, во-вторых, развитие компетенций, приносящих ценность всем участникам сети.

Невзирая на сложность и противоречивость, присущие процессу развития форм межфирменной кооперации, действие этого процесса усиливается, и оно необратимо. Поэтому распространение в конкурентном поле лакун, где действие конкурентного принципа трансформировалось, — *наиболее характерный признак эволюции микроконкуренции*. Однако наличие самих лакун еще не означает перемены в природе микроконкуренции. Она остается способом борьбы за достижение экономических целей. Но сам способ борьбы модифицируется. Прежде такой способ опирался исключительно на эгоцентризм в экономическом поведении: каждая отдельная хозяйственная единица предпочитала опираться в конкурентной борьбе только на собственный потенциал, что обеспечивало ей присвоение всего выигрыша. В настоящее время возникли субъекты конкуренции, которые считают более предпочтительным для достижения своих интересов такой способ, как кооперация потенциалов. В этом случае частный интерес выступает формой реализации коллективного интереса. Наиболее существенным здесь является то, что коллективная форма реализации частных интересов рассматривается в качестве приоритетного способа завоевания конкурентных преимуществ.

Если рассматривать указанные формы выражения интересов в качестве способов борьбы за преимущества, то можно утверждать, что она превращается в борьбу между эгоизмом и коллективизмом, которые выступают как единство двух противоположностей, отражающих одну из сторон заключенного в микроконкуренции противоречия. Соответственно и микроподсистема конкуренции трансформируется в структуру, где действует не один, а уже два разных способа разрешения конкурентного противоречия: 1) традиционный, предполагающий ограничительное воздействие конкуренции: каждый стремится завоевать монопольное положение для себя, лишив такой возможности других; 2) новый способ, предполагающий согласование интересов: каждый вознаграждается в соответствии с вкладом в поддержание конкурентоспособности индустриальной сети. Если трансформировать данные способы в конкурентную практику, то это будет означать, что в первом случае борьба за завоевание конкурентных преимуществ ведется в форме эгоистического поведения (все воюют против всех), а во втором — в форме коллективного поведения (некоторые объединяются для борьбы с другими).

Таким образом, эндогенный характер развития микроконкуренции, опирающийся на присущее ей внутреннее противоречие — борьбу частных интересов, сохраняется. Однако форма существования этого противоречия модифицируется. Оно принимает форму борьбы, которая опирается на коллективное действие. Из указанного вывода не следует, что конкуренция в микроподсистеме трансформировалась в борьбу между данными способами. До этого еще далеко. Для совре-

менной конкуренции это означает лишь то, что она становится многоуровневой, а потому более разнообразной и сложной. Раньше она была представлена только борьбой между соперниками, которые опирались на однотипную организационную базу. Этот тип борьбы сохраняется. Но он дополняется еще и борьбой между соперниками, которые применяют разную организационную базу — иерархию и кооперацию, а также борьбой среди бизнес-структур, которые опираются на кооперацию деятельности. И хотя эволюция микроподсистемы будет происходить под влиянием всех указанных типов конкурентной борьбы, определяющим качественными изменениями и темпом этих изменений, двигателем ее развития станет борьба между двумя способами формирования конкурентного потенциала: эгоизмом и коллективизмом. Учитывая закономерности развития производства, которые выражаются в углублении разделения труда, и конкуренции, которые характеризуются ростом ее динамики и напряженности, можно с уверенностью предположить, что общей тенденцией эволюции микроподсистемы конкуренции станут расширение и умножение лакун, представляющих кооперативные формы организации предпринимательства. Поле чистой конкуренции будет сокращаться, а сама микроподсистема трансформироваться в среду, где будут соперничать индустриальные сети, созданные на кооперативной базе. Параллельно этому принцип эгоистического поведения постепенно будет вытесняться противоположным ему принципом сотрудничества и взаимопомощи.

Выводы

1. В обществе, опирающемся на частную собственность, реализация материальных интересов возможна только посредством соперничества, которое принимает состязательную форму. Ведущееся среди продавцов на рынке, такое состязание неизбежно приобретает признак витальности. Поэтому по своей природе рыночная конкуренция — это способ реализации частных интересов, а по содержанию — тип поведения, при котором стремление к завоеванию преимуществ путем подрыва способностей соперников к развитию и выживанию является определяющим принципом.

2. Конкуренция — это система. Она представляет собой трехзвенную структуру, которая выражает то общее, особенное и единичное, что заключено в конкуренции. Соответственно она подразделяется на три подсистемы. В макроподсистеме конкуренция реализует себя как принцип организации рыночного хозяйства, в мезоподсистеме — как механизм взаимодействия конкурентов, в микроподсистеме — как способ достижения ими своих целей. Микроконкуренция реализует себя как модель поведения, предписывающая соперникам строго определенный тип действий: создавать ограничения для соперников в достижении ими своих целей.

3. Конкуренция — это борьба предпринимательских альтернатив. Критерием их селекции выступает конкурентная среда. Поэтому противоречие между действиями соперников и конкурентной средой выступает механизмом развития микроконкуренции, так как позволяет понять причину и ход изменений в конкурентном процессе. И именно оно определяет направленность развития конкуренции. Эндогенным фактором конкурентных изменений выступает борьба частных интересов, принимающая в микроконкуренции форму борьбы за преимущества.

Но импульсом для развития конкуренции служит не само конкурентное соперничество, а изменение состояния конкурентных условий, выступающее следствием разрешения противоречия между действиями конкурентов и состоянием этих условий.

4. Изменения, происходящие в производительных силах и конкурентной среде, привели к переменам в характере конкурентного взаимодействия. Наряду с эгоистическим поведением, выраженным в борьбе за выживание, формируется новый тип взаимодействия соперников — партнерские отношения. Сложность завоевания и удержания конкурентных преимуществ в современной динамичной конкуренции принуждает фирмы к объединению усилий для повышения своей конкурентоспособности путем производственной кооперации. Новая форма объединения, сохраняющая соперничество среди членов, устраняет признак витальности. На микроуровне экономики конкуренция становится многоуровневой. Она ведется между соперниками, которые применяют разную организационную базу — иерархию и кооперацию, а также среди бизнес-структур, которые опираются на кооперацию ресурсов и компетенций юридически независимых хозяйственных субъектов.

Литература

- Авдашева С. Б. Проблемы конкуренции: шестой выпуск альманаха «Экономическая школа» // Экономическая школа. Т. 6: Конкуренция и конкурентная политика. М.: Вершина, 2008. С. 17–26.
- Баумоль У. Дж. Детерминанты отраслевой структуры и теория состязательных рынков // Панорама экономической мысли XX столетия. СПб.: Экономическая школа, 2002. Т. 1. С. 618–637.
- Берг Д. Б., Гольдштейн С. Л. Пакет концептуальных моделей конкуренции в физических и экономических системах // Интеллектика, логистика, системология. Челябинск: Издание ЧНЦ РАЕН, РУО МАИ, ЧРО МАНПО, 2001. Вып. 4–5. С. 157–168.
- Браун М. Гиперконкуренция: характерные особенности, движущие силы и управление // Проблемы теории и практики управления. 1998. № 3. URL: http://vasilieva.narod.ru/20_3_98.htm (дата обращения: 21.03.2017).
- Гальперин В. М., Игнатъев С. М., Моргунов В. И. Микроэкономика. СПб.: Экономическая школа, 2002. Т. 2. 503 с.
- Гомес-Кассерес Б. Как конкурируют сети альянсов // Стратегические альянсы / пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. С. 91–115.
- Горбачева В. Ю. Экономические формы состязательности: рыночная конкуренция и социалистическое соревнование // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 5. Экономика. 2008. Вып. 2. С. 145–149.
- Дози Д., Уинтер С. Интерпретация экономических изменений: эволюция, структуры и игры // Журнал экономической теории. 2005. № 4. С. 5–24.
- Кирицнер И. Конкуренция и предпринимательство. М.: ЮНИТИ, 2001. 239 с.
- Кортен Д. Когда корпорации правят миром. СПб.: Вит-Принт, 2002. 328 с.
- Кропоткин П. Взаимная помощь среди животных и людей как двигатель прогресса. М.: Голос труда, 1922. 342 с.
- Круглый стол «Вопросы теории конкуренции» // Современная конкуренция. 2010. № 3 (21). С. 4–37.
- Маркс К. Капитал. Т. I // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 23. М.: Госполитиздат, 1960. 907 с.
- Маркс К. Капитал. Т. III // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 25. Ч. II. М.: Госполитиздат, 1961. 551 с.
- Маркс К. Ницета философии // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 4. М.: Госполитиздат, 1955. С. 65–185.
- Маршалл А. Принципы политической экономии: в 3 т. М.: Прогресс, 1983. Т. I. 415 с.
- Мизес Л. фон. Человеческое действие. Трактат по экономической теории. М.: Экономика, 2000. 878 с.
- Мильер Дж. С. Основы политической экономии: в 3 т. М.: Прогресс, 1980. Т. I. 495 с.
- Нельсон Р. Р., Уинтер С. Дж. Эволюционная теория экономических изменений. М.: Дело, 2002. 536 с.
- Одум Ю. Экология: в 2 т. М.: Мир, 1986. Т. I. 328 с.; Т. 2. 376 с.
- Радаев В. В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ ВШЭ, 2003. 328 с.
- Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. № 3 (21). 2010. С. 38–67.
- Светуньков С. Г., Киндеева В. Н., Салихова Я. Ю. Сегментный подход к переориентации теории конкуренции. СПб.: Из-во СПбГУЭФ, 2006. 147 с.

- Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007. 1056 с.
- Стиглер Дж. Дж. Совершенная конкуренция: исторический ракурс // Теория фирмы. Вехи экономической мысли. Вып. второй. СПб.: Экономическая школа, 1995. С. 299–328.
- Тарануха Ю. В. К вопросу об универсальной или единой теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 6 (24). С. 83–106.
- Тарануха Ю. В. Конкуренция: система и процесс. М.: ДиС, 2012. 672 с.
- Хайек Ф. А. Индивидуализм и экономический порядок. М.: Изограф, 2000. 256 с.
- Хайек Ф. А. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. 1989. № 12. С. 6–14.
- Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995. 540 с.
- Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 455 с.
- Энгельс Ф. Диалектика природы // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 20. М.: Госполитиздат, 1961. С. 343–626.
- Энгельс Ф. наброски к критике политической экономии // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 1. М.: Госполитиздат, 1955. С. 544–571.
- Энгельс Ф. Письмо П. Л. Лаврову // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 34. М.: Госполитиздат, 1964. С. 121–122.
- Deutsch M. A. A theory of cooperation and competition // Human Relation. April 1949. N 2 (2). P. 129–151.
- Dickson P. R. The Static and Dynamic Mechanics of Competition: A Coment on Hunt and Morgan's Comparative Advantage Theory // Journal of Marketing. 1996. Vol. 60, N 4. P. 102–106.
- Dickson P. R. Toward a general theory of competitive rationality // The Journal of Marketing. 1992. Vol. 56, N. 1. P. 69–83.
- Foss N. J. The Dangers and Attractions of Theoretical Eclecticism // Journal of Macromarketing. 2000. Vol. 20, N1. P. 65–67.
- Hodgson G. The Marketing of Wisdom: Resource-Advantage Theory // Journal of Macromarketing. 2000. Vol. 20, N 1. P. 68–72.
- Hunt S. D. The General Theory of Competition. Thousand Oaks, London and New Delhi: Sage Publications, 2000. XV + 303 p.
- Hunt S. D., Morgan R. M. The Resource-Advantage Theory of Competition: Dynamics, Path Dependencies, and Evolutionary Dimensions // Journal of marketing. Chicago, 1996. Vol. 60, N 4. P. 107–114.
- Knight F. H. Immutable Law in Economics: Its Reality and Limitations // American Economic Review, 1946. XXXVI (May). P. 93–111.
- McGovern S. An Evaluation of the Comparative Advantage Theory of Competition // Dublin City University business school. Research papers series. 1996. N 2. URL: http://www.dcu.ie/dcubs/research_papers/no2.html (accessed: 21.03.2017).
- McNulty P. J. Economic Theory and the Meaning of Competition // The Quarterly Journal of Economics. 1968. Vol. 82, N 4. P. 639–656.
- Savitt R. A Philosophical Essay about A General Theory of Competition: Resources, Competences, Productivity, Economic Growth // Journal of Macromarketing. 2000. Vol. 20. P. 73–76.
- Weber M. Economy and society: an outline of interpretive sociology. Fourth edition. Berkeley: University of California Press, 1978. 1469 p.
- Whitt J. A. Can capitalists organize themselves? // Critical Sociology. 1980. Vol. 9, N 2–3. P. 97–113.
- Для цитирования:** Тарануха Ю. В. Микроконкуренция: содержание и механизм действия // Вестник СПбГУ. Экономика. 2017. Т. 33. Вып. 2. С. 188–213. DOI: 10.21638/11701/spbu05.2017.201

References

- Avdasheva S. B. Problemy konkurentсии: shestoi vypusk al'manakha "Ekonomicheskaja shkola" [Problems of competition: 6-th edition School of economics' almanac]. *Ekonomicheskaja shkola. T. 6. Konkurentsiia i konkurentnaia politika* [School of Economics. Vol. 6. Competition and competition policy]. Moscow, Vershina Publ., 2008, pp. 17–26. (In Russian)
- Baumol' U. Dzh. Determinanty otraslevoi struktury i teoriia sostiazatel'nykh rynkov [Determinants of branch structure and theory of the contestable markets]. *Panorama ekonomicheskoi mysli KhKh stoletiiia* [Companion to contemporary economic thought]. St. Petersburg, Ekonomicheskaja shkola Publ., 2002, vol. 1, pp. 618–637. (In Russian)
- Berg D. B., Goldshtein S. L. Paket kontseptual'nykh modelei konkurentсии v fizicheskikh i ekonomicheskikh sistemakh [Package of conceptual models of the competition in physical and economic systems]. *Intellektika, logistika, sistemologiiia* [Intellektika, logistics, systemology]. Cheliabinsk, Izdanie ChNTs RAEN, RUO MAI, ChRO MANPO, 2001, issue 4–5, pp. 157–168. (In Russian)

- Braun M. Giperkonkurentsia: kharakternye osobennosti, dvizhushchie sily i upravlenie [Hypercompetition: characteristics, driving forces and management]. *Problemy teorii i praktiki upravleniia* [Problems of the theory and practice of management], 1998, no. 3. Available at: http://vasilievaa.narod.ru/20_3_98.htm (accessed: 21.03.2017). (In Russian)
- Deutsch M. A. A theory of cooperation and competition. *Human Relation*, April 1949, no. 2 (2), pp. 129–151.
- Dickson P.R. The Static and Dynamic Mechanics of Competition: A Comment on Hunt and Morgan's Comparative Advantage Theory. *Journal of Marketing*, 1996, vol. 60, no. 4, pp. 102–106.
- Dickson P.R. Toward a general theory of competitive rationality. *The Journal of Marketing*, 1992, vol. 56, no. 1, pp. 69–83.
- Dozi D., Uinter S. Interpretatsiia ekonomicheskikh izmenenii: evoliutsiia, struktury i igry [Interpretation of economic changes: evolution, structures and games]. *Zhurnal ekonomicheskoi teorii* [Journal of economic theory], 2005, no. 4, pp. 5–24. (In Russian)
- Engel's F. Dialektika prirody [Dialectics of the nature]. *Marks K., Engel's F. Soch. 2-e izd, vol. 20* [Marks K., Engels F. Compositions. 2nd ed., vol. 20]. Moscow, Gospolitizdat, 1961, pp. 343–626. (In Russian)
- Engel's F. Nabroski k kritike politicheskoi ekonomii [Outlines of a Critique of Political Economy]. *Marks K., Engel's F. Soch. 2-e izd, vol. 1* [Marks K., Engels F. Compositions. 2nd ed., vol. 1]. Moscow, Gospolitizdat, 1955, pp. 544–571. (In Russian)
- Engel's F. Pis'mo P.L. Lavrovu [Letter to P.L. Lavrov]. *Marks K., Engel's F. Soch. Vol. 34* [Marks K., Engels F. Compositions. 2nd ed., vol. 34]. Moscow, Gospolitizdat, 1964, pp. 121–122. (In Russian)
- Foss N.J. The Dangers and Attractions of Theoretical Eclecticism. *Journal of Macromarketing*, 2000, vol. 20, no. 1, pp. 65–67.
- Gal'perin V.M., Ignat'ev S.M., Morgunov V.I. *Mikroekonomika* [Microeconomics]. St. Petersburg, Ekonomicheskaiia shkola Publ., 2002, vol. 2. 503 p. (In Russian)
- Gomes-Kasseres B. Kak konkuriruiut seti al'iansov [As networks of alliances compete]. *Strategicheskie al'iansy* [Strategic alliances]. Transl. from angl. Moscow, Al'pina Biznes Buks Publ., 2008, pp. 91–115. (In Russian)
- Gorbacheva V.Iu. Ekonomicheskie formy sostizatel'nosti: rynochnaia konkurentsia i sotsialisticheskoe sorevnovanie [Economic forms of rivalry: market competition and socialist contest]. *Vestnik of Saint Petersburg University. Series 5. Economic Studies*, 2008, issue 2, pp. 145–149. (In Russian)
- Hodgson G. The Marketing of Wisdom: Resource-Advantage Theory. *Journal of Macromarketing*, 2000, vol. 20, no. 1, pp. 68–72.
- Hunt S. D. The General Theory of Competition. Thousand Oaks, London and New Delhi: Sage Publications London, 2000. XV + 303 p.
- Hunt S. D., Morgan R. M. The Resource-Advantage Theory of Competition: Dynamics, Path Dependencies, and Evolutionary Dimensions. *Journal of marketing*. Chicago, 1996, vol. 60, no. 4, pp. 107–114.
- Khaiek F. A. *Individualizm i ekonomicheskii poriadok* [Individualism and Economic Order]. Moscow, Izograf Publ., 2000. 256 p. (In Russian)
- Khaiek F.A. Konkurentsia kak protsedura otkrytiia [Competition as the opening of the procedure]. *Mirovaia ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniia* [World economy and international relations], 1989, no. 12, pp. 6–14. (In Russian)
- Kirtsner I. *Konkurentsia i predprinimatel'stvo* [Competition and entrepreneurship]. Moscow, IuNITI Publ., 2001. 239 p. (In Russian)
- Knight F. H. Immutable Law in Economics: Its Reality and Limitations // *American Economic Review*, 1946, XXXVI (May), pp. 93–111.
- Korten D. *Kogda korporatsii praviat mirom* [When Corporations Rule the World]. St. Petersburg, Vit-Print, 2002. 328 p. (In Russian)
- Kropotkin P. *Vzaimnaia pomoshch' sredi zhivotnykh i liudei kak dvigatel' progressa* [Mutual aid among animals and humans as the engine of progress]. Moscow, Golos truda Publ., 1922. 342 p. (In Russian)
- Kruglyi stol "Voprosy teorii konkurentsii" ["Problems in the theory of competition"]. *Sovremennaia konkurentsia* [Modern competition], 2010, no. 3 (21), pp. 4–37. (In Russian)
- Marks K. Kapital, T.I [Capital, vol. I]. *Marks K., Engel's F. Soch. 2-e izd, vol. 23* [Marks K., Engels F. Compositions. 2nd ed., vol. 23]. Moscow, Gospolitizdat, 1960. 907 p. (In Russian)
- Marks K. Kapital, T.III [Capital, vol. III]. *Marks K., Engel's F. Soch. 2-e izd, vol. 25. Ch. II* [Marks K., Engels F. Compositions. 2nd ed., vol. 25, part II]. Moscow, Gospolitizdat, 1961. 551 p. (In Russian)
- Marks K. Nishcheta filosofii [Poverty of philosophy]. *Marks K., Engel's F. Soch. 2-e izd, vol. 4* [Marks K., Engels F. Compositions. 2nd ed., vol. 4]. Moscow, Gospolitizdat, 1955, pp. 65–185. (In Russian)
- Marshall A. *Printsipy politicheskoi ekonomii: v 3 t.* [Principles of Economics: in 3 vols]. Moscow, Progress Publ., 1983, vol. I. 415 p. (In Russian)

- McGovern S. An Evaluation of the Comparative Advantage Theory of Competition. *Dublin City University business school. Research papers series*, 1996, no. 2. Available at: http://www.dcu.ie/dcubs/research_papers/no2.html (accessed: 21.03.2017).
- McNulty P.J. Economic Theory and the Meaning of Competition. *The Quarterly Journal of Economics*, 1968, vol. 82, no. 4, pp. 639–656.
- Mill' Dzh. S. *Osnovy politicheskoi ekonomii: v 3 t. [Principales of Political Economy: in 3 vols]*. Moscow, Progress Publ., 1980, vol. 1. 495 p. (In Russian)
- Mizes L. fon. *Chelovecheskoe deistvie. Traktat po ekonomicheskoi teorii [Human action: a treatise of economics]*. Moscow, Ekonomika Publ., 2000. 878 p. (In Russian)
- Nel'son R. R., Uinter S. Dzh. *Evoliutsionnaia teoriia ekonomicheskikh izmenenii [An Evolutionary Theory of Economic Change]*. Moscow, Delo, 2002. 536 p. (In Russian)
- Odum Iu. *Ekologiia: v 2 t. [Ecology: in 2 vols]*. Moscow, Mir Publ., 1986, vol. 1. 328 p., T. 2. 376 p. (In Russian)
- Radaev V. V. *Sotsiologiia rynkov: k formirovaniu novogo napravleniia [Sociology of markets: the formation of a new direction]*. Moscow, GU VShE Publ., 2003. 328 p. (In Russian)
- Rubin Iu. B. Diskussionnye voprosy sovremennoi teorii konkurentsii [Controversial issues of the modern theory of competition]. *Sovremennaia konkurentsia [Modern competition]*, 2010, no. 3 (21), pp. 38–67. (In Russian)
- Savitt R. A Philosophical Essay about A General Theory of Competition: Resources, Competences, Productivity, Economic Growth. *Journal of Macromarketing*, 2000, vol. 20, pp. 73–76.
- Shumpeter I. *Kapitalizm, sotsializm i demokratiia [Capitalism, socialism and democracy]*. Moscow, Ekonomika Publ., 1995. 540 p. (In Russian)
- Shumpeter I. *Teoriia ekonomicheskogo razvitiia [The Theory of Economic Development]*. Moscow, Progress, 1982. 455 p. (In Russian)
- Smit A. *Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations]*. Moscow, Eksmo Publ., 2007. 1056 p. (In Russian)
- Stigler Dzh. Dzh. Sovershennaia konkurentsia: istoricheskii rakurs [Perfect competition: historically contemplated]. *Teoriia firmy. Vekhi ekonomicheskoi mysli [Theory of the firm. Milestones of economic thought]*, issue 2. St. Petersburg, Ekonomicheskaiia shkola Publ., 1995, pp. 299–328. (In Russian)
- Svetun'kov S. G., Kindeeva V. N., Salikhova Ia. Iu. *Segmentnyi podkhod k pereorientatsii teorii konkurentsii [The segmented approach to the reorientation of competition theory]*. St. Petersburg, Iz-vo SPbGUEF, 2006. 147 p. (In Russian)
- Taranukha Iu. V. K voprosu ob universal'noi ili edinoi teorii konkurentsii [About the question of universal and unified theory of competition]. *Sovremennaia konkurentsia [Modern competition]*, 2010, no. 6 (24), pp. 83–106. (In Russian)
- Taranukha Iu. V. *Konkurentsia: sistema i protsess [A Competition: system and process]*. Moscow, DiS Publ., 2012. 672 p. (In Russian)
- Weber M. *Economy and society: an outline of interpretive sociology. Fourth edition*. Berkeley, University of California Press, 1978. 1469 p.
- Whitt J. A. Can capitalists organize themselves? *Critical Sociology*, 1980, vol. 9, no. 2–3, pp. 97–113.

For citation: Taranukha Yu. V. Microcompetition: content and its action mechanism. *St Petersburg University Journal of Economic Studies*, 2017, vol. 33, issue 2, pp. 188–213.
DOI: 10.21638/11701/spbu05.2017.201

Статья поступила в редакцию 21 декабря 2016 г.
Статья рекомендована в печать 16 марта 2017 г.