

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный
гуманитарно-педагогический университет»

Е.В. Евшлова, В.Р. Якупов

**МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ХАРАКТЕР
КОНКУРЕНТОЛОГИИ**

Монография

Челябинск
2022

УДК 151.8:129
ББК 88.411:87.6
Е 64

Евплова, Е.В. Междисциплинарный характер конкурентологии: монография / Е.В. Евплова, В.Р. Якупов; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет». – Челябинск: Издательство Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета, 2022. – 355 с. – ISBN 978-5-907611-49-8. – Текст: непосредственный.

Монография направлена на всестороннее освещение конкурентологии как научного направления. В работе рассмотрены различные аспекты интеграции естественных и гуманитарных наук, таких как философия, экономика, биология, психология, педагогика, юриспруденция и др.; а также их связи с конкурентологией как наукой о конкуренции, конкурентах и конкурентоспособности. В издании также раскрыты понятия «конкурентология», «конкуренция», «конкурентоспособность» и др.

Материалы монографии могут быть полезны исследователям разных областей наук, изучающих проблемы конкурентологии, студентам, аспирантам, докторантам, а также широкому кругу специалистов, интересующихся проблемой интеграции знаний.

Рецензенты: О.Э. Иванова, д-р философ. наук, профессор
О.В. Зубкова, д-р эконом. наук, профессор

ISBN 978-5-907611-49-8

© Е.В. Евплова, 2022
© В.Р. Якупов, 2022
© Издательство Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОЛОГИИ	11
1.1. Концептуальные основы конкурентологии	11
1.2. Междисциплинарный характер конкурентологии.....	21
1.3. Исторические аспекты развития понятия «конкуренция»	27
1.4. Отличие конкуренции от конфликта	40
1.5. Виды конкуренции и конкурентоспособности	47
1.6. Конкурентное взаимодействие, конкурентная динамика и конкурентные стратегии	64
1.7. Принципы конкурентной деятельности.....	72
1.8. Конкурентная среда	77
1.9. Позитивное и негативное проявление конкуренции.....	84
Выводы по главе 1	97
ГЛАВА 2. СВЯЗЬ КОНКУРЕНТОЛОГИИ С ДРУГИМИ ОБЛАСТЯМИ НАУЧНЫХ ЗНАНИЙ	102
2.1. Конкурентология и философия. Конкуренция в законах диалектики	102
2.2. Связь математики и конкурентологии. Математические модели конкуренции	116
2.3. Конкуренция в экономической сфере. Экономическая конкуренция	134
2.4. Конкурентология и биология. Закон конкурентного исключения	149
2.5. Конкурентология и социология. Социальная конкуренция	160

2.6. Конкурентология и психология. Психология конкурентной борьбы	175
2.7. Конкурентология и акмеология. Акмеологическая направленность личности	188
2.8. Конкурентология и педагогика. Возрастные особенности формирования конкурентоспособности	195
2.9. Конкурентология и юриспруденция. Конкуренция правовых норм	209
2.10. Конкурентология и политология. Политическая конкуренция	223
Выводы по главе 2	238
ГЛАВА 3. КОНКУРЕНЦИЯ В РАЗНЫХ СФЕРАХ И ВИДАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	242
3.1. Правовые аспекты регулирования конкуренции	242
3.2. Конкуренция в сфере менеджмента	245
3.3. Конкуренция в сфере маркетинга.....	248
3.4. Конкуренция в спортивной деятельности	256
3.5. Конкуренция в произведениях киноискусства	265
3.6. Конкуренция в сказках и художественных произведениях	276
3.7. Конкуренция в фольклоре	281
Выводы по главе 3	287
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	291
Глоссарий	295
Библиографический список	300
Приложение	336
Сведения об авторах	353

ВВЕДЕНИЕ

В конкуренции, как и в эволюции, нет хороших и плохих, есть лишь победители и проигравшие.

И. Карпов

Около 4 млрд лет назад возникла земная форма жизни. Эволюционный процесс всегда сопровождался конкурентной борьбой за лучшие условия существования, питания и размножения. Побеждал тот, кто имел конкурентное преимущество.

В современном мире конкуренция также встречается достаточно часто. Мы каждый день слышим о конкуренции и участвуем в конкурентной борьбе, повсюду говорят о конкурентоспособности товаров, услуг, экономики, науки, культуры...

Конкуренция охватывает все слои общества и все направления деятельности человека: бизнес, учебу, спорт – трудно найти такую сферу, которая бы исключала конкурентную борьбу. Она присутствует в профессиональной, спортивной, учебной и даже научной деятельности, и не только когда поставлена задача победить соперника. Конкуренция как бы пронизывает любой вид деятельности.

Зачем нужна конкуренция?

Конкуренция – движущий фактор эволюции. Она стимулирует инновации, управляет мировыми рынками, влияет на поведение людей, животных и существование растений.

Как утверждает Фридрих Хайек, «дело не только в том, что всякая эволюция держится на конкуренции, непрерывная конкуренция необходима даже для сохранения достигнутого».

Какое главное преимущество конкуренции?

Конкуренция высвобождает скрытые резервы в достижении поставленной цели. Участники конкурентной борьбы находят в себе дополнительные силы. А при правильном подходе это происходит даже в тех случаях, когда почти невозможно победить. Конкуренция – своеобразная платформа для развития и самосовершенствования.

Конкуренция и конкурентоспособность как теоретическая и практическая области изучения стали настолько популярны в последние годы, что ежегодно 5 декабря отмечается Всемирный день конкуренции.

Что такое конкурентология?

В связи с актуальностью изучения проблем конкуренции и конкурентоспособности в различных областях появилось отдельное научное направление – *конкурентология*. Если кратко охарактеризовать данное научное направление, то конкурентология – это наука о конкуренции, конкурентах и конкурентоспособности. Открытие конкурентологии как научного направления принадлежит российскому ученому – доктору педагогических наук, профессору, академику Российской академии образования (РАО) Валентину Ивановичу Андрееву.

Цель конкурентологии как науки – выявление и систематизирование междисциплинарного научного знания о конкуренции и конкурентоспособности, открытие закономерностей, обоснование и формулирование базовых законов, условий, принципов, методов и правил конкурентной деятельности.

Назначение конкурентологии как науки в следующем:

1) описывает специфику конкурентной деятельности в разных сферах;

2) объясняет и устанавливает с учетом достижений смежных наук (философии, экономики, психологии, педагогики, биологии, юриспруденции и др.) закономерности конкурентной деятельности;

3) разрабатывает принципы и правила, обеспечивающие эффективность конкурентной деятельности;

4) обладая прогностическими функциями, позволяет выявить определенные тенденции своего дальнейшего развития.

В чем междисциплинарность конкурентологии как науки?

В связи со всеобъемлющим характером конкуренции ученые и практики разных областей наук начали изучать разнообразные аспекты конкуренции и конкурентоспособности. Поэтому главной особенностью конкурентологии как науки стал ее междисциплинарный характер. Как следствие, возникла необходимость осуществления многомерного подхода для разработки ее проблематики. В настоящей монографии будет представлен междисциплинарный характер конкурентологии – отражение конкуренции в различных науках и областях человеческой деятельности, живой природе и неживых системах.

Интерпретировать понятие «конкуренция» можно по-разному в зависимости от того, представители какого вида деятельности говорят друг с другом: экономист с экономистом, психолог с психологом, спортсмен со спортсменом и т.д. Разница может быть не меньше, чем между мандаринским и кантонским наречием китайского языка или между древнегреческим и современным греческим языками. Отказ от этих различий в пользу «смешанного языка» (междисциплинарного знания) способствует более лучшему пониманию друг друга специалистами разных областей.

Однако ученые сходятся в одном: в самом общем виде *конкуренция* (от лат. *concurrentia* столкновение, сбежание) – это соперничество нескольких субъектов в достижении схожей цели.

Кроме термина «конкуренция» необходимо выделить однокоренные слова, такие как «конкурент», «конкурентоспособность», «конкурентная среда» и др.

Так, конкурентная среда – это ситуация, которая включает в себя участников (конкурентов), объект (трофей), правила конкуренции и конкурентную среду, в которой она возникает и протекает. Конкуренты – субъекты, участвующие в конкуренции и совершающие соревновательные действия. Конкурентоспособность – способность определенного объекта или субъекта преодолеть конкурентов в заданных условиях.

Перечисленные выше понятия в современной науке рассматриваются в нескольких аспектах, преимущественно в *экономическом, биологическом, социальном и психологическом*. В рамках *экономического аспекта* конкуренция – это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства, с точки зрения *биологического аспекта* она является борьбой за выживание, пищу, ресурсы. В *социальном аспекте* имеется ввиду борьба за положение в обществе, взаимодействие людей для достижения индивидуальных или групповых целей. В *психологическом аспекте* конкуренция – мотивационная система личности, поведенческие особенности и др.

Задачи, которые сегодня стоят перед конкурентологией, не могут быть успешно выполнены инструментарием одной науки, необходим междисциплинарный подход к их решению. По этой причине разработка и накопление теоретического и эмпирического материала по

проблемам конкурентологии и конкурентной деятельности осуществлялись и будут осуществляться учеными разных наук.

Так, например, проблема целей, ценностей и смыслов становления конкурентоспособности требовала, требует и в дальнейшем будет требовать широкого философского осмысления. Установление закономерностей конкурентоспособности личности вряд ли возможно без изучения и исследования психологических механизмов становления конкурентоспособности человека в условиях различных сфер конкурентной деятельности, изучение конкуренции между особями одного или разных видов невозможно без синтеза биологических наук, тогда как вопросы конкурентоспособности товаров, услуг, предприятий решает и будет решать экономическая наука и ее подотрасли. Напрашивается вывод о том, что изучение конкурентоспособности требует широкомасштабных исследований в различных областях знаний.

Именно по этой причине монография «Междисциплинарный характер конкурентологии» направлена на всестороннее осмысление конкурентологии как научного направления, на рассмотрение ее междисциплинарного характера, а также описание конкуренции в разных сферах и видах деятельности. В работе представлены различные аспекты интеграции естественных и гуманитарных наук, а также описание их связи с конкурентологией как наукой о конкуренции, конкурентах и конкурентоспособности.

Материалы монографии могут быть полезны исследователям, интересующимся проблемами конкурентологии; педагогам, ведущим занятия по междис-

циплинарному курсу «Конкурентология»; аспирантам, изучающим вопросы конкурентологии; студентам, аспирантам, докторантам, а также широкому кругу специалистов, интересующихся проблемой интеграции знаний.

Мы благодарны авторам монографии «Конкурентология: синтез междисциплинарных знаний» (Е.В. Евплова, С.С. Демцура, Е.В. Рябинина, В.Р. Якупов), которая легла в основу написания данной научной работы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОЛОГИИ



1.1. Концептуальные основы конкурентологии

Каждому человеку, пока он не нарушает законов справедливости, предоставляется совершенно свободно преследовать, по собственному разумению свои интересы и конкурировать своим трудом и капиталом с трудом и капиталом любого другого лица и целого класса.

А. Смит

Базовые понятия: конкурентология, объект исследования конкурентологии, предмет исследования конкурентологии, базовые законы конкурентной деятельности, признаки конкуренции.

Так исторически сложилось, что конкуренция присутствует в разных сферах жизни человека, живой природы и неживых систем. Конкурентная деятельность осуществляется в рамках любой деятельности, где присутствуют состязательность, соревновательность, конкурентная борьба и/или борьба за существование. При этом конкуренция возникает тогда, когда имеется более одного претендента на обладание желаемым в ограниченном количестве.

В связи с назревшей актуальностью теоретических и практических аспектов конкуренции, в науке возникло новое направление для исследований – конкурентология.

В самом общем смысле конкурентология – наука о конкурентах, конкуренции и конкурентоспособности.

Под *конкурентологией* можно понимать науку о закономерностях конкурентной деятельности.

Конкурентология как научное направление зародилась относительно недавно. Открытие конкурентологии принадлежит российскому ученому – доктору педагогических наук, профессору, академику Российской академии образования Валентину Ивановичу Андрееву.

В.И. Андреев в своих трудах отмечает, что любая наука проявляется и реализуется через описательную, объяснительную, предписывающую и прогностическую функции. Конкурентология как зарождающаяся и активно развивающаяся наука не исключение.

Объектом исследования в области конкурентологии является процесс и результат становления конкурентоспособности в условиях конкурентной деятельности, осуществляемой в контексте любой другой (предпринимательской, спортивной, образовательной, научной, профессиональной и т.д.), в которой происходит борьба за ее качество и лидерство в этом виде деятельности.

Предметом исследования в области конкурентологии являются закономерности, условия, принципы, методы и правила конкурентной деятельности.

Цель конкурентологии как науки заключается в том, чтобы выявить и систематизировать междисциплинарные научные знания о конкуренции и конкурентоспособности, выявить закономерности конкурентной деятельности, обосновать и сформулировать базовые законы, закономерности, условия, принципы, методы и правила конкурентоспособности.

Методологические особенности исследования проблем конкурентологии отражаются в особенностях применяемых методов исследования. Кратко остановимся на некоторых из них.

1. *Метод сравнения* – метод сопоставления двух и более объектов (явлений, идей, результатов исследований и т.п.), выделение в них общего и различного с целью классификации и типологии. Данный метод, как универсально применяемый, относится к общенаучным методам исследований.

Для изучения конкурентологии метод сравнения используется, когда происходит сопоставительный анализ каких-либо характеристик на основе эталонных показателей (бенчмаркинг). Например: товары-конкуренты сравнивают с эталонным товаром на рынке.

2. *Моделирование* как метод в научном исследовании опирается на конструирование идеальных объектов, что позволяет пренебречь второстепенными свойствами объекта в пользу описания его основных свойств, а также продемонстрировать отношения данного объекта с другими объектами.

Моделирование как метод научного исследования весьма продуктивно используется как в естественно-математических, так и гуманитарных науках.

Для разработки проблем конкурентологии также оказалось весьма плодотворным применение метода моделирования. Например, при разработке модели *конкурентоспособной личности* систематизированы такие качества, которые в совокупности должны быть присущи данной личности.

4. *Метод экспертных оценок* – это один из активно используемых в разработке проблем конкурентологии методов. Суть его заключается в том, что при разработке той или иной проблемы, решении исследовательской задачи или оценке результата привлекаются эксперты в той или иной области.

Так, например, при разработке моделей конкурентоспособного специалиста могут быть использованы

в качестве компетентных экспертов педагоги, психологи, социологи и др.

Кроме вышеперечисленного, существуют разнообразные методы конкурентного анализа – SWOT-анализ (сильные и слабые стороны, возможности, риски), PEST (влияние на бизнес политических, экономических, социальных и технологических факторов), анализ пяти сил Портера – сил конкуренции (продукты-заменители, новые игроки, власть поставщиков и потребителей, уровень конкурентной борьбы), SNW-анализ (анализ сильных, нейтральных и слабых сторон организации), GAP-анализ (оценивание компании на соответствие заданному критерию) и др.

Выделим *назначение конкурентологии*:

- 1) описывает специфику конкурентной деятельности;
- 2) объясняет и устанавливает с учетом достижений смежных наук (философии, экономики, психологии, педагогики, биология, юриспруденция и др.) закономерности конкурентной деятельности;
- 3) разрабатывает принципы, правила, обеспечивающие эффективность конкурентной деятельности;
- 4) позволяет выявить определенные тенденции своего дальнейшего развития.

Далее сформулируем *законы конкурентологии*:

1. *Закон успешности и эффективности конкурентной деятельности в условиях глубокого осознания ее значимости.* Суть этого закона заключается в том, что эффективность любой, в том числе конкурентной деятельности тем выше, чем глубже осознается ее значимость.

2. *Закон выявления приоритетов в конкурентной деятельности и конкурентной борьбе.* Успеха в конкурентной борьбе добивается тот, кто эффективно выявляет и оп-

тимально расставляет приоритеты, осуществляя свою конкурентную борьбу с их учетом.

3. *Закон самоактуализации и самоусложнения задач.* Развитие участников конкурентной деятельности осуществляется более эффективно, если участники конкуренции актуализируют и решают все более сложные задачи, приводящие к достижению цели.

4. *Закон оправданного риска.* Суть этого закона известна всем: кто не рискует, тот не выигрывает.

5. *Закон отсроченной победы.* Если противника в данном месте и в данное время победить не удастся, то необходимо максимально сохранить свои силы и способности для отсроченной победы.

Отметим, что сформулированные выше законы конкурентной деятельности одинаково действуют и в процессе конкуренции между людьми, предприятиями, животными, т.к., можно сказать, что это универсальные законы конкурентной деятельности.

Кроме законов конкурентологии, мы сформулировали основной **принцип конкурентосинергизма** – человек должен быть конкурентоспособным, а конкуренция – человеческой.

Другими словами, можно сказать, что конкурентная деятельность направлена на достижение наивысших результатов в сравнении с самим собой и конкурентами. При этом стремление к качеству конечного продукта деятельности должно быть базовой основой конкурентоспособности, поэтому в процессе реализации конкуренции исключительно важное значение имеет реализация принципа меритократичности, агонистики и создание конкурентной среды. Конкурентология должна решать вопросы преодоления негативных сторон конкуренции, т.е. создания таких условий соревнования, которые позволяют объективно сравнивать

объекты, оценивать сопоставляемые способности, не нарушая законы, правила, моральные принципы и т.д.

Отметим также, что по форме конкуренция представляет собой соперничество, а по содержанию – процесс борьбы за более благоприятные условия.

Как каждая наука, конкурентология имеет свои *базовые и ключевые понятия*. Ими являются такие понятия, как «конкуренция», «конкурентоспособность», «конкурентная среда», «конкурентоспособная деятельность», «конкурентная борьба» и др.

Так, родовое понятие «конкуренция» происходит от латинского глагола “*concurrere*”, что означает «сталкиваться». Анализ понятия «конкуренция» представлен в таблице 1.

Таблица 1

Анализ понятия «конкуренция»

Источник	Определение
1	2
Даль В.И. Толковый словарь живого великого русского слова. – Т. 2. – Москва: Русский язык, 1989. – С. 151	Соревновательный иск, состязанье, спорованье, соперничество, соискательство, соревнованье
Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. – Москва: Астрель-АСТ, 2004. – Т. 2. – С. 311	Стечение, столкновение, содействие

Окончание табл. 1

1	2
Ожегов С.И. Словарь русского языка. – Москва: Русский язык, 1990. – С. 291	Соперничество, борьба за достижение больших выгод, преимуществ
Словарь иностранных слов. – Москва: Русский язык, 1987. – С. 245	Два толкования – общее и частное: а) соперничество, борьба за достижение лучших результатов на каком-либо поприще (общее); б) борьба между частными товаропроизводителями за выгодные условия производства и сбыта товаров (частное, применительно к экономической деятельности). В рамках последнего далее дается особенное толкование: конкуренция при капитализме – борьба между капиталистами за получение наивысшей прибыли
Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б.С. Тернер; пер. с англ.; под ред. С.А. Ерофеева. – Москва: Экономика, 2000. – С. 134	Ситуация, при которой индивиды с различными или противоположными интересами стремятся к максимальному увеличению собственных преимуществ или вознаграждения

При этом представители акционерского (поведенческого) подхода рассматривают конкуренцию как действие, направленное на достижение определенных преимуществ. Для акционеров конкуренцией являются действия соперничающего и соревновательного характера отдельных агентов (граждан, организаций, социальных групп и общностей), направленные как на обладание каким-либо ресурсом, так и на возможности улучшения своего положения по сравнению с другими.

В подтверждение приведем определение с позиции акционерского понимания конкуренции.

Классическое «акционерское» определение конкуренции разработано М. Вебером – «мирный конфликт, состоящий из формально мирных попыток установления контроля над возможностями, которые также интересны другим» [262].

В самом общем виде под конкурентоспособностью понимают способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке [210]. Причем в этом случае рынок – понятие условное. В качестве такового может рассматриваться конкуренция субъектов в любой сфере: рынок труда, товарный рынок, рынок услуг и прочее. К тому же, феномен конкурентоспособности весьма неустойчив. То, что сегодня является конкурентоспособным, завтра может оказаться невостребованным.

Конкурентная среда, в свою очередь, – это ситуация, которая включает в себя участников (конкурентов), объект конкуренции (трофей), правила конкуренции и пространство, в котором она возникает и протекает. Конкуренты – субъекты, участвующие в конкуренции и совершающие соревновательные действия.

Таким образом, проанализировав представленные выше определения понятия «конкуренция», можно выделить **признаки конкуренции:**

1) наличие двух и более конкурентов. Участники конкуренции при этом могут конкурировать на макро-, мезо- и микроуровне;

2) действия и взаимодействия конкурентов организованы с целью обладания каким-либо ресурсом, который желаем всеми участниками конкуренции;

3) объем ресурса ограничен;

4) обладание ресурсом возможно при определенных усилиях со стороны участников конкуренции, включенных в действие и взаимодействие.

Преимущество в процессе конкуренции можно завоевать, только учитывая вышеперечисленные признаки.

Выделение признаков конкуренции не случайно. Это позволит нам в дальнейшем работать с эмпирическим материалом на предмет установления наличия или отсутствия в том или ином реальном процессе конкуренции, а также поможет установить ее содержательные характеристики и особенности.

При этом изучение конкурентологии в своей практической части намного шире, что позволяет найти ответы на следующие вопросы:

1. На какие законы, принципы, правила следует опираться в процессе жизнедеятельности человека, живой природы и неживых систем, чтобы выдержать конкурентную борьбу?

2. На какие законы, принципы, правила следует опираться в конкурентной борьбе, чтобы добиться поставленных целей законными и добросовестными способами?

При этом изучение принципов и методов эффективной конкурентной деятельности требует широкомасштабных научных исследований в различных областях. Многомерный подход требует усиления

ния междисциплинарного подхода, а также реализации преемственности и перспективности с учетом сфер применения законов, принципов, методов и правил конкурентной деятельности в широком пространственно-временном и научном масштабе, включая различные виды деятельности (учебную, научную, профессиональную, спортивную, досуговую и т.д.).

Задачи, которые сегодня стоят перед любой существующей наукой, не могут быть успешно выполнены только ее собственными средствами, междисциплинарный подход к их решению неизбежен. Конкурентология отражает достижения многих наук, тесно взаимосвязана с философией, экономикой, аксиологией, психологией, конфликтологией, биологией. В связи с этим изучение конкурентологии осуществляется и может в дальнейшем осуществляться учеными разных областей наук. Во второй главе настоящего исследования будет представлена связь конкурентологии с другими областями научных знаний.

С большой вероятностью можно прогнозировать, что научные знания в области конкурентологии в ближайшие годы будут активно накапливаться и практически применяться для повышения эффективности конкурентной деятельности в различных областях, а смежные науки, благодаря конкурентологии, получат новый импульс своего развития.

1.2. Междисциплинарный характер конкурентологии

Меня давно удивляет отсутствие стремления охватить природу как целое в области эмпирического знания... Чувствуется, что некоторым усилием можно подняться до охвата всего явления в целом... (с высоты птичьего полета)... и получить новую картину.

В.И. Вернадский

Базовые понятия: междисциплинарность, синтез.

Одной из ведущих тенденций в науке второй половины XX в. является стремление к синтезу знания, полученного в рамках отдельных научных дисциплин. Наряду с сохраняющейся дисциплинарной организацией науки и усиливающейся специализацией идет активное накопление междисциплинарного знания. Синтез гуманитарного, общественного, естественно-научного и математического знания – актуальная задача науки.

Междисциплинарность – термин, выражающий интегративный характер современного этапа научного познания. На различных этапах истории науки ее изменения существенно определяются сложным взаимодействием процессов дифференциации («распадения однородной, единой и целостной» системы на ряд относительно автономных областей) и интеграции (объединения ранее самостоятельных предметных сфер, возникновение «синтетических» дисциплин: биофизики, психолингвистики и т.д.). В различных исторических условиях ту или иную конкретную стадию функционирования познания может определять временное доминирование какого-то одного из этих процессов.

Однако это не означает полного вытеснения противоположной тенденции. По существу, обе эти линии взаимно предполагают и дополняют друг друга.

Освоение новых областей реальности и становление ранее не существовавших познавательных средств и методов обуславливает более наглядное проявление дифференциационных явлений в науке, способствует формированию все более специализированных дисциплинарных областей. Осознание же необходимости надежно обосновывать конструируемые системы знания ведет к выявлению всевозможных связей между ними, что способствует объединению до того разнородных проблемных подходов и разрабатываемых теорий в более широкие концептуальные структуры. Это воспринимается как усиление интеграции в познании.

Можно выделить два основных подхода к интеграции в познании. Согласно первому – междисциплинарность понимается как взаимодействие двух или более научных дисциплин, каждая из которых имеет свой предмет, свою терминологию и методы исследования. Второй подход к междисциплинарности предполагает выявление тех областей знания, которые не исследуются существующими научными дисциплинами. Приставка «меж» в этом случае указывает на наличие некоего провала между дисциплинами, «ничейной земли», не являющейся традиционным объектом исследования ни одной из дисциплин. В таком случае на стыке научных дисциплин может возникнуть новая. Например, социальная психология возникла на стыке таких дисциплин, как общая психология и социология, выявив новый объект исследования и заимствовав язык и методы из обеих «материнских» дисциплин [103].

Конкуренция – междисциплинарное понятие, оно используется в разных научных сферах.

Междисциплинарный характер конкурентологии выражает общую тенденцию современной науки, усиление интегративных процессов, взаимовлияние и взаимопроникновение различных областей знания при изучении общего объекта исследования.

Любые антагонистические отношения, связанные с борьбой за существование, за доминирование, за пищу, пространство и другие ресурсы между организациями, видами или популяциями видов, нуждающимися в одних и тех же ресурсах, есть конкуренция.

Ни один из видов спорта не обходится без соперничества, или без конкуренции. Причем речь идет не только об индивидуальных видах спорта, когда спортсмены конкурируют между собой за место на пьедестале. В командных видах спорта тоже наблюдается конкуренция. Как между командами, так и между представителями одной из них, например, практически во всех командах между игроками существует конкуренция за место в основном составе.

Продолжая приводить примеры, невозможно не коснуться политической сферы. Политическая конкуренция является одной из характеристик политических систем и режимов. Наличие политической конкуренции давно стало важным показателем степени развития политических систем. Появился даже новый термин – «политическая конкуренция», который можно определить как соперничество в сфере политики за обладание властью. При этом любопытен тот факт, что результаты такого соперничества определяет некто третий.

Каждая из наук, с которыми конкурентология входит в контакт, дает возможность углубить знание о конкуренции, конкурентах и конкурентоспособности. Например, философия открывает путь к познанию и

объяснению сущности конкуренции, социология выявляет закономерности конкуренции в обществе, психология дает возможность глубже понять специфику конкурентной деятельности человека, его восприятие конкуренции, этнография способствует осознанию национально-этнической самобытности конкуренции между народами мира, педагогика, в свою очередь, изучает вопросы формирования конкурентоспособности у подрастающего поколения и т.д.

Каждая наука, изучающая конкуренцию, дает свое определение этому понятию, а также разрабатывает виды и принципы конкуренции, закономерности конкурентной деятельности, методы конкурентной борьбы и т.п.

По этой причине вопросы конкуренции оказались разорваны профессиональными языками на куски – профессиональные языки стали существенно осложнять понимание устройства мира в целом и проявления в нем конкуренции. Ответить на вопрос «Как все “части” образуют единую систему?» невозможно ни на одном известном профессиональном языке. Но тогда мы должны спросить себя: «На каком же языке должна быть представлена система в целом?» [88]. И ответ на этот вопрос прост – должен быть междисциплинарный язык. Только разговаривая на этом языке можно более глубоко изучить сущность явлений, процессов, в том числе понять проблемы конкурентологии. А для этого требуется рассматривать проблему синтеза разнородных знаний.

Еще одной из причин того, что конкурентология не могла быть создана с опорой только на достижения какой-либо одной науки, служит тот факт, что методов и средств, необходимых для того, чтобы описать и объяснить конкурентологию как науку и на этой основе от-

ветить на вопрос, каковы условия становления конкурентоспособности и ее составляющие в рамках одной, отдельно взятой науки, явно недостаточно.

Актуальность проблемы изучения конкурентологии с точки зрения синтеза междисциплинарных знаний проявляется в недостаточной теоретической разработанности проблемы междисциплинарного характера конкурентологии как науки. Несмотря на наличие широкого спектра исследований в данной области, они не способны решить поднятую проблему, т.к. лишь фрагментарно затрагивают вопросы междисциплинарного характера конкурентологии. Пока нет четкого понимания междисциплинарного смысла таких понятий, как «конкуренция», «конкурент», «конкурентоспособность», «конкурентная среда» и др. В связи с этим актуальность проблемы на научно-теоретическом уровне определяется потребностью создания теоретических основ конкурентологии как науки и определении ее междисциплинарного характера, что выражается в изучении основополагающих понятий проблемы исследования и теоретико-методологических вопросов конкурентологии; в выявлении законов, принципов, методов и правил конкурентной деятельности в пространственно-временном и научном масштабе, включая различные виды деятельности.

Задачи, которые сегодня стоят перед любой существующей наукой, не могут быть успешно выполнены только ее собственными средствами, междисциплинарный подход к их решению неизбежен. В связи с этим изучение конкурентологии осуществляется и может в дальнейшем осуществляться учеными разных областей наук.

Конкурентология отражает достижения многих наук о человеке, тесно взаимосвязана с такими научными

направлениями, как философия, аксиология, психология, педагогика, конфликтология и другими науками, отражающими в целом развитие человека и его становление как деятеля. Так, например, проблема целей, ценностей и смыслов осуществления конкурентной деятельности и становления конкурентоспособности требует широкого философского осмысления. В свою очередь, изучение конкурентоспособности личности или специалиста невозможно без исследований психологической и педагогической науки.

Отметим, что конкурентология изначально является междисциплинарной областью научного знания. И для развития конкурентологии как науки необходимо опираться на вышеуказанные области знаний. Смежные науки не только питательная среда, но и необходимый фундамент конкурентологии.

Кроме того, конкурентология не просто заимствует знания, полученные другими науками, но органично включает их в целостную систему науки о конкуренции, создавая ее общую модель или картину.

Конкурентология, будучи гуманитарной наукой, исследует конкуренцию как исторически развивающееся, многогранное, сложное явление, как способ жизни человека, а также существования живой природы и неживых систем.

Поскольку конкуренция охватывает все виды деятельности человека, его помыслы и чувства, разум и волю, то она является неотъемлемым атрибутом человеческого существования. Ни одна сфера жизни, будь то экономика или политика, семья или образование, искусство или наука, досуг или спорт, невозможна вне конкуренции.

Конкурентология как наука помогает систематизировать гуманитарные знания о конкуренции и кон-

курентоспособности в различных областях деятельности, понять явления общественной жизни в едином смысловом контексте, раскрыть единство и целостность конкуренции.

Изучение конкурентологии необходимо для достижения духовной зрелости, для формирования способности с научных позиций мыслить о социальных и человеческих проблемах, умения считаться с плюрализмом мнений и ценностей, для воспитания в себе конкурентоспособности. Конкуренция подлежит всестороннему анализу в тех сферах, где она необходима, приемлема, оправдана и актуальна, что более подробно представлено и изучено в следующих параграфах настоящей монографии.

1.3. Исторические аспекты развития понятия «конкуренция»

В мире конкуренции существует потребность найти пути, чтобы стать первыми или догнать остальных, пока еще не слишком поздно. А для этого требуются механизмы, которые могут упростить самые сложные вещи.

М. Хаммер

Базовые понятия: состязание, соперничество, соревнование, социалистические соревнования, конкуренция, конкурентоспособность.

Любое фундаментальное исследование требует обращения к историографии проблемы – осуществления исторического анализа исследуемого вопроса.

Исторический аспект при рассмотрении конкурентологии как междисциплинарной проблемы предпола-

гает изучение особенностей зарождения и развития явления за рубежом и в России. При этом анализ основных теоретических положений проблемы исследования сочетается с изучением документов, исторических материалов, художественных книг, что позволяет выявить предпосылки становления проблемы, проследить преемственность в ее исследовании и определить этапы развития изучаемого вопроса.

С целью характеристики наиболее существенных ключевых событий, определения причинно-следственных связей в изучении проблемы исследования был использован метод периодизации.

Для разработки периодизации необходимо выявить критерии ее построения. Анализ работ, рассматривающих проблему исследования, а также результаты собственного научного поиска позволили определить в качестве критерия периодизации состояние теоретической разработки и практической реализации конкурентологии, обусловленное изменением системы общественных отношений в научной картине мира, предопределяющих тип постановки и решения задач по исследованию данной проблемы в конкретный период.

Отметим, что понятие «конкурентология» появилось лишь в начале XXI в., однако смежные понятия («конкуренция», «конкурентоспособность», «конкурент» и др.), а также понятия, употребляемые в других областях наук («экономическая конкуренция», «биологическая конкуренция» и т.д.), имеют длительную историю развития в нашей стране и за ее пределами, что позволяет всесторонне осмыслить и проанализировать накопленный в теории и практике опыт решения поставленной проблемы.

Как было отмечено ранее, термин «конкурентология» был впервые представлен в одноименном труде В.И. Андреева в 2004 г.

В России знания о конкуренции и конкурентоспособности появляются и развиваются под влиянием происходящих в государстве и обществе изменений, в частности перехода государства к рыночной экономике, растущей конкуренции на рынке товаров и услуг, рынке труда, а также научной картины мира и многого другого.

Отметим, что в рамках одного этапа исследование проблемы осуществлялось неравномерно, были пики и спады развития проблемы, но с учетом общих тенденций, результатов теоретической разработки и практической реализации проблемы целесообразно ее поэтапное рассмотрение. Охарактеризуем этапы, последовательно выявляя предпосылки и тенденции, характерные для каждого из них.

Необходимо заметить, что изначально термин «конкуренция» был синонимичен понятию «соперничество», «соревнование», «состязание». Подобное толкование можно встретить и в настоящее время как в отечественных, так и в зарубежных источниках. Именно по этой причине при описании историографии проблемы исследования мы будем изучать отношение государства, общества, высшей школы и научного сообщества к смежным понятиям.

Предпосылки реализации конкуренции для развития общества демонстрировали еще достижения древнегреческой культуры, в которой конкурентная среда, дух соперничества в сфере атлетики, распространившись на область духовного творчества, постепенно стала пронизывать все стороны жизни Древней Греции, в том числе систему воспитания подрастающего поколения.

Нидерландский историк культуры Йохан Хейзинга в своей книге «Homo Ludens» («Человек играющий») писал по этому поводу так: «В эллинском обществе уже на ранней ступени агонистика заняла столь широкое место и обрела столь серьезный статус, что дух уже более не признавал ее игрового характера». Состязание во всех его видах и во всех случаях стало для греков одним из элементов культуры, его расценивали как «обычный» и полноценный элемент жизни [222].

Более поздний период развития проблемы конкуренции между людьми и конкурентоспособности личности освещен в трудах известных писателей VI–VII вв., таких как Д. Верас [32], Т. Компанелла [77], Т. Мор [125] и др.

Т. Мор в классической «Утопии» в качестве одного из важнейших моментов формирования истинно человеческих отношений между людьми называл трудовое соревнование [125].

Т. Компанелла, видя в соревновании могучую силу, умножающую богатство и служащую выражением общественной активности и ценности личности, писал о жителях города Солнца: «Всего у них изобилие, потому что всякий стремится быть первым в работе...» [77].

Д. Верас писал: «...благородное соревнование, исходящее из любви к добродетели и из справедливого желания похвал, заслуженных добрым делом, получит повсеместное распространение» [32].

Исторические аспекты развития понятия «конкуренция» можно представить в виде сменяющихся и взаимосвязанных этапов, которые будут подробно описаны далее.

I этап (VIII–XIX вв.)

Понятие «конкуренция» вошло в словарный запас на рубеже VIII–XIX вв. (от лат. *con + currere* – сбегать, стелкаться).

Рассматриваемый термин был заимствован зарубежными экономистами почти сразу после его появления. Но и в лексиконе экономистов в первое время понятие употреблялось весьма расплывчато. Постепенно смысл его уточнялся, становился все более определенным.

В развитие экономического понятия «конкуренция» значительный вклад внесли такие зарубежные ученые, как Дж. Милль [121], Д. Рикардо [167], А. Смит [187] и др.

Так, Дж. Милль [121] отмечал, что конкуренция сама по себе является законом, который устанавливает правила регулирования.

Кроме вышеназванных ученых экономистов, вопросы конкуренции интересовали и известных писателей того времени, таких как Н. Морелли [126], Р. Оуэн [144] и др.

Н. Морелли в соревновании видел выражение человеческого достоинства и утверждал, что «честолюбие заключалось бы не в желании поработать или угнетать людей, а в том, чтобы превзойти их в изобретательности, трудолюбии, прилежности» [126].

Р. Оуэн призывал объединить силы для создания общества, в котором «единственным видом соперничества будет соперничество в деле производства наибольшей суммы прочного счастья для человеческого рода» [144].

II этап (XX в.)

Уже в начале XX в. слово «конкуренция» стало считаться научным термином, что дало ему возможность войти в круг основных понятий экономической теории.

В развитие понятия «конкуренция» значительный вклад внесли такие зарубежные ученые экономисты, как Ф. Найт [128], М. Портер [258], Ф.А. фон Хайек [220] и др.

Ф.А. фон Хайек [220] считал, что конкуренция ведет к лучшему использованию знаний и способностей людей и стимулирует рациональность.

Ф. Найт [128] доказал, что конкуренция – это ситуация, в которой конкурирующих единиц много, и они независимы.

В России как и на западе, понятие «конкуренция» изначально ассоциировалось с такими смежными понятиями, как «соревнование», «состязание», «соперничество». XX в. можно по праву считать началом развития понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» в России.

Так же как и конкуренция, понятие «конкурентоспособность» изначально – категория экономическая, однако в начале XX в. В.И. Ленин, руководствуясь трудами К. Маркса и Ф. Энгельса, наделил это понятие политическим смыслом, назвав его средством развития государства, общества и личности.

Руководствуясь указаниями В.И. Ленина, Коммунистическая партия проявляла постоянную заботу о придании соревнованию всенародного характера, обогатив понятие «соревнование» новым содержанием. Осуществлялось активное внедрение идей социалистического соревнования в массы.

В ходе социалистического соревнования происходило постоянное сопоставление не только результатов труда работников, но и их способностей, личностных качеств человека. В этот период считалось, чем выше уровень организации соревнования, тем эффективнее процесс формирования нового человека. Исходя из этого ЦК КПСС ставил задачу «в полной мере использовать социалистическое соревнование для усиления воспитания людей» [112].

В целях дальнейшего повышения роли социалистического соревнования в коммунистическом строительстве был создан научный совет АН СССР и ВЦСПС по проблемам социалистического соревнования, издавался общественно-политический и научно-теоретический журнал ВЦСПС «Социалистическое соревнование». Практически не было ни одного центрального издательства, в котором бы не выпускались книги по проблемам социалистического соревнования. Проводились научно-практические и научно-теоретические конференции по вопросам теории и практики организации социалистического соревнования.

Однако, несмотря на значительную активизацию работы в области социалистического соревнования, многие вопросы его теоретического осмысления и практической организации оставались еще не до конца исследуемыми, возникал и ряд новых проблем, среди которых была проблема формирования личности в процессе социалистического соревнования. Так, Н.Я. Клепач и В.М. Кузнецов справедливо утверждали, что «в условиях социализма трудовая состязательность, будучи по своей сути явлением объективным, проявляется не как инстинктивная, стихийная игра человеческих сил, а как осознанная целенаправленная деятельность, базирующаяся на соединении опыта и знаний» [74].

В этот период КПСС считала насущной задачей формирование всесторонне и гармонично развитой личности, а соревнование – важнейшим средством воспитания нового человека. ЦК КПСС в своих постановлениях по вопросам организации социалистического соревнования отмечал, что оно всегда служило эффективным методом подъема производственных сил, совершенствования производственных отноше-

ний, воспитания трудящихся, действенным средством развития их инициативы [112].

Благодаря трудам К. Маркса, Ф. Энгельса и В.И. Ленина соревнование приобрело массовый, всенародный характер. В подтверждение этому Е.Н. Гуманов писал, что «соревнование заключает в себе сложное переплетение экономических, социальных, политических, морально-этических связей, взаимоотношений в процессе совместной деятельности» [112].

При этом отметим, что В.И. Ленин тоже никогда не сводил соревнование только к экономической сфере. Он считал необходимым использовать соревнование для решения различных социально-политических вопросов.

В данный период развития общества и государства конкуренция присутствовала и в других областях деятельности, однако в скрытом виде. К примеру, поступление в высшие учебные заведения было возможно только на конкурсной (т.е. конкурентной) основе. На время вступительных испытаний создавалась конкурентная среда для абитуриентов.

В образовательной деятельности данного периода также получили широкое распространение соревнования, которые применялись как широко распространенный метод воспитания в коллективе. Бригады обучающихся соревновались за лучшие результаты в сборе металлолома и макулатуры, работе на полях и т.д.

А.С. Макаренко, советский педагог, общественный деятель и писатель, сделал социалистическое соревнование одним из основных элементов своей педагогической деятельности. Подтверждение этому можно найти в его повести «Флаги на башнях» (1939 г.). В произведении описывается, как в колонии Первого

мая многогранная жизнь и деятельность коллектива достигла высокого совершенства. Одним из условий, позволяющих достичь таких результатов, было создание соревновательных моментов между колонистами. А.С. Макаренко показывает важность и положительный эффект соревнования между подростками – воспитанниками колонии.

В данный период развития общества никто не оспаривал педагогическую результативность и эффективность этого метода воспитания, однако конкуренция без оттенка социалистического соревнования считалась негативным и бесчеловечным пережитком капитализма.

После распада Советского Союза наблюдалась следующая тенденция: термины «конкуренция» и «конкурентоспособность» долгое время не вызывали у российских граждан позитивных ассоциаций, несмотря на то, что, как было отмечено выше, в период Советской власти большую роль в социально-экономическом развитии общества и государства занимали социалистические соревнования. Причина этого лежит в социальных стереотипах, часть которых была сформирована в советское время, когда утверждалось, что конкуренция в чистом виде – зло, а социалистические соревнования – благо.

И это не случайно, в тот период отсутствовали социально-производственные предпосылки для реализации конкурентоспособности личности или специалиста. Каждый выпускник вуза был уверен в завтрашнем дне, в том, что он будет востребован на рынке труда и обеспечен работой по выбранной специальности.

III этап (XXI в.)

Лишь XXI в., который характеризуется переходом на рыночные рельсы, потребностью современного об-

щества и государства в конкурентоспособных рабочих и специалистах, изменил отношение к понятию «конкуренция» применительно к человеку.

Термины «конкуренция» и «конкурентоспособность» были заимствованы учеными из других областей наук, в частности из педагогики и психологии. Стало популярным изучение вопросов конкуренции, а также конкурентоспособности личности и специалиста. Появилось отдельное научное направление, изучающее вопросы конкуренции и конкурентоспособности, – «конкурентология».

Анализ диссертационных исследований, посвященных изучению конкурентологии как научной проблемы, позволяет сделать вывод, что в России интерес у соискателей ученых степеней к данному научному направлению возник лишь в начале XXI в. Причем диссертационные исследования защищаются по разным научным областям: экономика, психология, педагогика, юриспруденция и др.

Таким образом, можно смело назвать XXI в. эпохой конкуренции. Образование XXI в. – образование, построенное на основе принципа агонистики: дети участвуют в конкурсах и олимпиадах, сдают выпускные экзамены, конкурируют друг с другом при поступлении в образовательные организации, соревнуются за право обладания повышенными стипендиями, при приеме на работу после получения образования и т.д. Экономика XXI в. – экономика, построенная на основе конкурентной среды: конкуренция на рынке между продавцами, а также производителями товаров и услуг. В свою очередь, политика XXI в. – политика, основанная на принципе меритократичности.

Кратко представим характеристику каждого из этапов развития конкуренции как смысловой категории (табл. 2).

Характеристика этапов развития понятия «конкуренция»

Этапы	Характеристика
1	2
I этап VII–XIX вв.	Понятие «конкуренция» появилось в обиходной речи зарубежных стран (от лат. <i>con</i> + <i>currere</i> сбегать, сталкиваться). Термин «конкуренция» был синонимичен понятию «соперничество», «соревнование», «состязание»
II этап XX в.	Термин «конкуренция» и «конкурентоспособность» вошли в число научных понятий, что позволило данным понятиям получить популярность в разных странах, в том числе и в нашей стране. Понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность», а также ряд смежных понятий, таких как «состязание», «соревнование», «соперничество», стали активно использовать ученые и практики разных областей наук: политологии, психологии, педагогики и др. Коммунистическая партия проявляет постоянную заботу о придании соревнованию всенародного характера, обогащению его новым содержанием. Идет активное внедрение идей социалистического соревнования в массы. В данный период получили широкое распространение социалистические соревнования

1	2
III этап XXI в.	Термины «конкуренция» и «конкурентоспособность» начали рассматриваться как самостоятельные понятия. Среди ученых разных областей наук стало популярным изучение вопросов конкуренции и конкурентоспособности. Появилось отдельное научное направление «конкурентология» – наука о конкуренции, конкурентах и конкурентоспособности. Вся общественная жизнь данного периода построена на основе принципа агонистики, меритократичности и протекает в условиях конкурентной среды (конкуренция на рынке товаров и услуг, конкуренция на рынке труда и т.п.)

Таким образом, исторический анализ проблемы развития понятия «конкуренция» позволил выявить следующие закономерности:

1) первоначально понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» не являлись научными, а использовались лишь в обиходной речи как экономические термины;

2) после того, как понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» вошли в число научных понятий, они сразу нашли свою популярность в разных странах, а также в разных областях наук: политологии, психологии, педагогике и др.;

3) в связи с переходом к рыночной экономике, а также с возросшей конкуренцией в различных обла-

стях деятельности стало популярно говорить о конкурентоспособности личности и специалиста, конкуренции между товарами и услугами, конкуренции предприятий, появилась и потребность в ее формировании, возникло отдельное научное направление, изучающее вопросы конкуренции и конкурентоспособности – «конкурентология»;

4) историография развития понятия «конкуренция» как смысловой категории включает в себя три этапа: 1-й этап, VIII–XIX вв., – зарождение понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность», использование их в обиходной речи с экономической точки зрения; 2-й этап, XX в., – термины «конкуренция» и «конкурентоспособность» вошли в число научных понятий, что позволило им найти свою популярность в разных странах, в том числе и в нашей стране, а также в разных областях наук; 3-й этап, XXI в., – термины «конкуренция» и «конкурентоспособность» начали рассматриваться как самостоятельные понятия. Появилось отдельное научное направление – конкурентология – наука о конкуренции, конкурентах и конкурентоспособности.

На основе вышепредставленного можно сделать вывод о том, что понятие «конкуренция» за весь период своего развития (с VII в. по сегодняшнее время) претерпело значительные изменения – от полного неприятия данной смысловой категории до заимствования термина разными науками, а также возникновения и развития нового научного направления – конкурентологии.

1.4. Отличие конкуренции от конфликта

В основе всех конфликтов три источника: страхи, соперничество и стремление к славе.

Томас Гоббс

Базовые понятия: конфликт, конфликтология, конфликтное противодействие, конкурентное противодействие.

Прежде чем перейдем к описанию связи конкурентологии с другими областями научных знаний (глава 2), осуществим сопоставление смежных, на первый взгляд, понятий «конкуренция» и «конфликт», для того чтобы впредь не отождествлять данные категории.

Конкуренция и конфликт – наиболее распространенные формы организационного взаимодействия и других отношений между людьми. Так исторически сложилось, что конкуренцию воспринимают как движущую силу, порождающую конфликты и стрессы. В данном параграфе попытаемся разобраться, так ли это на самом деле, в чем сходства и различия изучаемых понятий.

Базарная перебранка и научная дискуссия – это совершенно разные виды противодействия. Однако что из вышеперечисленного можно считать конфликтным взаимодействием, а что является взаимодействием конкурентным? И можно ли отождествлять конкуренцию с противодействием вообще?

Обратимся к одному из самых распространенных определений понятия «конфликт». Конфликт (от лат. *conflictus* столкновение) – столкновение разнонаправленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов субъектов взаимодействия, фиксируемых ими

в жесткой форме [25]. Исходя из определения можно сделать вывод о том, что как базарная перебранка, так и дискуссия ученых могут являться конфликтным взаимодействием. Тогда возникают другие вопросы: чем конфликт отличается от конкуренции, в чем взаимосвязь этих двух, казалось бы, смежных понятий.

Конкуренцию и конкурентоспособность в разных их видах и проявлениях изучает междисциплинарная область знаний – конкурентология, а **конфликтология**, в свою очередь, изучает закономерности зарождения, возникновения, развития, разрешения и завершения конфликтов любого уровня.

Ниже продолжим рассматривать различия между конкуренцией и конфликтом (табл. 3).

Таблица 3

Различия конкуренции и конфликта

Конкуренция	Конфликт
1	2
Борьба за ограниченный ресурс	Столкновение разнонаправленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов субъектов взаимодействия, фиксируемых ими в жесткой форме
Физическая сила не применяется	Может применяться физическая сила
Участники конкуренции могут не взаимодействовать с друг с другом	Участники конфликта всегда взаимодействуют друг с другом

Окончание табл. 3

1	2
Цивилизованный способ достижения цели	Нецивилизованный способ достижения цели
Направленность действий участников конкуренции на достижение цели	Осознанность противоречий и направленность действий участников конфликта друг против друга
Возможны параллельные действия сторон, их неосознанное соперничество, опосредованное другими людьми	Происходит осознанное воздействие участников друг на друга
Участники конкуренции мотивированы желанием выиграть	Участники конфликта мотивированы желанием причинить ущерб противнику
Ограничена во времени	Может быть не ограничен во времени
Имеются правила взаимодействия	Правил взаимодействия не предусмотрено
Объектом агрессивной стратегии являются ограниченные ресурсы или потребители	Объектом агрессивной стратегии являются не только ограниченные ресурсы или потребители, но и соперник
Явная и бесконтрольная	Осознанный
Непрерывна и безлична	Носит временный и личный характер

Далее осуществим обоснование некоторых тезисов, представленных в таблице.

Матч по боксу, например, обычно считают соревнованием, а уличную драку – конфликтом. В обоих случаях для достижения цели применяется физическая сила, но с той лишь разницей, что первое является социально легитимным способом проявления физической силы. Все это разные, но генетически родственные формы поединка (силового противодействия) между людьми, реальным результатом которого является победа «сильнейшего» противника.

Отметим также, если действия конкурентов осознаны и непосредственно направлены друг против друга, то их взаимодействие является конфликтом. В том случае, когда контроль над поведением другого становится осознанной целью или единственным средством достижения результата, соревнование также может перерасти в конфликт.

И конкуренция, и конфликт являются формами борьбы, однако конкуренция, явная и бесконтрольная, как у растений, так и в жизни человека со всем человеческим родом и живой природой, в целом бессознательна. Конфликт же всегда осознан, он вызывает самые глубокие эмоции и самые сильные страсти, он мобилизует огромную концентрацию внимания и усилий.

Конфликт отличается от конкуренции осознанностью противоречий и направленностью действий конфликтующих друг против друга. Конкуренция (например, соперничество на рынке товаров и услуг или конкурс на замещение руководящей должности) может проходить без знакомства конкурентов друг с другом.

Таким образом, конкуренция и конфликт – это две формы взаимодействия, но конкуренция – борьба между индивидами или группами индивидов, которые не

обязательно должны находиться в коммуникации друг с другом, а конфликт – состязание, в котором контакт между участниками является необходимым условием.

Конкуренция превращается в конфликт только, когда становится осознанной, когда конкурирующие стороны идентифицируют друг друга как соперника или врага.

Можно сделать вывод о том, что не всякая конкуренция является конфликтом. Однако если действия конкурентов осознаны и непосредственно направлены друг против друга, то их взаимодействие можно назвать конфликтом.

Кроме всего прочего, понятия конфликта и конкуренции тесно взаимосвязаны и иногда отождествляются друг другу.

У конкуренции и конфликта есть сходные черты: борьба за свои интересы, активные взаимонаправленные действия субъектов, противоположность целей участников взаимодействия (реализация целей одной из сторон полностью лишает оппонента возможности реализовать свои цели).

Таким образом, понятия конкуренция и конфликт тесно взаимосвязаны и иногда отождествляются.

Но правилосообразное истолкование природы социальных явлений и сущности самой социальной реальности позволяет последовательно различить конкуренцию и конфликт как противопоставленные виды противодействия.

Существует три основные точки зрения на разграничение конкуренции и конфликта.

Первая точка зрения. Конкуренция есть тот же конфликт, но легитимный, регулируемый, основанный на правилах, а также ограниченный. Действия участников здесь в равной степени могут или не могут быть на-

правлены друг против друга с намерением воспрепятствовать достижению цели противником.

Вторая точка зрения. Отличие конкуренции от конфликтов заключается в функциях, которые регламентируются правилами взаимодействия. В случае конкуренции элементы конфликта присутствуют, но ограничиваются правилами, которые служат либо общим интересам конкурентов, либо интересам какой-то третьей стороны.

Третья точка зрения. Конкуренция и конфликт могут быть разграничены при помощи понятия «власть» – возможность субъекта влиять на образ действий другого субъекта, контролируя его поведение. Соревнование характеризуется как параллельные поиски субъектами одной и той же цели, оно мотивировано желанием выиграть, а не причинить ущерб противнику.

Однако отметим, что грань между конкуренцией и конфликтом очень тонкая. Например, в тот момент, когда контроль над поведением другого человека становится осознанной целью или единственным средством достижения результата, соревнование может перерасти в конфликт.

Понятие конфликта так же, как факт его существования, уходит корнями глубоко в человеческую природу конфликта между расами, государствами, отдельными людьми и т.п.

Итак, можно сказать, что конкуренция становится осознанной и личностной в конфликте. В процессе состязания конкуренты могут превращаться в соперников и даже врагов.

Отметим также, что конфликты в ходе конкуренции неизбежны, но остроту их можно регулировать с помощью законов, правил, моральных норм и т.п.

Социальные системы, как и природные, всегда развивались в условиях конкуренции, т.е. в основе эволюции живой природы лежит конкуренция, механизмы. Конкуренция между людьми также неизбежна, однако она может иметь конструктивный и деструктивный характер (параграф 1.5).

Конкуренция способствует определенному движению вперед, предотвращает застой; конкуренция – это определенное отрицание старого. На смену старому, отжившему приходит нечто новое, более конкурентоспособное.

Конкуренция создает необходимый уровень напряженности, провоцирующий активность. Продуктивность деятельности выше у конкурентоориентированной личности. Межгрупповая конкуренция способствует групповой интеграции, росту сплоченности, солидарности участников группы. Необходимость одержать победу в конкурентной борьбе приводит к кооперации, концентрации усилий участников группы, вовлечению членов группы в общую деятельность.

Из всего сказанного можно сделать вывод о том, что конкуренцию лишь отчасти можно считать конфликтной ситуацией и лишь при определенных условиях она перерастает в конфликт.

Мы придерживаемся той точки зрения, что конкуренция – нормальное явление общественной жизни, присутствующее во всех сферах деятельности человека, а также в живой природе и неживых системах. Конфликт, в свою очередь, лишь крайняя степень выражения конкуренции.

1.5. Виды конкуренции и конкурентоспособности

Любители состязаются друг с другом, профессионал – сам с собой.

А. Ким

Базовые понятия: конструктивная конкуренция, деструктивная конкуренция, адаптивная конкуренция, неадаптивная конкуренция, добросовестная конкуренция, недобросовестная конкуренция, конкурентоспособная личность, конкурентоспособный специалист, личностная конкурентоспособность, корпоративная конкурентоспособность, псевдоконкуренция.

На сегодняшний день конкуренция и конкурентоспособность классифицируются по разным основаниям. Рассмотрим данную классификацию и приведем примеры из разных областей знаний, продемонстрировав тем самым междисциплинарный характер конкурентологии.

Можно выделить три проявления конкуренции:

- 1) наблюдение за тем, как конкурируют другие;
- 2) конкуренция с самим собой и сравнение своих результатов с предыдущими результатами;
- 3) конкуренция с другими.

Наблюдение за тем, как конкурируют другие. Каждый человек ежедневно становится свидетелем конкурентной борьбы в различных сферах. Например, просмотр спортивных состязаний. Есть мнение, что при просмотре спортивных соревнований частота сердечных сокращений увеличивается точно так же, как и во время тренировок, т.е. человек тренируется почти также, как во время занятий спортом. Что уж говорить об интеллектуальных состязаниях, когда человек пытается от-

ветить на интеллектуальные вопросы, запоминает информацию и способы конкурентной борьбы.

Конкурентоспособным хирургом не станешь, если на твоём операционном столе погибло несколько десятков больных. Хирург должен учиться на ошибках других, а не на собственных ошибках.

Наблюдать за конкуренцией других, возможно, интересно и полезно, но не всегда практично. В связи с этим можно выделить два других проявления конкуренции: конкуренция с самим собой и конкуренция с другими.

Конкуренция с самим собой – сравнение своих результатов с предыдущими результатами. В данном случае как нельзя лучше подойдет высказывание А. Кима: «Любители состязаются друг с другом, профессионал – сам с собой» и Э. Ланда «Мы – сами себе собственные конкуренты».

Как правило, такой вид конкуренции используют при работе с детьми. Когда результаты ребенка сравнивают не с результатами других детей, а с его личными результатами, но в предыдущем периоде. Так и каждый из нас может сравнить свои результаты с предыдущими.

Однако, когда мы видим кого-то, кто делает что-то лучше нас либо обладает чем-то, чего у нас нет, хотим стать лучше него и начинаем к этому стремиться, конкурируя тем самым и со своими предыдущими результатами в данной области, и с результатами конкретного соперника. Так и проявляется еще один вид конкуренции – конкуренция с другими.

Конкуренция с другими. Под данный вид конкуренции как нельзя лучше подходит аллегория: как невозможно научиться плавать, не погрузившись в водную среду, так и невозможно стать конкурентоспособным,

не погрузившись в конкурентную среду. В данном случае речь идет о том, что в процессе конкуренции с другими людьми человек получает бесценный опыт, который можно использовать в любом конкурентном виде деятельности.

Также можно выделить разные типы и виды конкуренции, стратегии ведения конкурентной борьбы, объекты исследования конкурентологии, виды конкурентоспособности личности, а также разные подвиды конкуренции в зависимости от сферы деятельности. Остановимся на их описании далее.

Два типа конкуренции:

1. *Конструктивная конкуренция* – созидательная конкуренция, конкуренция, которая ведет к созданию нового, усовершенствованию существующего.

Например, корпорация Apple продолжительное время сохраняет конкурентные преимущества. Являясь лидером на рынке и оставляя всех конкурентов далеко позади, компания выпускает ежегодно обновленные версии технологических устройств. Но почему корпорация не несет больших убытков из-за огромного количества конкурентов? Потому что потребители будут желать приобрести Apple до тех пор, пока корпорация не перестанет удивлять уникальными, но при этом простыми в использовании товарами. От такой конкуренции выигрывают прежде всего потребители товаров и услуг.

2. *Деструктивная конкуренция* – разрушающая конкуренция.

В живой природе есть любопытный феномен, когда взрослые буйволы затаптывают львят, которые в будущем могут стать взрослыми хищниками и охотиться на буйволов. В этом случае конкуренция носит негативный разрушающий характер.

Различают два вида конкуренции: *адаптивную* и *неадаптивную*.

1. *Адаптивная конкуренция* подразумевает выбор человеком определенной области, в которой он достаточно силен (компетентен), затем выбор достойного соперника, приблизительно равного по силам (т.к. конкурировать со слишком слабым не интересно, а со слишком сильным – бесполезно). Такой подход позволяет получить от конкуренции максимальную пользу как отдельным ее участникам, так и обществу в целом.

2. *Неадаптивная конкуренция* – это стремление конкурировать со всеми подряд, причем, что называется, на ровном месте. При этом в качестве целей могут быть избраны совершенно любые, даже не относящиеся к области интересов и знаний индивида, а в качестве соперников – как слишком слабые, так и заведомо более сильные соперники.

Изучая биографии известных людей, можно найти массу примеров, демонстрирующих неадаптивную конкуренцию. Так, Билл Гейтс никогда не давал себе расслабиться, он соревновался всегда и во всем (даже в том, кто лучше устроит вечеринку). Примером всепоглощающего стремления к успеху, стремления к превосходству может служить случай, когда Билл Гейтс решил обогнать своего главного конкурента – компанию «IBM». Он позвонил матери и предупредил, что не будет навещать ее в течение шести месяцев, потому что будет работать по 24 часа в сутки ради того, чтобы превзойти конкурента.

Две стратегии ведения конкурентной борьбы:

1) *добросовестное ведение конкурентной борьбы* (например, производители или продавцы, стараются привлечь к себе внимание покупателей, выделиться среди

своих конкурентов, снижая цены на продукцию, проводя акции, распродажи, улучшая качество и дизайн товара и т.п.);

2) *недобросовестное ведение конкурентной борьбы* (например, во время спортивных соревнований участники принимали допинг).

Ярким примером добросовестной конкуренции является соревнование – это метод направления естественной потребности человека к соперничеству и приоритету на воспитание нужных человеку и обществу качеств. Как говорит Тагуи Семирджян, «честный игрок скорее проиграет в конкурентной борьбе, чем перед собственной совестью». Недобросовестная конкуренция, в свою очередь, является малоизученным феноменом в теории, но весьма часто применяемой в реальной жизни. Примеры недобросовестной конкуренции можно встретить достаточно часто. Отголоски недобросовестного ведения конкурентной борьбы встречаются даже в фольклоре разных стран мира, например, в русских пословицах, таких как: «Научил на свою голову»; «Пригреть змею на груди»; «Всяк мастер на выучку берет, да не всякий доучивает» или в китайской пословице «Разрушения от возвращенного тигра» и т.п.

Различают два объекта исследований конкурентологии:

1. *Конкурентоспособная личность* – человек, который преуспел в конкурентной борьбе благодаря совокупности личностных качеств, отличающих его от соперников. Ярким представителем данного вида является Стив Джобс, который сам неоднократно признавался, что его технические знания нередко уступают знанию тех специалистов, которые трудятся у него в компании. Однако за счет целеустремленности, любознательно-

сти, умения рисковать и налаживать коммуникацию с людьми ему удалось занять достойное место на мировом олимпе конкурентоспособных личностей.

2. Конкурентоспособный специалист. Например, к конкурентоспособному врачу записываются больше пациентов. Такой врач обладает не только определенным набором личностных качеств, но и профессиональными компетенциями. Совокупность личностных качеств и профессиональных знаний, умений, навыков делают специалиста более востребованным и успешным.

Два вида конкурентоспособности личности:
1) личностная (индивидуальная) конкурентоспособность; 2) корпоративная (групповая) конкурентоспособность.

Остановимся на описании видов конкурентоспособности личности более подробно.

Личностная (индивидуальная) конкурентоспособность

Такая конкурентоспособность хорошо подойдет при индивидуальной форме работы специалиста (педагог, бухгалтер, менеджер по продажам и т.д.), в процессе соперничества в конкурсах, индивидуальных видах спорта, в процессе поиска работы, прохождения собеседования, карьерного и профессионального роста и т.д.

В связи с таким узким пониманием данного термина возникает масса вопросов, например, можно ли считать конкурентоспособным того, кто:

- вырвался вперед на соревнованиях;
- устроился на престижную работу;
- внушает доверие;
- добился успехов в профессиональной деятельности или личной жизни;
- имеет популярность в какой-то социальной группе и т.д.?

Все эти высказывания, конечно, не в полной мере характеризуют конкурентоспособную личность. Если кто-то оказывается конкурентоспособным в одной сфере, вовсе не значит, что он окажется конкурентоспособным в другой области.

В истории есть масса примеров, подтверждающих данный тезис.

Альберт Эйнштейн – выдающийся физик не умел говорить до четырех лет и не умел читать до семи. Его родители и педагоги думали, что он умственно отсталый. Он был исключен из школы, и ему было отказано в поступлении в Цюрихский политехникум.

Авраам Линкольн много раз пытался открыть бизнес, но каждый раз становился банкротом. Линкольн проиграл в нескольких политических выборах. Но ни одна из неудач не смогла остановить его в попытках стать президентом США.

Уолт Дисней был уволен с работы в газете «Канзас Сити Стар», потому что, по мнению руководства, ему не хватало воображения и у него не было хороших идей. Его мультфильмы «Микки Маус» были отклонены на киностудиях с пометкой «слишком страшные персонажи». Перешагнув через неудачи, он построил «Уолт Дисней Кампани», которая на сегодняшний день получает доход, исчисляемый миллиардами долларов США. Даже существует версия, что Уолту Диснею отказали более 300 раз, прежде чем он получил финансирование для своей легендарной компании.

Майкл Джордан – один из самых известных в мире баскетболистов. С детства М. Джордан любил баскетбол, но понимал, что его не возьмут в команду из-за маленького роста (175 см). Действительно, легенду баскетбола не взяли даже в баскетбольную команду средней школы. Однако он не менял направления в дости-

жении поставленной цели, что позволило ему добиться больших успехов в выбранной сфере деятельности.

Проанализировав истории известных людей, добившихся успехов в определенных сферах деятельности, можно прийти к выводу о том, что, несмотря на кажущуюся, на первый взгляд, неопределенность, конкурентоспособная личность – это нечто реальное, но вместе с тем нечто ситуативное, т.е. конкурентоспособность личности в какой-либо сфере будет зависеть от ряда ситуаций. Но не каждый поймет и почувствует, как действовать в той или иной сложившейся ситуации, чтобы добиться успеха. Для этого необходимо обладать неким набором личностных качеств.

Для того чтобы стать конкурентоспособным, недостаточно выдержать конкуренцию при приеме на работу, либо открыть собственный бизнес. Это первая ступень. Для того чтобы стать конкурентоспособным, необходимо обладать определенными личностными качествами и стремиться к благотворному, высокоэффективному труду. А это уже, как правило, ведет к тому, что человека признают успешным и конкурентоспособным в своей сфере деятельности.

Например, в 1899 г. Генри Форд открыл автомобильную компанию «Детройд», которая почти сразу стала банкротом. В 1901 г. он зарегистрировал еще одну компанию «Генри Форд Компани», которая тоже обанкротилась. И лишь благодаря своему стремлению совершить революцию в автомобильной индустрии Генри Форду удалось зарегистрировать и наладить работу третьей компании «Форд Мотор Компани». Генри Форд ежедневно работал по 18 часов, благодаря чему смог воплотить свою мечту – сделать автомобиль не роскошью, а средством передвижения. Форд максимально сократил издержки на выпуск автомобилей, ему удалось органи-

зовать поточный способ производства, настроить и внедрить автоматический конвейер.

Однако не всегда возможно выдержать конкурентную борьбу только за счет собственных конкурентных преимуществ. Существует такое понятие, как *корпоративная (групповая) конкурентоспособность*.

Корпоративная (групповая) конкурентоспособность

Подкорпоративной (групповой) конкурентоспособностью принято понимать признание личностью приоритетности удовлетворения групповых или коллективных потребностей по сравнению с индивидуальными для более полного удовлетворения своих потребностей в будущем. В данном случае акцент сделан не на той конкурентоспособности, которая рождается в процессе соперничества, а на той, что рождается в процессе сотрудничества людей. Такая конкурентоспособность достигается за счет слаженной работы всех членов команды.

Такая конкурентоспособность хорошо подойдет при групповой форме работы (режиссер и его команда, маркетолог и его команда и т.д.), а также очень важна в командных видах спорта.

Примером человека, обладающего корпоративной конкурентоспособностью, является Стив Джобс. Он признавался, что никогда не занимался разработкой компьютерных программ и компьютерной техники, но ему удалось организовать команду единомышленников и встать во главе большой компьютерной корпорации. Стив Джобс никогда не был конкурентоспособным программистом, но обладал ярко выраженной корпоративной конкурентоспособностью, что и позволило ему добиться больших успехов, сформировав слаженную команду профессионалов своего дела.

На основе вышесказанного охарактеризуем более подробно личностную (индивидуальную) и корпоративную (групповую) конкурентоспособность (табл. 4).

Таблица 4

Характеристика видов конкурентоспособности личности

Вид конкурентоспособности	Характеристики
Личностная (индивидуальная)	Значимость индивидных характеристик (возраста, фемининности и т.д.), высокая конкурентоориентированность, высокий показатель доминантности, эгоцентризма, мотивации власти и достижения успеха, макиавеллизма, деловой успешности, эмоциональной устойчивости и уверенности в себе, низкие значения показателей кооперативной модели
Корпоративная (групповая)	Высокие значения кооперативности, мотивации, аффилиации, экстраверсии, лидерского потенциала, социального интеллекта, социоэмоциональной успешности, низкие показатели конкурентной модели

Для того чтобы лучше понять принципиальные сходства и различия личностной (индивидуальной) и корпоративной (групповой) конкурентоспособности, осуществим их сравнительную характеристику (табл. 5).

Таблица 5

Сравнение личностной (индивидуальной) и корпоративной (групповой) конкурентоспособности

Личностная (индивидуальная) конкурентоспособность	Корпоративная (групповая) конкурентоспособность
1	2
Преобладает позиция «я». «Я» и «коллектив» не одно и то же	«Я» и «коллектив» – одно и то же
Преобладают индивидуальные формы работы	Преобладают групповые формы работы
Комфортнее работать индивидуально	Комфортнее работать в группе
Затруднение в работе с коллективом	Предпочтение активного взаимодействия с коллективом
Личность предпочитает принимать решения, важные только для себя	Совместное решение поставленных задач
Отстаивает свои интересы / приоритетное удовлетворение личных интересов	Отстаивает интересы группы / приоритетное удовлетворение групповых потребностей
Нацеленность на результат	Нацеленность на процесс
Оценка окружающих происходит в соответствии с персональными взглядами, мнениями и убеждениями	Оценка окружающих происходит прежде всего потому, насколько человек сможет принять те нормы и правила, которые обязательны для всех участников групповой работы

Продолжение табл. 5

1	2
Неважно мнение коллектива. Человек считает, что коллеги не в состоянии оценить друг друга	Важно мнение коллектива. Человек считает, что члены коллектива адекватно оцениваются участниками группы
Ответственность за работу несет сама личность	Ответственность за работу несет руководитель и группа
Заинтересованность в автономности и независимости во время деятельности	Заинтересованность в работе над совместными проектами, а не в индивидуальной работе
Человек выполняет все виды работ самостоятельно	Работа распределяется среди участников группы
Нацелен на самообразование, самомотивацию, самоконтроль и т.д.	Нацелен на взаимообразование, взаимомотивацию, взаимоконтроль
Человек не считает нужным делиться своими идеями с коллективом	Предпочтение коллективной инициативы, дающей возможность каждому участнику группы вносить посильный вклад в деятельность группы
Нацелен на личные ценности	Нацелен на корпоративные ценности
Нет заинтересованности в совместной работе с коллективом. Мотивация только на личную производительность без учета интереса организации/группы	Заинтересованность в совместной работе с членами команды или коллектива

Продолжение табл. 5

1	2
Моральные устои нередко идут вразрез с корпоративной культурой компании. Личность может не принимать те нормы и правила, которые приняты в группе	Личность воспринимает и поддерживает корпоративный дух, культуру и этику поведения, принимает и активно соблюдает нормы и правила, которые обязательны для всех участников группы
Сравнивает свои настоящие результаты с предыдущими и результатами других людей	Сравнивает результаты группы с результатами других групп
В приоритете собственные потребности	В приоритете потребности группы
Приоритетность качеств отдельной личности	Приоритетность взаимоотношений в организации/группе
Специалист может преследовать личные интересы в ущерб интересам организации/группы	Личная заинтересованность рассматривается человеком в рамках интересов организации/группы
Стремление к максимизации собственного выигрыша	Стремление к максимизации общего выигрыша коллектива
Работнику легче подружиться с посторонними людьми, чем с членами своего коллектива	Работник старается поддерживать дружеские отношения с участниками группы. Склонен к поддержке и активному сотрудничеству с членами коллектива

Окончание табл. 5

1	2
Работник испытывает трудности в общении с коллегами	Работник заинтересован во взаимодействии с конкурентоспособными коллегами, ему интересно работать в коллективе лучших

Таким образом, представленный в табл. 5 сравнительный анализ показал принципиальные различия между личностной и корпоративной конкурентоспособностью. Следует добиваться гармоничного формирования двух ее видов, поскольку только путем их синергии возможно достигнуть наибольшей эффективности и результативности.

Специалистом с ярко выраженной сфорсированностью личностной конкурентоспособности «я» и «коллектив» воспринимаются как различные явления. Он предпочитает индивидуальную деятельность, испытывает затруднения в коллективной работе, отстаивает преимущественно личные интересы. Как правило, такой человек оценивает окружающих в соответствии со своими взглядами, мнениями и убеждениями; мнение коллектива не представляет для него ценности, так как он полагает, что коллеги не в состоянии должным образом оценить друг друга. Ориентированный на личную успешность сотрудник не считает нужным делиться своими идеями с коллективом, его моральные устои нередко идут вразрез с корпоративной культурой компании, так что подчас он способен преследовать личные интересы в ущерб интересам организации/группы. При этом индивид такого типа лично несет

всю ответственность за свою работу, заинтересован в автономности и независимости во время рабочего процесса, выполняет все виды деятельности самостоятельно, нацелен на самообразование, самомотивацию, самоконтроль и т.д.

Напротив, специалисту со сформированной корпоративной конкурентоспособностью комфортнее трудиться в группе. Он отстаивает групповые интересы, оценивает работу коллег с учетом того, насколько сам может принять установленные для всех сотрудников нормы и правила. Для такого человека важна оценка коллективом его собственной деятельности, он не заинтересован в индивидуальной работе, предпочитая участие в реализации совместных проектов, когда ответственность за выполнение задачи возлагается на руководителя и группу. Специалист данного типа воспринимает и поддерживает корпоративный дух, общепринятые культуру и этику поведения; как правило, определяет достижения группы, сравнивая их с результатами других групп; приоритетными считает потребности группы, нацелен на взаимообразование, взаимомотивацию, взаимоконтроль и др.

Таким образом, проведенный в табл. 5 анализ показал принципиальные различия между личностной (индивидуальной) и корпоративной (групповой) конкурентоспособностью специалиста. Человеку следует добиваться гармоничного формирования двух видов конкурентоспособности, поскольку только путем их синергии возможно достигнуть наибольшей эффективности и результативности.

Отдельно хотелось бы остановиться на описании такого подвида конкурентоспособности как *псевдоконкуренция*, поскольку она проявляется в разных сферах

деятельности (между людьми, предприятиями, товарами и т.п.).

Понятие «псевдоконкуренция» чаще всего рассматривается в маркетинговой деятельности как явление, которое противопоставляется реальной конкуренции. При этом термин «псевдоконкуренция», как правило, употребляется в негативном аспекте, т.к. зачастую сопровождается сговором между ключевыми игроками рынка. Более подробно об экономическом значении данного понятия будет описано в параграфе 2.3.

Если отойти от сугубо экономического понимания псевдоконкуренции, то в более широком смысле под данным термином понимают ситуацию, когда конкуренция носит мнимый характер, создается видимость конкурентной борьбы при отсутствии явных нарушений законодательства, правил или договоренностей между конкурентами.

Например, в интеллектуальном марафоне может быть заранее известен победитель, если предварительно ему сообщили правильные ответы на вопросы. При этом организация и проведение такого интеллектуального марафона может быть на высоком уровне, все участники, кроме одного, будут честно конкурировать друг с другом за право победы в интеллектуальном состязании.

На этом перечень видов и типов конкуренции и конкурентоспособности не заканчивается.

Так, например, *конкуренция в экономике* – это борьба субъектов за наилучшие результаты деятельности и условия существования. Конкуренция в данной среде очень распространена и имеет множество видов: конкурентоспособность товара, услуги, предприятия и т.п., чистая конкуренция, монополистическая конку-

ренция и т.п. Виды конкуренции в экономической сфере будут более подробно рассмотрены в параграфе 2.3. монографии.

Кроме экономической, существует и *биологическая конкуренция* – соревнование между особями одного или разных видов за средства существования и условия размножения. Такая конкуренция может быть внутривидовой, когда соперничают особи одного вида, и межвидовой, когда борются особи разных видов. Пример внутривидовой конкуренции – борьба особей за пищу (например, голубей за хлебные крошки). Пример межвидовой конкуренции – борьба серых и черных крыс, в результате которой серые крысы вытеснили с большей территории черных, т.к. лучше приспособлены к существованию. Виды конкуренции в живой природе будут рассмотрены в параграфе 2.4 настоящей монографии.

Однако можно смело утверждать, что конкурентоспособность товара исчерпывается с его реализацией, тогда как конкурентоспособность человека не завершается достижением целей. Человек и дальше может использовать ее как качество личности в процессе исполнения трудовых функций, карьерного роста, профессионального продвижения, так и в случае решения личных вопросов. Этот факт рождает новые понятия, такие как конкурентоспособность личности, конкурентоспособность специалиста, и ряд смежных терминов, которые будут рассмотрены нами в параграфах 2.6–2.8.

Распространение большого количества разнообразных видов и типов конкуренции и конкурентоспособности объясняет высокий интерес со стороны научного сообщества к избранной проблеме. Однако, не-

смотря на существование широкого круга перечисленных понятий, в большинстве случаев их содержание разработано недостаточно и их нельзя назвать строго определенными. В следующей главе монографического исследования попытаемся разобраться в этом вопросе более подробно.

1.6. Конкурентное взаимодействие, конкурентная динамика и конкурентные стратегии

*Догоняй тех, кто впереди,
и не жди тех, кто сзади.*

Аристотель

Базовые понятия: конкурентное взаимодействие, типы конкурентного взаимодействия, конкурентные удары, конкурентная динамика, конкурентные действия, конкурентные стратегии, стадии формирования конкурентных преимуществ.

Важнейшей особенностью рынка (рынок товаров и услуг, труда, научно-технических разработок и др.) является его конкурентный характер. Это значит, что на рынке каждый субъект выступает как конкурирующая сторона по отношению ко всем остальным участникам рынка. В процессе конкуренции встречаются различные типы взаимодействия сторон для достижения конкурентных результатов.

К типам взаимодействия относятся воздействие друг на друга, противодействие друг другу, содействие друг другу, а также взаимное бездействие. Типы взаимодействия могут быть представлены на изображении (рис. 1).

Воздействие друг на друга	Противодействие друг другу
Содействие друг другу	Взаимное бездействие

Рис. 1. Типы взаимодействия

Конкуренты прибегают к разным видам взаимодействий. Соперникам приходится нападать друг на друга, защищаться от конкурентов, находить с конкурентами общий язык и договариваться, а также осознанно избегать контакта с конкурентами.

Однако из представленных выше типов взаимодействия только два типа – воздействие друг на друга и противодействие друг другу – можно считать конкурентным взаимодействием. Рассмотрим их подробнее.

Воздействие на соперника/ов и противодействие ему/им происходит в условиях, когда в процессе конкурентного взаимодействия соперники действуют друг против друга. В этом случае участники конкуренции стремятся к достижению: 1) максимальной цели (необходимо обеспечить превосходство над соперниками: добиться их опережения, укрепить конкурентные преимущества и устойчивость в конкурентной среде;

2) минимальной цели (участникам конкуренции необходимо выдержать конкуренцию: не отстать от соперников и не растерять конкурентные преимущества, тем более не утратить конкурентной устойчивости).

Как правило, для достижения цели-максимум стороны стараются оказать воздействие на соперников, для достижения цели-минимум – оказать противодействие им. Воздействие применяется для обеспечения превосходства над соперниками, противодействие – для обеспечения защиты от соперников с целью выдержать конкуренцию.

Воздействие на соперников производится для усиления конкурентных позиций, укрепления конкурентного потенциала и превосходства в выполнении конкурентных действий. Как правило, воздействие производится посредством опережения соперников в процессе взаимодействия – ключевое значение приобретает тот, кто был первый. Но нередко наблюдается и встречное воздействие. Оно случается, когда участники конкуренции, хотя и были первыми, не намерены отказываться от начальных замыслов по обеспечению превосходства над соперниками.

Воздействие на конкурентов включает такие виды конкурентных действий, как инициативное нанесение конкурентных ударов и оказание конкурентного давления. Инициативное вхождение в конкуренцию позволяет начать оказывать давление первыми.

Конкурентные удары представляют собой единоразовые кратковременные действия соперников. Выполняя их, конкуренты стремятся в короткие сроки добиться превосходства над соперниками либо предотвратить их встречные действия, чтобы расстроить их планы. Например, такими ударами могут стать внезапное начало краткосрочной маркетинговой кампании или резкое снижение цен на товары.

С помощью конкурентных ударов соперники стараются ошеломить друг друга, застигнуть, сбить с толку, заставить резко менять планы и искать неожиданные решения, лишать их инициативы и подавлять их волю к победе.

Противодействие конкурентам имеет ответный характер. Оно проявляется посредством защиты участниками конкурентного взаимодействия собственного положения в конкурентной среде и обычно направлено на сдерживание соперников и вследствие этого на удержание за собой приемлемых конкурентных позиций, недопущение ослабления своего конкурентного потенциала в интересах соперников, сохранение и поддержание позитивной репутации и др. Вступая в противодействие, конкуренты стремятся удержать конкурентные преимущества и не допустить формирования либо усиления конкурентных недостатков.

Конкурентное взаимодействие нередко предполагает сочетание воздействия на соперников и противодействия им, а также воздействия на одних соперников и противодействия другим соперникам.

Конкурентные взаимодействия отличаются по интенсивности, качеству, технике – видам, методам, направлениям, характеру, а также стратегиям, тактикам и пр.

Различия конкурентных действий обусловлены особенностями целей и задач, возникающих в процессе исполнения субъектами конкурентной функции, а также особенностями самих субъектов конкуренции.

При этом конкурентное взаимодействие сторон может быть *двусторонним* (один на один) или *многосторонним*, когда субъектам конкуренции приходится одновременно взаимодействовать со всем окружением.

Взаимодействие субъектов с конкурентами может быть *непосредственным* или *опосредованным*.

Непосредственное конкурентное взаимодействие сторон наблюдается, когда конкурентные действия адресуются только конкретным соперникам, например, при распространении информационных сообщений, адресованных соперникам.

Опосредованное взаимодействие сторон конкуренции наблюдается, когда конкурентные действия адресуются не конкретным конкурентам, а другим субъектам конкурентного окружения, но косвенно влияют на отношения с конкретными конкурентами.

Таким образом, чтобы эффективно существовать в конкурентной среде и обеспечить конкурентное превосходство, субъекты конкуренции должны, во-первых, концентрировать усилия на оттачивании своих компетенций, во-вторых, искать партнеров для создания кооперативного объединения на базе специализированных компетенций – поиск конкурентной динамики.

Конкурентная динамика – это совокупность конкурентных ходов (competitive moves) и как последовательность «конкурентное действие – конкурентный ответ» (“competitive action – competitive response”).

Термин «конкурентная динамика» используется во многих аспектах, начиная от исследований конкуренции видов за выживание, заканчивая теоретико-игровыми моделями различных конкурирующих процессов.

Отличительными особенностями конкурентной динамики являются:

1. *Прогнозирование конкурентного поведения.* Субъекты конкуренции проводят анализ конкурентной позиции.

2. *Асимметричные конкурентные взаимоотношения.* Такая особенность предполагает наличие асимметрич-

ной информации о конкурентных действиях субъектов. Конкуренты не могут предполагать одинаковую реакцию всех участников конкуренции.

3. *Взаимосвязь разработки и реализации стратегии.* Конкурентная динамика охватывает разработку конкурентной стратегии, ее содержание и реализацию, учитывая внутренние и внешние проблемы, связанные со стратегией. При разработке такой стратегии необходимо учитывать возможные ответные действия конкурентов.

В параграфе 1.5 уже было сказано, что выделяют две обобщенные стратегии ведения конкурентной борьбы: добросовестное ведение конкурентной борьбы и недобросовестное ведение конкурентной борьбы. В данном параграфе будут представлены конкурентные стратегии, позволяющие добиться устойчивой и выгодной позиции, противостоять другим участникам конкурентной борьбы.

Конкурентная стратегия – это интегрированная модель действий, направленных на достижение целей конкурирующих/ей сторон/ы.

В научной сфере чаще всего можно услышать словосочетание «конкурентная стратегия предприятия», однако с точки зрения поведения людей или животных тоже можно рассматривать конкурентные стратегии, обобщенная характеристика которых будет представлена в настоящем параграфе.

Конкурентные стратегии влияют на принятие решений, используются для выбора направления деятельности участников конкуренции.

Перечислим и охарактеризуем основные **стратегии ведения конкурентной борьбы:**

1. Стратегия фокусирования

Цель этой стратегии – получение значительной доли в какой-либо узкой сфере деятельности, вместо

скромных результатов в чем-то глобальном. Эта стратегия позволяет конкурировать в узком сегменте деятельности, в котором, на отдельно взятый момент времени, присутствует незначительное количество субъектов конкуренции. Смысл этой стратегии хорошо отражают следующие поговорки: «маленькая рыбка лучше большого таракана», «не гонись за большим – маленькое потеряешь», «на малом не взыщите, большого не ищите», «с большого больше и спросится, от малого большое зарождается», «с малого начинай, достигнешь большого».

2. Стратегия инновации

Стратегия предполагает немедленное приобретение конкурентных преимуществ за освоение новой деятельности. Конкурентное преимущество всегда имеют первые представители в той или иной деятельности. Как говорится: «новому везде дорога», «над поисками нового трудись, а у других учись», «нового доброго знай не дичись, а чего не знаешь – учись».

3. Стратегия оперативного реагирования

Данная стратегия подразумевает реагирование на изменения внешней среды. Основной принцип – выбор деятельности, наиболее востребованной в настоящих условиях. Следующие поговорки как нельзя лучше характеризуют эту стратегию: «куй железо, пока горячо», «всему свое время», «дорога ложка к обеду», «когда дрова горят, тогда и кашу варят».

4. Стратегия открытого столкновения

Данная стратегия предполагает смелое ввязывание конкурирующих участников в открытое столкновение. Как гласит поговорка: «лучшая защита – это нападение». Такую стратегию, как правило, используют менее сильные участники конкурентной борьбы.

5. Стратегия последовательного захвата

Цель этой стратегии – поэтапное достижение конкурентных преимуществ, что позволит в итоге достичь масштабного эффекта. Как говорится: «дорогу осилит идущий».

6. Стратегия подражания конкурентам

Стратегия подразумевает копирование действий конкурентов. Как гласит народная мудрость: «легче подражается, чем создается», «маленькая собачка лает – большой подражает», «молодой петух поет так, как от старого слышал».

Стадии формирования конкурентных преимуществ

Стадии формирования конкурентных преимуществ как в экономической, так и в любой другой сфере деятельности совпадают: *на начальной стадии* успех в конкуренции зависит от исходных ресурсных преимуществ/факторов (ресурсы, таланты, способности, генетические особенности, богатые родители и т.п.).

На второй стадии становится важным дальнейшее использование имеющихся исходных ресурсов/факторов, а предпосылками являются уже сложившиеся возможности, такие как инфраструктура, образование, информационная база и т.д. Тем не менее успех на этой стадии зависит не от ресурсов, которые достались «по наследству», а инвестиций (времени, сил, саморазвития и т.п.), способных повысить конкурентные преимущества на основе более развитых факторов.

На третьей стадии (стадии инноваций) в конкурентном преимуществе главную роль играет не усовершенствование отдельных факторных условий, а усовершенствование и обновление технологии. Конкурентоспособность на данном этапе с инвестициями (сил, времени, денег и других ресурсов) в продвижение и развитие своих конкурентных преимуществ.

1.7. Принципы конкурентной деятельности

Победа над другими начинается с победы над собой.

С. Рамишвили

Базовые понятия: меритократия, меритократичность, принципы меритократичности.

Основным условием повышения научного уровня ведения конкурентной деятельности является изучение проявления и использования законов, закономерностей и принципов конкуренции.

Принципы – основное, исходное положение теории. От обоснованности структуры и содержания принципов зависит успех решения поставленной проблемы на рынке. Отметим, что здесь и далее понятие «рынок» будет рассматриваться в широком смысле. В качестве такового может быть рынок труда, товарный рынок, рынок услуг и прочее.

Выделяют два вида принципов:

1. Методологические;
2. Специфические.

Рассмотрим методологические и специфические принципы конкуренции, представленные в табличной форме (см. табл. 6).

Более подробно остановимся на описании принципа меритократичности.

Реализация принципа меритократичности в условиях конкуренции

Как говорил Роберт Мертон, «меритократичность выражается в том, что успех в любой сфере человеческих отношений, главным образом, зависит от качества чьей-либо работы».

Таблица 6

Принципы конкуренции

Принципы	Характеристика	
	1	2
	Методологические принципы	
Принцип научной обоснованности		Означает то, что в конкурентной деятельности необходим всесторонний учет требований законов организации, экономических законов развития общества. Научная обоснованность несомнима с прожектурством и игнорированием реальных условий и опыта развития конкурентной деятельности
Принцип системного подхода		Принцип системного подхода к конкурентной деятельности является определяющим после принципа научности. При таком подходе сначала изучается конкурентная деятельность глобальной системы и только потом изучаются те же компоненты конкурентной системы
Принцип адекватности		Принцип адекватности конкурентной деятельности объективным закономерностям развития рынка, который предусматривает процесс выявления и оценки устойчивости тенденций и взаимосвязей в развитии конкурентной деятельности
Принцип альтернативности		Специфические принципы
		Означает возможность развития конкурентной деятельности по разным направлениям

1	2
Принцип эволюционного развития	Конкурентная деятельность опирается на строгий учет определяющих ее факторов, которые делятся на интенсивные и экстенсивные
Принцип наличия предмета конкуренции	Конкуренция возможна при достаточной конкурентоспособности и высокой востребованности субъекта конкуренции
Принцип конкурентной среды	Формирование условий для образования и поддержания конкурентоспособной ситуации
Принцип многообразия субъектов конкуренции	Одновременное наличие на рынке многих конкурентов
Принцип востребованности	Указывает на то, что для образования конкурентной ситуации следует предварительно сформировать спрос на субъект конкуренции
Принцип законности используемых методов и приемов конкуренции	Исключает применение противозаконных и не принятых обществом видов конкуренции. Они не должны противоречить действующему законодательству, цивилизованным нормам участия в конкурентной борьбе
Принцип риска	Эффективной конкуренции без риска практически не бывает. Умение грамотно рисковать, управлять риском и извлекать необходимые выгоды – это неотъемлемая часть конкуренции
Принцип меритократичности	Принцип управления, согласно которому выигрывать конкурентную борьбу должен наиболее способный

Вторая половина XX – начало XXI в. характеризуются в России переходом от командно-административной к рыночной экономике, что привело к изобилию товаров и услуг, однако стало и причиной острейшей конкуренции как между предприятиями, так и между потенциальными специалистами в той или иной сфере человеческих отношений. Наступила эпоха, в которой предприятиям все меньше нужны сотрудники, умеющие хорошо работать, они ищут тех, кто не умеет работать плохо. В связи с чем любые успехи, в том числе и положение в профессиональной иерархии, достигаются теперь специалистами благодаря заслугам по универсальным, объективным критериям, а не по приписанным критериям возраста, расы или унаследованного богатства. В этом и заключается принцип *меритократичности*.

Под термином «меритократичность» принято понимать свойство системы организации труда, при которой доминирует ориентация на поощрение достижений и эффективности (каждому по способностям) [28].

Другими словами, меритократия (meritocracy) – форма общества, в которой успех в образовании и социальном положении является результатом способностей и индивидуальных усилий. То есть создание начальных условий для объективно одаренных и трудолюбивых людей, чтобы они в будущем имели шанс занять высокое общественное положение в условиях свободной конкуренции.

Термин «меритократия» был введен в 1958 г. английским социологом Митчелом (Майклом) Янгом. Именно благодаря роману-притче М. Янга «Возвышение меритократии: 1870–2033», стала знаменитой теория меритократии, в которой термин «меритократия» употребляется вначале для изучения процесса и выработки

рекомендаций по улучшению системы образования. Автор романа видел назначение меритократии в интеллектуализации общественной жизни, раскрытии естественных дарований личности.

Теория меритократии также фигурировала в работах фабианских социалистов, сделавших многое для включения его в качестве руководящего принципа законодательной поправки к Закону Великобритании об образовании, которой они добивались в 1944 г., и для последующей всесторонней реорганизации средней школы.

Благодаря принципу меритократии формируется новая движущая сила постиндустриального общества, представленная высокообразованными людьми, вовлеченными в разнообразные сферы деятельности. Они разделяют ценности научного менталитета, но ориентированы на конкретные результаты, полезность которых непосредственно ощущает общество. Они получают доходы не в результате эксплуатации чужого труда, а путем создания продукта, характеризующегося несомненной общественной полезностью и пользующегося спросом. Они распоряжаются ресурсом, не существующим нигде, кроме как в их собственном сознании.

Меритократия подчеркивает равенство скорее конкуренции, чем результата, устанавливая, что любые успехи достигаются благодаря собственным заслугам, а не по каким-либо приписанным критериям. Ни единому человеку – заслуженному, компетентному или соответствующего характера – не может быть отказано в конкурентной борьбе с себе подобными и возможности достичь соразмерного социального статуса как в образовании, социальной жизни, так и в будущей профессиональной деятельности.

Меритократическая модель со своим девизом «каждому по его заслугам» – механизм высоко соревновательный, но дает шанс наиболее достойным. Ее смысл заключается в опоре на талант, креативность и инициативность человека как на важнейший ресурс экономического и социального развития. Другими словами, человечеством должны управлять самые конкурентоспособные.

Для реализации принципа меритократии необходимо создание начальных условий для объективно одаренных и трудолюбивых личностей, чтобы они в будущем имели шанс занять высокое общественное положение в условиях свободной конкуренции.

И все же, не умаляя достоинств каждого из вышепредставленных принципов, мы считаем, что основным в конкурентологии можно считать следующий: принцип конкурентосинергизма – человек должен быть конкурентоспособным, а конкуренция – человеческой.

1.8. Конкурентная среда

Богатая среда обогащает, бедная обедняет, свободная освобождает, здоровая оздоравливает, ограниченная ограничивает и т.д.

Ю.С. Мануйлов

Базовые понятия: среда, конкурентная среда.

Л.В. Сухова справедливо утверждает, что невозможно научиться плавать без водной среды [198, с. 17]. В связи с этим можно смело утверждать, что невозможно научиться выдерживать конкурентную борьбу не погрузившись в конкурентную среду.

В общем виде под конкурентной средой можно понимать совокупность условий, которые обеспечивают развитие конкурентной активности субъектов, способствуют реализации их интересов и приводят к тому или иному результату.

Конкурентная среда имеет три основных компонента:

1) объекты конкуренции – то, за что ведется борьба (деньги, спрос, производственные факторы, власть, информация, вакантные места и др.);

2) субъекты конкуренции – участники конкурентной борьбы (люди, предприятия, регионы, отрасли, потребители и др.);

3) предмет конкуренции – носитель определенных свойств, которые представляют интерес для различных субъектов (товары, услуги и др.).

Все вышеописанные составляющие формируют конкурентную среду.

Исходя из вышесказанного, можно сформулировать еще одно общее определение понятию «конкурентная среда» – ситуация, включающая в себя участников (конкурентов), объект (трофей), правила конкуренции и пространство, в которых она возникает и протекает.

Кроме этого, различают макросреду и микросреду. При этом особенности конкурентной среды зависят от вида конкуренции на конкретном рынке.

Маркетологи неслучайно ввели понятие «конкурентные войны» в конкурентной среде, насколько конкуренция близка к военным действиям: существуют разведка, аналитика, проработка стратегии и тактики закрепления своих позиций. Можно говорить и об атакующих или оборонительных действиях конкурентов, о наблюдении за соперниками, а также и о диверсии.

Анализ конкурентной среды позволяет смоделировать цели и ориентиры соперников. При этом недостаточно просто следить за деятельностью конкурентов, необходим полноценный сравнительный анализ конкурентной среды. Составить максимально точный прогноз и анализ потенциальных действий конкурентов довольно проблематично. Анализ конкурентной среды может быть как максимально детальным, так и емким в контексте краткосрочных задач.

Отметим, используемая категория – «конкурентная среда», также как категории «конкуренция», «конкурентоспособность», заимствована из экономической науки, в связи с чем, в первую очередь, остановимся на ее характеристике с точки этой зрения.

Ученые-экономисты под конкурентной средой понимают некую совокупность определенных условий хозяйствования рыночных субъектов, способствующих возникновению конкуренции и оказывающих влияние на ее развитие.

Конкурентная маркетинговая среда – это спектр возможных конкурентов компании, ориентированных на одну и ту же целевую аудиторию, которой они пытаются продать товар или услугу.

Практически все представители бизнеса работают в условиях конкурентной среды, в которой аналогичные товары и услуги или альтернативные варианты предлагают множество других компаний. Только 5–10 % предпринимателей пытаются что-то делать в сферах, где пока нет никаких конкурентов, хотя, возможно, есть товары-заменители.

В конкурентной маркетинговой среде существуют прямые и альтернативные (косвенные) конкуренты, представляющие продукты-заменители и родственные услуги, удовлетворяющие ту же потребность.

Например, продавцы цветов наверняка понимают, что они конкурируют не только с другими «цветочниками», но и с теми, кто продает шоколад, конфеты, торты, пирожные, мягкие игрушки, сувениры и другие товары, которые традиционно приобретают, чтобы преподнести в качестве презента. Однако и это лишь часть конкурентной маркетинговой среды.

Конкурентная среда бизнеса представлена множеством компаний, товаров, желаний, которые соперничают друг с другом за деньги и время потребителей. При этом далеко не все компании сразу понимают, кто или что может представлять для них конкурентную угрозу.

Например, когда компания Coca-Cola впервые вышла на российский рынок и провела анализ конкурентной среды, то выяснилось, что самым серьезным конкурентом для нее является не PepsiCo или местная компания по выпуску безалкогольных напитков, а городской общественный транспорт (автобус, трамвай, метро). Дело в том, что российские потребители тогда не имели достаточного количества денег и для покупки Coca-Cola, и для того, чтобы добраться домой после работы на автобусе или в метро, им приходилось выбирать одно из двух – либо покупать напиток и идти домой пешком, либо отказываться от него и ехать на общественном транспорте.

Подобный пример показывает, насколько важно при анализе конкурентной среды учитывать не только потребность, которую удовлетворяет продукт или услуга, но и финансовые возможности целевой аудитории. Если потребители живут в рамках бюджета, то конкурировать между собой за то, на что они потратят нажитое непосильным трудом, могут практически все предприниматели.

Как говорил директор по маркетингу компании IKEA в России, «мы конкурируем не только с другими мебельными магазинами, но и с представителями самых разных сфер бизнеса, например, с туристическими агентствами, потому что средняя российская семья не обладает средствами и решает, что лучше: купить кухню или поехать в отпуск».

Любопытно, что конкуренция в бизнесе может быть не только источником проблем, но и средством приобретения дополнительных преимуществ. Намеренно соперничая с определенной компанией или ее продуктом, можно увеличить узнаваемость бренда и подчеркнуть особенности продукта. Это актуально для представителей малого бизнеса и тех, кто пытается конкурировать с транснациональными корпорациями.

Подобная тактика противопоставления «нужным» конкурентам помогла новгородской компании «Дека», выпускающей квас под маркой «Никола», к 2017 г. занять 35 % российского рынка кваса. Эта компания намеренно начала атаку не на другие квасные марки, а на бренды Coca-Cola и Pepsi с помощью рекламных кампаний «Квас – не кола, пей Николу», «Нет коланизации, квас – здоровье нации». В результате покупатели стали невольно сравнивать этот бренд не с другими марками кваса, а с колой. Вряд ли компания «Дека» сумела бы добиться такого успеха, если бы она выбрала в качестве конкурентов не Coca-Cola и Pepsi, а другие марки кваса.

Острая конкуренция – это стресс, а в стрессовых ситуациях люди либо борются, либо избегают опасности. Поэтому для одних компаний конкуренция – это борьба, и на каждый выпад конкурентов они непременно «дадут отпор». Более «интровертные» компании, как и люди, будут избегать прямого столкновения, но при этом постараются изменить что-то в деятельно-

сти, так как для них конкуренция – это повод для развития и самосовершенствования. Хотя в процессе этого развития они могут прийти до такого уровня, когда тоже начнут противодействовать.

Таким образом, с точки зрения современных экономистов, развитие конкуренции на основе создания благоприятной конкурентной среды отражает состояние конкурентоспособности. Однако если экономистами-теоретиками достаточно глубоко изучены и систематизированы такие понятия, как «конкуренция», «конкурентоспособность», «конкурентная среда», то в педагогической теории и практике данные понятия не нашли своего отражения.

И это не смотря на то, что среда имеет одно из ключевых значений в процессе становления личности.

Отечественные и зарубежные ученые подчеркивают важность среды как в вопросах воспитания, так и развития личности. Именно поэтому для становления личности необходимы не только природные задатки, но и благоприятные условия среды.

Переводя все вышесказанное на язык конкурентологии, можно сказать, что конкурентная среда обеспечивает развитие конкурентной активности между людьми, что способствует становлению конкурентоспособной личности.

Таким образом, конкурентная среда может стать мощным катализатором не только для развития бизнеса, но и при формировании конкурентоспособности личности. Адаптируя данный тезис относительно педагогической науки, можно сказать, что создание конкурентной среды в процессе образовательной деятельности (конкурентной образовательной среды) обеспечивает развитие конкурентной активности между субъектами образования (обучающимися), что и бу-

дет способствовать формированию и реализации их конкурентоспособности.

При этом конкурентную образовательную среду можно рассматривать в узком значении, понимая как среду, в которой взаимодействуют субъекты учебного процесса, одновременно осуществляя соперничество друг с другом. Таким образом констатируется наличие специфики образовательной среды, но не отражается ее предназначение. Шире функция конкурентной образовательной среды проявляется в эффективном взаимодействии между субъектами образовательного процесса, что в максимальной степени способствует формированию конкурентоспособности подрастающего поколения.

Однако отметим, что сама по себе конкурентная среда не приводит к эффективности взаимодействия субъектов образовательной среды, она лишь может создавать предпосылки для данных процессов. А для этого необходимы условия, позволяющие обучающимся, во-первых, постичь порядок, образцы поведения в процессе соперничества, т.е. правила введения в процесс конкурентной борьбы с соблюдением правовых и нравственных норм, во-вторых, сформировать качества конкурентоспособности.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день наибольшее распространение получили исследования, посвященные анализу конкурентной маркетинговой среды и конкурентной образовательной среды. Однако не исключено, что теоретические вопросы конкурентной среды будут активно изучаться учеными разных областей наук, что позволит найти практическое применение знаний для повышения эффективности конкурентной деятельности в различных областях.

1.9. Позитивное и негативное проявление конкуренции

Пока вы бежите, конкуренты покусывают вас сзади, но, если вы остановитесь, они вас сожрут.

Неизвестный автор

Базовые понятия: агонистика, конкурентная борьба, гуманизация конкуренции.

Конкуренция – это борьба за «место под солнцем». В живой природе есть масса ярких примеров, демонстрирующих вышепредставленный тезис, например, соперничество деревьев за солнечный свет, когда какое-то дерево «вырывается вперед» в росте, его крона начинает заслонять другие, более слабые, растения от солнечного света, и они постепенно засыхают. Когда высаживают на поляне сотню елок, то приживаются всего два-три дерева, наиболее сильных из всех.

В отношении других субъектов конкуренции (будь то предприятия, люди и т.п.) происходит примерно то же самое. Однако нередко так бывает, что в погоне за успехом субъекты конкуренции ведут себя нечестно и создают другим участникам конкуренции препятствия, либо объединяются с другими участниками конкурентной борьбы против остальных. От таких действий страдают не только сами конкуренты, но и многие из их окружения. Отношения, складывающиеся в процессе конкуренции, могут носить как позитивный, так и негативный характер.

При изучении позитивного и негативного проявления конкуренции важно в комплексе рассматривать производственно-экономическую, социально-политическую и духовно-нравственную сферы, что будет сделано далее.

В подтверждение этого В.И. Ленин писал, что соревнование может проявляться в его зверских и человеческих формах [97]. В период советской власти утверждалось, что конкуренция в чистом виде – зло. В связи с этим, термин «конкуренция» и «конкурентоспособность» долгое время тоже не вызывали у российских граждан позитивных ассоциаций.

Однако, несмотря на сложившиеся социальные стереотипы, напомним, что наряду с деструктивной конкуренцией – разрушающей – различают еще конструктивную – созидательную конкуренцию, которая ведет к созданию нового, усовершенствованию существующего. Кроме этого существует две стратегии ведения конкурентной борьбы: добросовестное и недобросовестное ведение конкурентной борьбы. В параграфе 1.5 более подробно представлены вышеперечисленные виды конкуренции и конкурентоспособности, приведены примеры из разных областей знаний.

Соответственно, конкуренция может иметь позитивное и негативное влияние на субъекта конкуренции, т.е. понятие «конкуренция» носит амбивалентный (двойственный) характер, имеет как положительные значения, так и отрицательные. Кроме этого, понятие «конкуренция» включает в себя большой диапазон коннотаций: от соревнования до противодействия.

С другой стороны, конкуренция, какой бы она ни была, и развитие личности – взаимосвязанные процессы, взаимообуславливающие друг друга [112], по той простой причине, что человек – существо социальное. Человек становится личностью благодаря тому, что живет в обществе и во взаимодействии с другими людьми развивает те возможности, которые заложены в его биологической природе. На протяжении всей своей жизни у человека возникает масса стимулов, побужда-

ющих его к конкурентной борьбе. Это подтверждается тем, что еще в раннем возрасте дети конкурируют за внимание родителей, воспитателя, за лучшие игрушки в детском саду и за многое другое. У взрослого человека появляется потребность конкурировать с людьми за вакантное место при поиске работы, за более высокую заработную плату, в процессе поиска своего избранника или избранницы и т.д. Данный факт подробно описан в параграфе 2.6 данного исследования.

Действительно, человеческой деятельности изначально присуще стремление к конкуренции и соперничеству, в противном случае не возникало бы потребности проявлять свои таланты, а возможности не смогли бы реализоваться, человек не смог бы стать личностью. Поэтому следует сделать вывод, что становление личности без состязательности просто невысказано.

«Правильное» использование принципов конкуренции (параграф 1.7) позволяет раскрыть способности субъекта конкуренции, проявить инициативность, дает возможность по-новому взглянуть на ситуацию конкурентной борьбы, что крайне необходимо личности в условиях современного конкурентного мира.

«Соперничество – пища для гениев», – писал Вольтер. Г.К. Каспаров, говоря об игре в шахматы, отмечал: «В шахматах в одиночку не создают шедевров. Нужен соперник высшего уровня».

Особенно важно позитивное соперничество, потому что успехи другого при правильной их трактовке «подстегивают» и заставляют двигаться дальше. Так, например, в спорте всегда есть спарринг-партнер – специально подобранный соперник для тренировочных состязаний. Как правило, в спарринг-партнеры берут самых сильных. Спортсмен должен видеть, что кто-то рядом лучше/сильнее, это позволит стремиться к лучшему результату. Без

следования данному принципу в конкуренции обучающийся не видит четкой цели, и наоборот, когда у человека есть пример, то он будет более эффективно двигаться к достижению поставленной цели [30].

На личностном уровне соревнование с другими, будь то в спорте, в бизнесе или в образовательной деятельности, дает возможность развить и углубить свои способности, перенять лучшие стратегии у других. Кроме того, конкуренция позволяет выявлять те стороны, которые нуждаются в дальнейшем улучшении. Конкуренция позволяет приобрести опыт и знания, участвуя в соревнованиях или наблюдая за тем, как соревнуются.

Важно помнить, что плодотворное соревнование с другими может служить мерилем деятельности человека, но не человеческой ценности. Формируя конкурентную среду, необходимо прислушаться к словам американского писателя, философа и публициста Ричарда Баха, который говорил: «Важно не то, проигрываем ли мы в игре, важно, как мы проигрываем и как мы благодаря этому изменимся, что нового вынесем для себя, как сможем применить это в других играх. Странным образом поражение оборачивается победой» [168].

Все сказанное подтверждает, что конкуренция служит выполнению ряда позитивных функций: оно позволяет сравнивать и оценивать способности субъектов соревнования, стимулировать их активность, совершенствовать свои способности и т.д.

Однако существует и отрицательное влияние конкуренции: соревнование, соперничество может породить конфликты, стрессы, и формировать отрицательные установки у участников конкуренции.

В разнообразных формах состязание, борьба, соперничество нередко приводят к унижению достоин-

ства личности, наносят вред здоровью и даже заканчиваются трагически для одной или всех соперничающих сторон (наиболее ярким примером такого соперничества является война). Об этом писал и К.Д. Ушинский: «Ни от чего так не развиваются самые дурные стороны души человеческой – зависть, злорадство и, наконец, злоба, как от неосторожного возбуждения чувства соревнования» [208]. Не менее широко известны слова английского писателя, историка и публициста Джона Рескина: «Помните, что ничего нельзя делать прекрасного из соперничества, ничего благородного из гордости» [200].

Ниже более подробно перечислим позитивное и негативное влияние конкуренции на развитие личности (см. табл. 7).

Конкуренция присутствует на любом этапе исторического развития общества и является социальной закономерностью. Например, принцип агонистики продемонстрировал еще достижения древнегреческой культуры, в которой конкурентная среда, дух соперничества в сфере атлетики, распространившись на область духовного творчества, постепенно стал пронизывать все стороны жизни Древней Греции, в том числе систему воспитания подрастающего поколения.

Нидерландский историк культуры Йохан Хейзинга в своей книге “Homo Ludens” («Человек играющий») писал по этому поводу так: «В эллинском обществе уже на ранней ступени агонистика заняла столь широкое место и обрела столь серьезный статус, что дух уже более не сознавал ее игрового характера». Состязание во всех его видах и во всех случаях стало для греков одним из элементов культуры, его расценивали как «обычный» и полноценный элемент жизни [222].

Таблица 7

Влияние конкуренции на развитие личности

Позитивное	Негативное
<p>1) Способствует приобретению опыта;</p> <p>2) повышает организованность и дисциплину;</p> <p>3) способствует увеличению производительности труда;</p> <p>4) помогает большему проявлению инициативы;</p> <p>5) повышает эффективность и качество работ;</p> <p>6) дает возможность удовлетворить объективную потребность человека – потребность его самоуверждения в обществе;</p> <p>7) происходит естественный отбор, благодаря чему отбираются лучшие из лучших;</p> <p>8) проявляются личные и профессиональные качества;</p> <p>9) происходит развитие талантов и способностей человека;</p> <p>10) личность мотивируется на саморазвитие;</p> <p>11) происходит личный и профессиональный рост человека;</p> <p>12) проявляется инициатива;</p> <p>13) развивается самоанализ;</p> <p>14) возникает стремление к совершенствованию своих способностей;</p> <p>15) позволяет перенять лучшие стратегии;</p> <p>16) выделяет те стороны, которые нуждаются в дальнейшем улучшении;</p>	<p>2</p> <p>1) Порождает конфликты и стрессы;</p> <p>2) возможно формирование отрицательных установок у участников;</p> <p>3) унижение достоинства личности и нанесение вреда здоровью человека;</p> <p>4) развитие эгоистичного самоуверждения;</p> <p>5) порождение зависти от успеха других людей;</p> <p>6) возникновение злобности и злобы</p>

1	2
<p>17) способствует самоутверждению личности, основанному на непрерывном самосовершенствовании, проявлению воли к достижению поставленной цели;</p> <p>18) помогает реализовать потребность личности в самоутверждении;</p> <p>19) влияет на процесс формирования не только всесторонне, но и гармонично развитой личности;</p> <p>20) создает предпосылки для создания сплоченного коллектива;</p> <p>21) способствует идейному и нравственному росту личности;</p> <p>22) укрепляет чувство долга перед коллективом, формирует ответственное отношение к его работам;</p> <p>23) дает возможность развить и углубить свои способности, перенять лучшие стратегии у других;</p> <p>24) выявляет те стороны, которые нуждаются в дальнейшем улучшении;</p> <p>25) позволяет приобрести опыт и знания;</p> <p>26) формирует такие качества, как высокая идейность, трудолюбие, организованность, духовное богатство, моральная чистота, вместе с тем в процессе соревнования происходит развитие художественно-творческих, спортивных, нравственных и других способностей человека;</p> <p>27) запускает процесс поиска решений для положительных изменений</p>	

В.И. Ленин писал о необходимости конкуренции «для неуклонного повышения организованности, дисциплины, производительности труда, для перехода к высшей технике, для экономии труда и продуктов, для постепенного сокращения рабочего дня» [97].

Соревнование в обществе выполняло и выполняет роль ускорителя движения вперед, оно возбуждает жизненную энергию и дееспособность [112].

По самой сути соревнование основано на высокой сознательности и инициативе людей. Именно эта инициатива помогает вскрывать и приводить в действие резервы производства, повышать эффективность и качество работы [97].

Классики марксизма-ленинизма неоднократно отмечали общесоциологический характер соревнования. В.И. Ленин, например, писал о «соревновании как таковом», или «соревновании вообще» [97]. Наиболее существенными чертами «соревнования вообще» является состязательность, соперничество людей в процессе их совместной деятельности, в результате которой и рождается увеличение жизненной энергии и индивидуальной дееспособности. В обществе соревнование неизбежно выступает в форме конкуренции [112].

К. Маркс в своих трудах акцентировал внимание на социально-психологической стороне соревнования, непосредственно подчеркивая ее влияние на развитие личности. К. Маркс и Ф. Энгельс показали, что в основе всякого соревнования лежат потребности и интересы отдельного человека или группы людей. Интерес включает человека в материальное производство, побуждает его наиболее полно реализовать свои возможности в предметах или результатах осуществляемой работы. При этом в условиях кооперирования труда, объективно складывается такая ситуация, когда каж-

дый сравнивает себя с другими по уровню профессионального мастерства, по степени удовлетворения своих потребностей, по значимости тех оценок, которые о них складываются. В итоге сравнение способствует самоутверждению личности [112].

Развитие человеческой деятельности и рождаемого в ней процесса соревнования обусловлены системой отношений, основными составными элементами которой являются отношения человека к своей работе как к способу самовыражения и отношения между людьми по поводу успехов в труде [223]. Первая группа отношений определяет степень творчества в труде, стремление человека выразить себя в результатах осуществляемой работы, расширить свои умения и знания. Сюда же включается и обмен опытом, человеческими «сущностными силами», рационализация совместной деятельности. Именно эта группа общественных отношений делает соревнование общесоциалистическим явлением. Вторая группа отношений отражает связи между участниками соревнования, позволяет сравнивать свои трудовые успехи с успехами других людей, выделять себя из общности людей, осознавать значимость своей деятельности. Эта группа отношений обуславливает положительную социальную природу соревнования. Ко всему прочему соревнование способствует развитию критики и самокритики человека. Реализуя в соревновании свою сущность, человек тем самым удовлетворяет органическую потребность выразить себя в плодах труда и соотнести, сравнить их с успехами других людей, что объективно и рождает состязательность [112].

Представители ЦК КПСС отмечали, что «соревнование призвано сыграть качественно новую роль в раз-

витии государства и в воспитании трудящихся». Также считалось, что соревнование оказывает глубокое воздействие на нравственную атмосферу [84].

Социалистическое соревнование – объективное, закономерное явление функционирования социалистического общества. Формируя творческое, новаторское отношение к трудовой деятельности, оно выполняет роль ускорителя научно-технического, экономического, социально-политического и нравственного прогресса, оказывает огромное воспитательное воздействие. Соревнование выполняет производственно-экономическую, социально-политическую и воспитательную функции, при этом формируются такие качества, как высокая идейность, трудолюбие, организованность, духовное богатство, моральная чистота. Вместе с тем в процессе соревнования происходит развитие художественно-творческих, спортивных, нравственных и других способностей человека. Смысл соревнования заключается в том, что при равенстве условий оно позволяет выявить способности, побуждения к наиболее эффективному и качественному труду. Именно соревнование дает возможность удовлетворить объективную потребность человека – потребность его самоутверждения в обществе. Соревнование – могучее средство, при помощи которого происходит как дальнейшее формирование потребностей, так и их удовлетворение. Соревнование активно способствует самоотверженному самоутверждению личности, основанному на непрерывном самосовершенствовании, проявлению воли к достижению поставленной цели. Оно в то же время выступает препятствием на пути эгоистического самоутверждения. К тому же соревнование способствует реализации потребности личности

в самоутверждении. Социалистическое соревнование прямо и непосредственно влияет на процесс формирования не только всесторонне, но и гармонично развитой личности – личности, которая характеризуется целостностью своих взглядов, убеждений, поступков и действий, у которой нет разрыва между словом и делом, разумом и чувствами, теорией и практикой, между самосовершенствованием и самореализацией [112].

Соревнование создает предпосылки для формирования сплоченного коллектива. ЦК КПСС в постановлении «О дальнейшем улучшении организации социалистического соревнования» указывает, что оно является могучим средством воспитания коллективизма, обеспечением атмосферы товарищества и взаимной требовательности [84], т.е. создает такие условия, которые наиболее активно способствуют идейному и нравственному росту личности, ее самоутверждению.

Особую роль в этом отношении играют ленинские принципы организации соревнования. Каковы бы ни были направленность и формы соревнования, при его правильной организации в людях неизменно укрепляется чувство долга перед коллективом, формируется ответственное отношение к его заботам, стремление своим трудом способствовать прогрессивному развитию общества/группы людей [112].

Конкуренция в бизнесе тоже позитивное явление. Без нее у потребителей не было бы такого обширного выбора и цены на многие виды продукции наверняка были бы выше. Конкуренция держит компании в «боевой» форме, улучшает качество продукции и вытесняет с рынка недобросовестных игроков.

Конкуренция держит компании в «боевой» форме, улучшает качество продукции и вытесняет с рынка

недобросовестных игроков. Другое дело, что великим предпринимателям следует стремиться не к конкуренции, а к тем направлениям, где пока никого нет и где можно создать новую товарную категорию. Но это тема для отдельной статьи.

Таким образом, в широком значении конкуренция может стать необходимой составляющей прогресса, модернизации и ускорения социального и экономического развития общества. Грамотно организованная конкуренция оказывает огромное влияние на формирование личности и государства.

Анализ роли конкуренции показывает, что она является важным средством формирования активной жизненной позиции личности, располагая большими возможностями для мобилизации сил человека. Использование конкуренции в деле повышения эффективности и качества деятельности во всех сферах жизни человека положительно влияет на развитие государства.

Участник соревнования должен знать, на достижение каких целей следует направить свою энергию, какие качества необходимо формировать соревнующемуся. Однако человеку нужно располагать и более конкретной информацией: каковы его успехи за прошедший период, каковы достижения его конкурентов и др.

Как было определено ранее, конкуренция охватывает все стороны общественной жизни, все элементы процесса труда и жизнедеятельности человека. В этой связи у конкуренции есть неоспоримая позитивная сторона. Конкурентное взаимодействие – одна из ведущих причин существенных изменений в любой сфере жизнедеятельности человека, именно она является мощным двигателем в сфере бизнеса, политики, профессио-

нальных достижений человека. Благодаря конкуренции рынок насыщен поисками, новыми изобретениями, идеями и методами реализации этих идей. Только на основе конкурентной среды общество может достичь высокого уровня экономического, социотехнического и культурного развития. Без здоровой конкуренции современный рынок немислим. Она приводит к тому, что отдельные люди оказываются более способными, им удается достичь высоких личностных и профессиональных результатов, и их вклад в социально-экономические отношения оказывается большим.

Можно сделать вывод о том, что в современных рыночных условиях конкуренция – объективная реальность, а формирование конкурентоспособности – насущная необходимость. Однако возникла очень серьезная социальная проблема гуманизации конкуренции, т.е. создания таких условий соревнования, которые позволяют объективно сравнивать способности его участников, оценивать сопоставляемые способности, не унижать достоинство личности соперников, не наносить вреда их здоровью и по возможности избегать негативных последствий от конкуренции [30].

Данная потребность вызвана тем, что обществу и государству нужна не вообще конкуренция, конкуренция, которая достигается цивилизованными методами и средствами [10]. Как говорят спортсмены, важна не только победа, но и честная спортивная борьба и конкуренция, которая приводит к победе.

Таким образом, соревнование активно воздействует на совершенствование экономических и общественных отношений, а также, при правильной ее организации, положительно сказывается на всестороннем развитии личности.

Выводы по главе 1

Существенной особенностью конкурентологии как науки является ее комплексный характер, поскольку конкуренция находит свое отражение во всех сферах жизни общества и государства.

Конкуренцию можно назвать движущим фактором эволюции. Конкуренция стимулирует инновации, управляет мировыми рынками, влияет на поведение людей, животных и существование растений... В современных рыночных условиях, конкуренция – объективная реальность, а формирование конкурентоспособности – насущная необходимость. Главное преимущество конкуренции – конкуренция высвобождает скрытые резервы и помогает прилагать больше усилий для достижения поставленной цели.

Становление понятия «конкуренция» как смысловой категории включает в себя три этапа: 1-й этап – VIII–XIX вв. – зарождение понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность», использование данных терминов в обиходной речи с экономической точки зрения; 2-й этап – XX в. – термины «конкуренция» и «конкурентоспособность» вошли в число научных понятий, что позволило данным понятиям найти свою популярность в разных странах, в том числе и в нашей стране, а также в разных областях наук: политологии, психологии, педагогике и др.; 3-й этап – XXI в. – термины «конкуренция» и «конкурентоспособность» начали рассматриваться как самостоятельные понятия. Появилось отдельное научное направление «конкурентология» – наука о конкуренции, конкурентах и конкурентоспособности.

Конкурентология – это наука о конкуренции, конкурентах и конкурентоспособности. Под конкурентоло-

гией можно понимать науку о закономерностях конкурентной деятельности. Открытие конкурентологии как научного направления принадлежит российскому ученому – доктору педагогических наук, профессору, академику Российской академии образования (РАО) Валентину Ивановичу Андрееву.

Объектом исследования в области конкурентологии является процесс и результат становления конкурентоспособности в условиях конкурентной деятельности, осуществляемой в контексте любой другой (предпринимательской, спортивной, образовательной, научной, профессиональной и т.д.), в которой происходит борьба за ее качество и лидерство в этом виде деятельности.

Предметом исследования в области конкурентологии являются закономерности, условия, принципы, методы и правила конкурентной деятельности.

Цель конкурентологии как науки заключается в том, чтобы выявить и систематизировать междисциплинарные научные знания о конкуренции и конкурентоспособности, установить закономерности конкурентной деятельности, обосновать и сформулировать базовые законы, закономерности, условия, принципы, методы и правила конкурентоспособной деятельности.

Назначение конкурентологии как науки в следующем: 1) описывает специфику конкурентной деятельности; 2) объясняет и устанавливает с учетом достижений смежных наук (философии, экономики, психологии, педагогики, биологии, юриспруденции и др.) закономерности конкурентной деятельности; 3) будучи прикладной наукой, разрабатывает принципы, правила, обеспечивающие эффективность конкурентной деятельности; 4) конкурентология, обладая определенными прогностическими функциями, позволяет

выявить определенные тенденции своего дальнейшего развития.

Как каждая наука, конкурентология имеет свои базовые и ключевые понятия. Для конкурентологии такими являются такие понятия, как «конкуренция», «конкурентоспособность», «конкурентная среда», «конкурентоспособная деятельность», «конкурентная борьба» и др. Так, в самом общем виде конкуренция (от лат. *concurrentia* столкновение, сбегание) – это соперничество нескольких субъектов в достижении схожей цели. Конкурентная среда – это ситуация, которая включает в себя участников (конкурентов), объект (трофей), правила конкуренции и среду, в которой она возникает и протекает. Конкуренты – субъекты, участвующие в конкуренции и совершающие соревновательные действия. Конкурентоспособность – способность определенного объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях.

Признаки конкуренции: 1) наличие двух и более конкурентов. Участники конкуренции при этом могут конкурировать на макро-, мезо- и микроуровне; 2) действия и взаимодействия конкурентов организованы с целью обладания каким-либо ресурсом, который желаем всеми участниками конкуренции; 3) объем ресурса ограничен; 4) обладание данным ресурсом возможно при определенных усилиях со стороны участников конкуренции, включенных в действие и взаимодействие.

Законы конкурентной деятельности: 1. Закон успешности и эффективности конкурентной деятельности в условиях глубокого осознания ее значимости. Суть этого закона заключается в том, что эффективность любой, в том числе конкурентной деятельности тем выше, чем глубже осознается ее значимость.

2. Закон выявления приоритетов в конкурентной деятельности и конкурентной борьбе. Успеха в конкурентной борьбе добивается тот, кто эффективно выявляет и оптимально расставляет приоритеты и осуществляет свою конкурентную борьбу с их учетом. 3. Закон самоактуализации и самоусложнения задач. Развитие участников конкурентной деятельности осуществляется более эффективно, если участники конкуренции актуализируют и решают все более сложные задачи, приводящие к достижению цели. 4. Закон оправданного риска. Суть этого закона известна всем: кто не рискует, тот не выигрывает. 5. Закон отсроченной победы. Если противника в данном месте и в данное время победить не удастся, то необходимо максимально сохранить свои силы и способности для отсроченной победы.

Понятие «конкуренция» имеет большой диапазон коннотаций: от соревнования до противодействия. Понятие носит амбивалентный характер, имеет как положительные значения, так и отрицательные. Кроме этого, конкуренция – междисциплинарное понятие, оно используется в разных научных областях.

В современной науке понятие «конкуренция» рассматривается в нескольких аспектах, преимущественно в экономическом, биологическом, социальном и психологическом. В рамках экономического аспекта конкуренция – это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства; с точки зрения биологического аспекта конкуренция является борьбой за выживание, пищу, ресурсы. В социальном аспекте конкуренция – борьба за положение в обществе, взаимодействия людей для достижения индивидуальных или групповых целей. В психологическом аспекте конкуренция – мотиваци-

онная система личности, духовный мир личности, поведенческие особенности и др.

Выделяют большое многообразие видов и типов конкуренции и конкурентоспособности.

Различают следующие виды проявления конкуренции: наблюдение за тем, как конкурируют другие, конкуренция с самим собой, конкуренция с другими. По типам конкуренцию подразделяют на конструктивную и деструктивную. Выделяют также такие виды конкуренции, как адаптивная и неадаптивная. Стратегии ведения конкурентной борьбы тоже неоднозначны: добросовестное ведение конкурентной борьбы, недобросовестное ведение конкурентной борьбы. Объекты исследований конкурентологии: конкурентоспособная личность, конкурентоспособный специалист; виды конкурентоспособности личности – личностная (индивидуальная), корпоративная (групповая) и др.

Конкуренция охватывает все стороны общественной жизни, все элементы процесса труда и жизнедеятельности человека. Она является важным средством формирования активной жизненной позиции личности, располагая большими возможностями для мобилизации сил человека. Использование конкуренции в деле повышения эффективности и качества деятельности во всех сферах жизнедеятельности человека положительно влияет на развитие государства.

В следующей главе будет продемонстрирована связь конкурентологии с другими областями научных знаний: философией, математикой, биологией, психологией, юриспруденцией и др.

ГЛАВА 2. СВЯЗ КОНКУРЕНТОЛОГИИ С ДРУГИМИ ОБЛАСТЯМИ НАУЧНЫХ ЗНАНИЙ



2.1. Конкурентология и философия. Конкуренция в законах диалектики

Чем больше конкурентов, тем выше пьедестал.

В. Борисов

Базовые понятия: агон, тимос, законы диалектики, закон единства и борьбы противоположностей, закон перехода количественных изменений в качественные, закон отрицания отрицания.

Уже неоднократно отмечалось, что понятие «конкуренция» принято относить к экономическим категориям. Однако, анализируя труды философов, можно сделать вывод о том, что издревле вопросам соперничества/состояния уделялось большое внимание. Философия как царица гуманитарных наук – наука о познании и мышлении – заложила фундамент изучения данной проблемы. На сегодняшний день конкуренция – неизбежная реальность социальной жизни (причем в различных областях деятельности, а не только и не столько в экономике), поэтому понимание ее сути с точки зрения философии способствует актуализации того позитивного, здорового соревновательного потенциала, который содержится в конкуренции.

Философское рассмотрение понятия «конкуренция» предполагает обращение к работам великих мыслителей, анализ понимания конкуренции и ее роли в жизни человека и общества, а также анализ станов-

ления данного понятия посредством философских категорий.

Обратимся к анализу понятия «конкуренция» с точки зрения философских категорий.

Так, А. Смит говорил о конкуренции следующее: «Каждому человеку, пока он не нарушает законов справедливости, предоставляется совершенно свободно преследовать по собственному разумению свои интересы и конкурировать своим трудом и капиталом с трудом и капиталом любого другого лица и целого класса» [66]. По мнению А. Смита, каждая из сторон конкуренции удовлетворяет собственный интерес и получает при этом некий «трофей» [191]. Анализируя высказывания известного экономиста, можно утверждать, что становление категории «конкуренция» происходит посредством философских категорий, таких как «деятельность», «возможность» и «действительность». Посредством философской категории «деятельности» происходит становление поведенческого подхода к анализу конкуренции. Так, объясняя категорию «конкуренция» через понятие «выбор» посредством философской категории «возможность», мы можем определить конкуренцию как философскую категорию. Анализируя и определяя конкуренцию как «свободу выбора», мы отражаем социальный аспект данного понятия, обладающий свойством массовости, отражаем вероятностный аспект «конкуренции» через «выбор». Таким образом, конкуренция определяется как совокупность предпосылок, обусловленных необходимостью или случайностью (однообразием или разнообразием возможностей); предпосылок, определяющих возможные состояния субъектов, свободу выбора индивидуума в своей личной, хозяйственной или предпринимательской деятельности.

Исследуя связи между конкуренцией и ее следствиями в социально-экономическом и общественном пространстве, можно раскрыть содержание конкуренции как окружающей субъектов реальности. В этом случае конкуренция рассматривается как среда (параграф 1.8), в которой функционируют люди, животные, рынок и которая представляет собой одну из сторон либо соперничества между людьми, либо естественного отбора в живой природе (параграф 2.4), либо меновой экономики (параграф 2.6). Все зависит от того, в какой сфере происходит конкуренция.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что становление конкуренции происходит посредством еще одной философской категории «действительность».

Также с точки зрения философии в основе представления понятия конкуренции лежит фундаментальная философская категория – становление.

Становление как философская категория имеет так называемые внешнее и внутреннее определение. Внешнее определение данной категории таково: становление – конкретное единство материи и движения.

Внутреннее определение категории следующее: есть борьба (необратимый переход) старого и нового. Конкретизируя становление и обращаясь к частности мира (это «обмен», или «конкуренция» как сторона обмена), мы выделяем многообразие подходов к анализу конкуренции, в основе которых лежат философские подкатегории категории «конкуренция».

Философское рассмотрение такого явления, как конкуренция, предполагает также обращение к работам мыслителей прошлого, анализ их понимания соперничества (конкуренции) и его роли в жизни человека и общества. Осуществим анализ работ мыслителей через введение двух философских категорий: агон и тимос.

Агон и тимос

Агон – это состязания, происходившие по поводу религиозных или общинных праздников. Агонические игры способствовали развитию физических сил и мужества, а также содействовали усилению национального самосознания, гордости и чувства собственного достоинства древних греков. Победители соревнований прославлялись в эпосе, играя роль культурных героев.

В культуре Древней Греции происходило соединение праздника и состязания, цель которого – выразить определенную систему ценностей, усилить единство коллектива, участвующего в этом действии. Праздники были одной из главных форм объединения общества, которые поглощали отдельную личность. Агональное начало праздников создавало для человека особенное священное пространство и культивировало состязательность как важную черту греческой культуры.

Любовь к честной борьбе, «игре по правилам» пронизывала частную и публичную жизнь Древней Греции. Состязались не только атлеты, но и воины, политики, философы, поэты, музыканты.

Агон – одна из важнейших норм античной культуры, предполагающая честное соперничество, состязательность в различных сферах жизни (спортивной, общественной, художественной, философской и т.п.), регулируемых судьями и правилами.

Описание норм агона встречается у античного лирического поэта Пиндара. Пиндар создает этический кодекс атлетов, который можно назвать актуальным и по сей день:

1. Почетна и желанна лишь многотрудная победа. То, что досталось случайно или в легкой борьбе, не приносит морального удовлетворения ни атлету, ни зрителям.

2. Атлет всегда должен помнить, благодаря чьим наставлениям он стал победителем.

3. Жестокость схваток не осуждается.

4. Гармония физической силы и добродетели.

5. Бескорыстная честность победителя [228, с. 28].

Античным идеалом считается грек, преуспевающий в физических и творческих состязаниях (пение, игра на музыкальных инструментах, сочинение и др.). Характеризуя античную культуру, Г. Гегель пишет о «радостном чувстве собственного достоинства по отношению к чувственной естественности» и о «потребности не только забавляться, но и показать себя, заслужить почет» [39].

Г. Гегель считает также, что конкуренция естественна, когда соперники добровольно вступают в борьбу, и напротив, когда ее пытаются «навязать», создать искусственно. Последствия такой насильственной конкуренции могут иметь непредсказуемые результаты [39].

По мнению Г. Гегеля, «в гражданском обществе каждый для себя – цель, все остальное для него ничто. Однако без соотношения с другими он не может достигнуть своих целей во всем их объеме» [39]. Данная мысль относит нас к зачаткам корпоративной (групповой) конкурентоспособности (параграф 1.5).

В IV в. до н.э. начинается кризис агона – нарушаются правила агонистики. Греческие города, стремясь поднять свой престиж, начинают подкупать победителей крупнейших состязаний, чтобы те объявляли себя гражданами этого города. Появляются зачатки недобросовестной конкуренции (параграф 1.9).

Другое понятие, сопряженное с соперничеством, «тимос» впервые встречается у Платона в диалоге «Государство». Тимос связан с самооценкой человека. Считалось, что чем благороднее человек, тем выше у

него самооценка и тем сильнее он гневается, сталкиваясь с несправедливостью. Тимос ведет человека к поиску признания: чтобы иметь уверенность в собственной ценности, надо знать, что она признана другим человеком.

То, что Платон обозначал тимосом, сегодня можно назвать стремлением к славе, гордостью или тщеславием, честолюбием, жадной признания и т.д.

Как можно заметить, если в агоне акцент делается на состязательности, то в тимосе – на желании победы, признания, на удовлетворении честолюбия, тщеславия. В агоне выражена установка на процесс состязания. Его основной лозунг: «Главное – участие!». В тимосе важен конечный результат: «Победа любой ценой!».

Объединение агона и тимоса помогает понять суть конкуренции и демонстрирует ее противоречивый характер. В агоне преобладает идея позитивной, созидательной конкуренции, которая приводит к обогащению и росту потенциала участвующих в ней сторон. В тимосе же, напротив, главное – утверждение своего превосходства за счет поражения соперника.

Двойственный характер соперничества подчеркивает М. Мид. Он предлагает различать соревнование и конкуренцию. В соревновании главное – достижение цели, а отношение к соперникам и с соперниками второстепенно. В конкуренции главное – победить соперников, а достижение цели соперничества менее важно [255].

Анализ воззрений философов в более поздний период показывает, что, как правило, философами рассматривалось соперничество как деструктивное явление, то есть древние мысли истолковывали данное понятие с точки зрения тимоса. Соперничество в социуме понималось как следствие проявления греховного, животного или эгоистического начала человека.

В средневековой философии проблема соперничества затрагивается Августином в работе «О граде божьем». По мнению Августина, подавление соперничества и конфликтов в социуме должно происходить в результате подчинения греховного телесного начала человека духовному и божественному.

В эпоху Возрождения проблема соперничества поднимается Н. Макиавелли, который рассматривает ее в контексте борьбы за власть и в контексте политических отношений. Н. Макиавелли рассматривает политику как «теорию дипломатических игр» властвующих персон, для которых главное – захватить и удержать власть. В своих трудах Н. Макиавелли разводит политику и мораль как разные сферы человеческих отношений, отмечая, что в политическом соперничестве главное – результат, для достижения которого хороши любые средства. Для эпохи Возрождения такое разделение было немислимым: достижение победы возможно было только в результате соблюдения установленных правил. Данный факт еще демонстрирует приверженность данного периода тимосу.

Стремление к победе и воля к власти, по мнению Н. Макиавелли, действуют на людей независимо от их сознания и воли, провоцируя алчные чувства, они управляют человеком и выше человеческих чувств. Н. Макиавелли считает, что удержать власть можно, лишь полагаясь на мотив страха.

Подобные установки Н. Макиавелли разделял английский философ Т. Гоббс. Как философ Нового времени он считал, что жизнь человека – непрерывное соперничество. Это мнение строилось на том, что основополагающая особенность человека – стремление к самосохранению. Между людьми всегда идет борьба, поскольку для выживания человеку необхо-

димы материальные блага, которые находятся в ограниченном количестве. С точки зрения Т. Гоббса, идет война всех против всех.

Философ высказывал, что в основе всех конфликтов – три тесно связанных источника: страх, соперничество и стремление к славе. Наиболее важным он считал страх.

В работе Т. Гоббса «Человеческая природа» сказано: «Человеческую жизнь можно сравнить с состязанием в беге (напоминаем, что *concurrentia* в переводе с латинского – столкновение, сбегание). Надо только представить себе, что единственная цель и единственная награда каждого из участников этого состязания – оказаться впереди своих конкурентов. В этом беге смотреть на тех, кто находится позади, есть слава. Смотреть на тех, кто находится впереди, есть смирение. Сбиться с пути, оглядываясь назад, есть тщеславие. Быть задержанным есть источник ненависти. Возвращение есть раскаяние. Бодрое настроение есть надежда. Изнуренность есть отчаяние. Попытка догнать того, кто находится впереди, есть соревнование. Стремление сбить с ног и опрокинуть вырвавшегося вперед соперника есть зависть. Решение преодолеть препятствие, которое предвидится в будущем, есть храбрость. Стремление преодолеть неожиданно возникшее препятствие есть гнев. Видеть, как другие обгоняют того, к кому мы чувствуем расположение, есть жалость. Видеть, как обгоняет других тот, кого мы не любим, есть негодование. Держаться вблизи от кого-нибудь есть любовь. Толкать вперед того, вблизи кого ты держишься, есть доброжелательность. Причинять себе вред благодаря поспешности есть стыд. Быть постоянно опережаемым другими есть

несчастье. Постоянно обгонять всех есть счастье. Оставить ристалища – значит умереть» [41].

По Т. Гоббсу, люди сражаются из-за стремления к удовлетворению тщеславия и гордости. Ученый также считает, что рациональное начало в человеке – эгоизм [41].

Можно сделать вывод о том, что в разные времена тимосом называли стремление к славе (Н. Макиавелли), гордость или тщеславие (Т. Гоббс), жажду признания (Г.В.Ф. Гегель). Однако все перечисленное может быть либо причиной стремления к конкуренции, либо ее результатами.

Позже философы пересмотрели проблему конкуренции между людьми.

Так, в период французской просветительской мысли несомненными ценностями данной эпохи являлись независимость, свобода, ответственность личности. Однако, полагаясь на себя, преследуя свои собственные интересы, человек может игнорировать других людей, рискуя вступить с ними в конфликт. С одной стороны, в конкурентной среде каждый человек стремится к собственной выгоде, с другой стороны, человек вынужден считаться с интересами других людей, искать с ними компромисс.

В связи со сказанным П.А. Гольбах выделял две основные составляющие человека: индивидуальную «природность» и социальную «договоренность». Проанализировав суть перечисленных составляющих человека, по Гольбаху, можно провести аналогию с личностной (индивидуальной) и корпоративной (групповой) конкурентоспособностью человека (параграф 1.5).

Гольбах обращается к другим людям за помощью, на что ему отвечают: «Отдай объединению свои способности, и тогда мы предоставим тебе помощь, умножим твои силы, будем совместно трудиться ради твоего бла-

гополучия, облегчим трудности твоей жизни» [43]. У Гольбаха разумный эгоизм человека заставляет объединяться в группы с большим конкурентным преимуществом. При этом люди объединяются не столько от страха, как об этом говорил Т. Гоббс, сколько от ожидания ответной помощи и поддержки. Эта мысль еще раз нам демонстрирует идею корпоративной (групповой) конкурентоспособности.

Гельвеций, в свою очередь, считает, что у человека одна физическая природа, поэтому движущие силы его поведения – это чувства физического удовольствия.

Согласно К.А. Гельвецию, все человеческие чувства: симпатия, антипатия, любовь, дружба – основаны на личном интересе. По мнению К.С. Гельвеция, любовь к ближним – результат необходимости помогать друг другу для достижения собственных целей [40].

К.А. Гельвеций считал, что личный интерес не только разобщает, но и связывает людей; принципы разумного эгоизма заставляют соблюдать интересы других людей, не учтя которые, нельзя удовлетворить собственные [40].

Анализ представлений о конкуренции между людьми в истории философии позволяет выделить противоречивую природу данного явления. Уже с античных времен обнаруживаются две точки зрения на понимание соперничества. Первая, агоническая (агон), акцентирует внимание на созидательной стороне конкуренции между людьми. В данном случае приоритетным является сам процесс соревновательности между людьми. Другая точка зрения, тимотическая (тимос), подчеркивает деструктивный (разрушающий) характер конкуренции. В данном случае приоритетным является конечный результат конкурентной борьбы – достижение победы любыми средствами.

Как можно заметить, проблема сущности человека, его роли и места в мире решалась еще античными философами. Представленный теоретический анализ философских трудов позволяет прийти к мысли о том, что личности присуще стремление к развитию, самоутверждению, к поиску себя и смысла своего существования, своего места в мире.

Феномен конкуренции в современном российском обществе выступает важной характеристикой социальной реальности, поскольку конкуренция является одним из неотъемлемых атрибутов общества. По форме конкуренция представляет собой соперничество, а по содержанию – процесс борьбы за более благоприятные условия существования для достижения определенной цели. Хозяйственная и политическая жизнь пронизана духом конкуренции.

В отличие от античности и более позднего периода современными стандартами общества являются моральные принципы, правовые нормы, созидательная деятельность и т.д. Поэтому на современном этапе адекватна форма состязательной деятельности, которая направлена на совершенствование общественных отношений. Отличительной особенностью современной конкуренции является то, что она направлена на совершенствование общественных отношений и осуществляется на основе заранее прописанных правил и правовых норм. В этом случае проявляется иная сторона конкуренции – стремление превзойти, опередить конкурентов, но не любыми способами, а только теми, которые являются легитимными в данный момент времени, хотя существуют и исключения – деструктивная конкуренция (параграф 1.9).

Таким образом, первоначально отголоски изучаемой проблемы можно найти именно в философских трудах. Вопрос о конкурентоспособности напрямую

касается важнейшего вопроса философии – вопроса о сущности человека, его месте в мире и о смысле человеческого бытия.

Философский анализ конкуренции актуализирует различение особенностей индивидуалистического или коллективного типа конкуренции, а также специфику наиболее приемлемых отношений состязательности применительно к каждому из них.

Конкуренция в законах диалектики

Ф. Энгельс сформулировал «три закона диалектики», которые были выявлены им путем интерпретации диалектики Г. Гегеля и философских работ К. Маркса:

1. Закон единства и борьбы противоположностей.
2. Закон перехода количественных изменений в качественные.
3. Закон отрицания отрицания.

Закон единства и борьбы противоположностей заключается в том, что все сущее состоит из противоположных начал, которые, будучи едиными по своей природе, находятся в борьбе и противоречат друг другу. Например, мужчина и женщина, день и ночь, лед и пламя, черное и белое, осень и весна, молодость и старость и т.д.

Отметим, что понятие «конкуренция» очень часто отождествляют с понятием «борьба», что еще раз демонстрирует нам связь изучаемого явления с первым законом диалектики. Не случайно же конкуренцию принято называть конкурентной борьбой.

В связи с этим можно выделить различные виды борьбы:

1. Борьба, приносящая выгоду обоим конкурирующим сторонам. Например, один участник конкуренции «догоняет» другого участника конкуренции и переходит на более высокую качественную ступень развития.

2. Антагонистическая борьба. Одна сторона конкуренции может выжить только за счет уничтожения другого. Этот вид борьбы можно отождествить с таким видом конкуренции, как недобросовестная конкуренция (параграф 1.5).

Вторым законом диалектики является *закон перехода количественных изменений в качественные*. Качество – определенность, стабильная система характеристик и связей предмета. Количество, напротив, исчисляемые параметры предмета или явления (объем, скорость, вес, размер и т.д.). И лишь мера – единство количества и качества.

Суть данного закона заключается в том, что при определенных количественных изменениях обязательно меняется качество. Можно привести пример действия закона перехода количественных изменений в качественные с точки зрения конкурентологии.

Если объект конкуренции уступает в каких-либо характеристиках своим конкурентам (интеллект, сила, выносливость, скорость и т.п.), то путем целенаправленных и регулярных тренировок можно увеличить объем интересующих характеристик, благодаря чему можно будет одержать победу над конкурентами, т.е. произойдет переход количества в качество. Например, участник интеллектуального конкурса может одержать победу, если будет тренироваться, даже если до этого у данного участника конкурентной борьбы не было никаких шансов на победу.

Этот закон диалектики как нельзя лучше раскрывается в одном из трех проявлений конкуренции – конкуренция с самим собой (параграф 1.5).

Причем переход количества в качество, как правило, происходит медленно, незаметно и эволюционно.

Закон отрицания отрицания заключается в том, что новое всегда отрицает старое и занимает его место, но постепенно уже само превращается из нового в старое и отрицается все более новым.

И в данном случае можно найти непосредственную связь этого закона с конкуренцией. Например, во многих случаях более конкурентоспособным становится что-то новое, которое пришло на смену старого. Это отлично можно продемонстрировать на примере товаров. Например, кнопочный телефон уступает в конкурентной борьбе своему сенсорному собрату, в свою очередь, сенсорный телефон будет уступать новому гаджету, который может прийти ему на смену.

Смена старого новым – причина поступательного развития. Однако вопрос о направленности развития является дискуссионным в философии. Выделяются следующие основные точки зрения:

- 1) развитие – поступательный процесс, переход от низших форм к высшим, т.е. восходящее развитие;
- 2) развитие может быть как восходящим, так и нисходящим;
- 3) развитие хаотично, оно не имеет никакой направленности.

Если провести аналогии с вопросами, которые изучает конкурентология, то можно привести следующий пример. Организм спортсмена, регулярно участвующего в состязаниях, крепнет благодаря тренировкам (восходящее развитие), но со временем неизбежно слабеет и стареет (нисходящее развитие), это неизбежно приводит к тому, что более молодые спортсмены заменяют более опытных.

Данный закон диалектики раскрывается в одном из трех проявлений конкуренции – конкуренции с другими (параграф 1.5).

Таким образом, конкуренция представляет собой специфическое общественное явление и неразрывно связана с социальной жизнью. Проблеме конкуренции посвящено немало исследований, но в подавляющем большинстве эти исследования не включают философский анализ, особенно в содержании, имеющем непосредственное отношение к жизни основных типов обществ, зависимости места и характера проявления конкуренции от типа обществ.

2.2. Связь математики и конкурентологии. Математические модели конкуренции

*В шахматах в одиночку не создают шедевров.
Нужен соперник высшего уровня.*

Г.К. Каспаров

Базовые понятия: математические модели конкуренции, принцип конкурентного исключения, интерференционная конкуренция, эксплуатационная конкуренция, модель конкуренции двух логистических популяций.

Математику по праву называют основой естественных наук. Однако очень сложно предположить, как данная наука может быть связана с конкурентологией. Попытаемся разобраться с этим в параграфе.

Математика и конкурентология – это самостоятельные отрасли знаний, каждая из которых обладает своим объектом и предметом исследования. *Математика* – наука о структурах, порядке и отношениях, которая исторически сложилась на основе операций подсчета, измерения и описания форм реаль-

ных объектов. Как было определено в первой главе, *конкурентология* – наука о конкуренции, конкурентах и конкурентоспособности.

С древних времен и вплоть до XIX в. математикой занимались лишь избранные. Развитию математики способствовала промышленная революция, которая, в свою очередь, породила и конкуренцию в экономической сфере. Экономика как наука в течение многих лет не привлекала внимание математиков. В настоящее время, напротив, наблюдается процесс миграции математики в экономику. Для определения расчетных критериев и показателей конкурентоспособности предприятия используются математические методы и алгоритмы. Например, матричные методы оценивания конкурентоспособности предприятия основаны на рассмотрении процессов конкуренции в динамике и позволяют провести при наличии достоверной информации качественный анализ конкурентных позиций, являясь при этом наглядными и простыми в расчетах.

Можно сделать вывод, что произошел синтез как минимум трех научных направлений: математики, экономики и конкурентологии.

Широкое применение в различных современных исследованиях занимают математические методы, основанные на математическом моделировании, строящиеся на статистической или вероятностной основе и т.п. Связи в экономической жизни, экономической динамике и поведении экономических субъектов так же основываются на построении математических моделей как важнейшего инструмента анализа экономических явлений и процессов. Для ученых всех стран математическое моделирование становится языком современной экономической теории, а следовательно,

в какой-то мере и конкурентологии. Например, определение факторов конкурентоспособности предприятия – это пример использования математических моделей в экономике, определение конкурентоспособности видов животных и растений – это пример использования математических моделей в биологии.

На сегодняшний день обширное использование математического аппарата в разных исследованиях способствует достижению более точных результатов. Применение математики на практике позволяет достичь более значительных результатов в изучении определенных явлений природы и общества.

Математический аппарат является многофункциональным аналитическим инструментом для экономической науки и конкурентологии.

Задачи, которые ставит конкурентология перед математикой, способствуют стимулированию поиска наиболее эффективных способов решения. Потребности конкурентологии на данный момент превосходят способности математики. На сегодняшний день можно также говорить о формулировании новых направлений в прикладной математике, таких как теория игр и программирование.

Математические модели конкуренции

Одна из первых математических моделей конкуренции была предложена В. Вольтерра как *модель видов*, оспаривающих одну и ту же пищу. Рассматривался случай n популяций, численность которых N_1, N_2, \dots, N_n , которые живут на одной территории и питаются одним и тем же пищевым ресурсом [76]. Именно В. Вольтерра в своих научных трудах [37] рассматривал конкурентные взаимоотношения и описывал их с помощью системы дифференциальных уравнений:

$$\begin{cases} \frac{dN_1}{dt} = N_1 (\varepsilon_1 - y_1 F(N_1, N_2)) \\ \frac{dN_2}{dt} = N_2 (\varepsilon_2 - y_2 F(N_1, N_2)), \end{cases}$$

где $\varepsilon_1, \varepsilon_2$ – коэффициент прироста,

N_1, N_2 – численность видов,

y_1, y_2 – константы, соответствующие потребностям в пище для видов.

Данная модель описывает случай вымирания одного вида при возрастании численности второго вида в борьбе за пищу.

Из анализа уравнений следует, что выживает только та популяция, у которой наибольшее значение $\frac{a_i}{c_i}$ ($i_n = 1, 2, 3, \dots, n$), а остальные погибают.

В результате был сформулирован *принцип конкурентного исключения*, в соответствии с которым должно уменьшаться число видов, энергетические потребности на воспроизводство потомства которых больше, чем у конкурирующих с ними видов. Численность популяции ее численность в случае одиночной модели временем неограниченно увеличивается. Но за миллионы лет существования всего живого на Земле такой прогноз не подтверждается. Нет и примеров постоянного увеличения численности какой-либо популяции на историческом временном интервале. Есть и многочисленные примеры мирного существования на общем ресурсе различных популяций. Наблюдается конкуренция и между отдельными группами особей внутри самой популяции, обусловленная внешними и внутренними причинами [76].

Дж. Мюррей [127] рассмотрел некоторую модификацию модели. После некоторых изменений модель стала иметь следующий вид:

$$\begin{cases} \frac{dN_1}{dt} = r_1 N_1 \left(1 - \frac{N_1}{K_1} - b_{12} \frac{N_2}{K_1} \right) \\ \frac{dN_2}{dt} = r_2 N_2 \left(1 - \frac{N_2}{K_2} - b_{21} \frac{N_1}{K_2} \right), \end{cases}$$

где r_1, r_2 – коэффициент прироста численности, N_1, N_2 – численность видов, K_1, K_2 – емкость среды, b_{12}, b_{21} – меры влияния видов друг на друга.

Эта модель также описывает конкурентные взаимоотношения видов за пищу, при которых практически всегда происходит вымирание одного из видов.

Если сделать замену: $t = \frac{\tau}{r_1}, N_1 = K_1 u_1, N_2 = K_2 u_2$, тогда получается система дифференциальных уравнений:

$$\begin{cases} \frac{du_1}{d\tau} = u_1 N_1 (1 - u_1 - y_1 u_2) \\ \frac{du_2}{d\tau} = y u_2 (1 - u_2 - y_2 u_1) \end{cases}$$

$$y_1 = \frac{b_{12} K_2}{K_1}, \quad y_2 = \frac{b_{21} K_1}{K_2}, \quad y = \frac{r_1}{r_2}$$

Затем А.Д. Базыкин [16] предложил следующую модель:

$$\begin{cases} \frac{dN_1}{dt} = r_1 N_1 ((N_1 - L_1)(K_1 - N_1) - e_1 N_1 N_2) \\ \frac{dN_2}{dt} = r_2 N_2 ((N_2 - L_2)(K_2 - N_2) - e_2 N_1 N_2), \end{cases}$$

где $r_1, r_2, K_1, K_2, L_1, L_2, e_1, e_2$ – положительные константы.

Данная модель является *моделью конкуренции* и учитывает эффект Олли. Математические модели ухода от конкуренции в открытых российских источниках авторами монографии не найдены.

Опираясь на исследование Е.П. Колпак и Е.В. Горыни [76], рассмотрим *эксплуатационную конкуренцию* и соответствующую ей математическую модель, в которой учитывается влияние на линейном ареале пищевого ресурса S на численность двух популяций, линейная плотность которых $u_1(t, x)$ и $u_2(t, x)$. Предполагается, что скорость размножения особей популяций зависит от количества потребляемой пищи. При избытке ресурса он не должен влиять на скорость роста численности популяции, а в его отсутствие скорость роста численности равна нулю. Этим условиям удовлетворяет гиперболическая зависимость:

$$a(S) = \frac{S}{S + b},$$

где b – положительная константа.

С учетом этих предположений *модель конкуренции двух логистических популяций* на неподвижном ресурсе записывается в форме системы уравнений с распределенными параметрами:

$$\begin{cases} \frac{\partial u_1}{\partial t} = D_1 \frac{\partial^2 u_1}{\partial x^2} + \mu_1 u_1 \left(\frac{S}{b_1 + S} - \frac{u_1}{K_1} \right) \\ \frac{\partial u_2}{\partial t} = D_2 \frac{\partial^2 u_2}{\partial x^2} + \mu_2 u_2 \left(\frac{S}{b_2 + S} - \frac{u_2}{K_2} \right) \\ \frac{\partial S}{\partial t} = -\gamma_1 \frac{S}{b_1 + S} u_1 - \gamma_2 \frac{S}{b_2 + S} u_2 + \mu_2 S \left(1 - \frac{S}{K} \right), \end{cases}$$

μ_1, μ_2 и μ_S – скорости роста численности популяций на неограниченном ресурсе и ресурсе в отсутствие популяций;

K_1, K_2 и K – емкости сред популяций и ресурса; параметры D_1 и D_2 характеризуют подвижность особей;

γ_1 и γ_2, b_1 и b_2 – положительные постоянные.

На границах отрезка длиной l ставятся условия на-полнения среды:

$$\begin{aligned} \left. \frac{\partial u_1}{\partial x} \right|_{x=0} &= \left. \frac{\partial u_1}{\partial x} \right|_{x=l} = 0 \\ \left. \frac{\partial u_2}{\partial x} \right|_{x=0} &= \left. \frac{\partial u_2}{\partial x} \right|_{x=l} = 0 \\ \left. \frac{\partial S}{\partial x} \right|_{x=0} &= \left. \frac{\partial S}{\partial x} \right|_{x=l} = 0 \end{aligned}$$

Для случая бесконечной прямой принимается, что при $x \rightarrow \pm\infty, S \rightarrow K, u_1 \rightarrow 0$ и $u_2 \rightarrow 0$.

В момент времени $t = 0$ задано распределение популяций:

$$\begin{aligned} u_1(0, x) &= u_1^0(x) \\ u_2(0, x) &= u_2^0(x) \\ S &= K \end{aligned}$$

Если особи популяции в малом количестве появляются в точке $x = x_0$, то

$$\begin{aligned} u_1(0, x) &= u_1^0 \delta(x - x_0) \\ u_2(0, x) &= u_2^0 \delta(x - x_0) \\ S(0, x) &= K \end{aligned}$$

$\delta(x - x_0)$ – дельта функция Дирака.

Локальная модель следует из предположения, что $D_1 = 0$ и $D_2 = 0$. Тривиальная стационарная точка в этой модели будет неустойчивой, поскольку одно из собственных значений матрицы Якоби будет положительным: $\lambda_3 = \mu_S$.

В нетривиальной неподвижной точке:

$$\begin{aligned} u_1 &= K_1 \left(\frac{S}{b_1 + S} \right) \\ u_2 &= K_2 \left(\frac{S}{b_2 + S} \right), \end{aligned}$$

а S находится из уравнения:

$$-\gamma_1 K_1 \left(\frac{S}{b_1 + S} \right)^2 - \gamma_2 K_2 \left(\frac{S}{b_2 + S} \right)^2 + \mu_S S \left(1 - \frac{S}{K} \right) = 0,$$

которое на промежутке $[0; K]$ будет иметь хотя бы один положительный корень.

Система уравнений:

$$\begin{aligned} \frac{\partial u_1}{\partial t} &= D_1 \frac{\partial^2 u_1}{\partial x^2} + \mu_1 u_1 \left(\frac{S}{b_1 + S} - \frac{u_1}{K_1} \right) \\ \frac{\partial u_2}{\partial t} &= D_2 \frac{\partial^2 u_2}{\partial x^2} + \mu_2 u_2 \left(\frac{S}{b_2 + S} - \frac{u_2}{K_2} \right) \\ \frac{\partial S}{\partial t} &= -\gamma_1 \frac{S}{b_1 + S} u_1 - \gamma_2 \frac{S}{b_2 + S} u_2 + \mu_S S \left(1 - \frac{S}{K} \right) \end{aligned}$$

при условиях на границах:

$$\begin{aligned} \left. \frac{\partial u_1}{\partial x} \right|_{x=0} &= \left. \frac{\partial u_1}{\partial x} \right|_{x=l} = 0 \\ \left. \frac{\partial u_2}{\partial x} \right|_{x=0} &= \left. \frac{\partial u_2}{\partial x} \right|_{x=l} = 0 \\ \left. \frac{\partial S}{\partial x} \right|_{x=0} &= \left. \frac{\partial S}{\partial x} \right|_{x=l} = 0 \end{aligned}$$

имеет однородное решение $u_1 = 0, u_2 = 0$ и $S = K$.

В малой окрестности этого решения можно принять, что $u_1 = u_1(t, x), u_2 = u_2(t, x)$ и $S = K + \delta S(t, x)$, где $\delta u_1(t, x), \delta u_2(t, x), \delta S(t, x)$ малые величины:

$$\begin{aligned} \delta u_1(t, x) &= \frac{K}{b_1 + K} K_1 \\ \delta u_2(t, x) &= \frac{K}{b_2 + K} K_2 \\ |\delta S(t, x)/K| &\rightarrow 1 \end{aligned}$$

С учетом малости этих ограничений из уравнений:

$$\begin{aligned} \frac{\partial u_1}{\partial t} &= D_1 \frac{\partial^2 u_1}{\partial x^2} + \mu_1 u_1 \left(\frac{S}{b_1 + S} - \frac{u_1}{K_1} \right) \\ \frac{\partial u_2}{\partial t} &= D_2 \frac{\partial^2 u_2}{\partial x^2} + \mu_2 u_2 \left(\frac{S}{b_2 + S} - \frac{u_2}{K_2} \right) \\ \frac{\partial S}{\partial t} &= -\gamma_1 \frac{S}{b_1 + S} u_1 - \gamma_2 \frac{S}{b_2 + S} u_2 + \mu_2 S \left(1 - \frac{S}{K} \right) \end{aligned}$$

в линейном приближении следуют уравнения для δu_1 и δu_2 :

$$\begin{aligned} \frac{\partial \delta u_1}{\partial t} &= D_1 \frac{\partial^2 \delta u_1}{\partial x^2} + \mu_1 \frac{K}{b_1 + K} \delta u_1 \\ \frac{\partial \delta u_2}{\partial t} &= D_2 \frac{\partial^2 \delta u_2}{\partial x^2} + \mu_2 \frac{K}{b_2 + K} \delta u_2 \end{aligned}$$

Решения этих уравнений, как функции времени, будут расти по экспоненциальной зависимости с показателем $\mu_1 \frac{K}{b_1 + K}$ для δu_1 и показателем $\mu_2 \frac{K}{b_2 + K}$ для δu_2 .

Физическая интерпретация: при малом числе особей двух конкурирующих популяций они не оказывают влияния друг на друга, а численность обеих популяций будет увеличиваться.

Для неограниченной прямой и условий:

$$u_1(0, x) = u_1^0 \delta(x - x_0), \quad u_2(0, x) = u_2^0 \delta(x - x_0) \quad \text{и}$$

следуют выражения для δu_1 и δu_2 :

$$\begin{aligned} \delta u_1 &= \frac{u_1^0}{\sqrt{\pi D_1 t}} e^{\omega_1(t, x)} \\ \delta u_2 &= \frac{u_2^0}{\sqrt{\pi D_2 t}} e^{\omega_2(t, x)} \\ \omega_1(t, x) &= \frac{1}{4D_1 t} \left(\sqrt{4\mu_1 D_1 \frac{S_0}{b_1 + S_0} t - x} \right) \left(\sqrt{4\mu_1 D_1 \frac{S_0}{b_1 + S_0} t + x} \right) \\ \omega_2(t, x) &= \frac{1}{4D_2 t} \left(\sqrt{4\mu_2 D_2 \frac{S_0}{b_2 + S_0} t - x} \right) \left(\sqrt{4\mu_2 D_2 \frac{S_0}{b_2 + S_0} t + x} \right) \end{aligned}$$

Из выражений для $\omega_1(t, x)$ и $\omega_2(t, x)$ следует, что распространение популяций из точки $x = 0$ на отрезок в первом приближении будет происходить со скоростями:

$$\begin{aligned} v_1 &= \sqrt{4\mu_1 D_1 \frac{S_0}{b_1 + S_0}} \\ v_2 &= \sqrt{4\mu_2 D_2 \frac{S_0}{b_2 + S_0}} \end{aligned}$$

Решения, на которых одновременно $u_1 \neq 0$, $u_2 \neq 0$, найдутся как корни системы уравнений:

$$\begin{aligned} u_1 &= K_1 \left(\frac{S}{b_1 + S} \right) \\ u_2 &= K_2 \left(\frac{S}{b_2 + S} \right) \\ f(S) &= -\gamma_1 K_1 \frac{S}{(b_1 + S)^2} - \gamma_2 K_2 \frac{S}{(b_2 + S)^2} + \mu_2 \left(1 - \frac{S}{K} \right) = 0 \end{aligned}$$

На промежутке $[0; K]$ функция $f(S)$ меняет знак. Поэтому эта система уравнений будет иметь хотя бы один положительный корень.

Далее считаем целесообразным рассмотреть *интерференционную конкуренцию*. В данной математической модели предполагается, что в отсутствие ресурса популяции не взаимодействуют между собой, а изменение их численности описывается логистическим уравнением.

При больших объемах ресурса его количество не сказывается на взаимодействии популяций. С учетом этих предположений модель конкуренции двух популяций на неподвижном ресурсе записывается в форме системы трех нелинейных уравнений:

$$\begin{aligned} \frac{\partial u_1}{\partial t} &= D_1 \frac{\partial^2 u_1}{\partial x^2} + \mu_1 u_1 \left(1 - \frac{u_1}{K_1}\right) - a_{12} \frac{S}{b_1 + S} u_1 u_2 \\ \frac{\partial u_2}{\partial t} &= D_2 \frac{\partial^2 u_2}{\partial x^2} + \mu_2 u_2 \left(1 - \frac{u_2}{K_2}\right) - a_{21} \frac{S}{b_2 + S} u_1 u_2 \\ \frac{\partial S}{\partial t} &= -(\gamma_1 a_{12} \frac{S}{b_1 + S} + \gamma_2 a_{21} \frac{S}{b_2 + S}) u_1 u_2 + \mu_S S \left(1 - \frac{S}{K}\right), \end{aligned}$$

где u_1 и u_2 – число особей на единицу длины; параметры $\mu_1, \mu_2, \mu_S, K_1, K_2, K, D_1, D_2, b_1, b_2$ трактуются так же, как и в эксплуатационной модели, $a_{12}, a_{21}, \gamma_1, \gamma_2$ – положительные постоянные.

К системе уравнений

$$\begin{aligned} \frac{\partial u_1}{\partial t} &= D_1 \frac{\partial^2 u_1}{\partial x^2} + \mu_1 u_1 \left(\frac{S}{b_1 + S} - \frac{u_1}{K_1}\right) \\ \frac{\partial u_2}{\partial t} &= D_2 \frac{\partial^2 u_2}{\partial x^2} + \mu_2 u_2 \left(\frac{S}{b_2 + S} - \frac{u_2}{K_2}\right) \\ \frac{\partial S}{\partial t} &= -\gamma_1 a_{12} \frac{S}{b_1 + S} u_1 - \gamma_2 a_{21} \frac{S}{b_2 + S} u_2 + \mu_S S \left(1 - \frac{S}{K}\right) \end{aligned}$$

добавляются граничные условия:

$$\begin{aligned} \left. \frac{\partial u_1}{\partial x} \right|_{x=0} &= \left. \frac{\partial u_1}{\partial x} \right|_{x=l} = 0 \\ \left. \frac{\partial u_2}{\partial x} \right|_{x=0} &= \left. \frac{\partial u_2}{\partial x} \right|_{x=l} = 0 \\ \left. \frac{\partial S}{\partial x} \right|_{x=0} &= \left. \frac{\partial S}{\partial x} \right|_{x=l} = 0 \end{aligned}$$

и начальные условия:

$$\begin{aligned} u_1(0, x) &= u_1^0 \delta(x - x_0) \\ u_2(0, x) &= u_2^0 \delta(x - x_0) \\ S(0, x) &= K \end{aligned}$$

В локальной модели при $D_1 = 0$ и $D_2 = 0$, стационарное нетривиальное решение выводится из системы трансцендентных уравнений:

$$\begin{aligned} u_1 &= \frac{1}{D} K_1 \left(1 - K_2 \frac{a_{12}}{\mu_1} \frac{S}{b_1 + S}\right) \\ u_2 &= \frac{1}{D} K_2 \left(1 - K_1 \frac{a_{21}}{\mu_2} \frac{S}{b_2 + S}\right) \\ -(\gamma_1 a_{12} \frac{1}{b_1 + S} + \gamma_2 a_{21} \frac{1}{b_2 + S}) u_1 u_2 + \mu_2 \left(1 - \frac{S}{K}\right) &= 0, \end{aligned}$$

где $D = 1 - K_1 K_2 \frac{a_{21}}{\mu_2} \frac{S}{b_2 + S} \frac{a_{12}}{\mu_1} \frac{S}{b_1 + S}$

При $S = 0$ из системы трех нелинейных уравнений:

$$\begin{aligned} \frac{\partial u_1}{\partial t} &= D_1 \frac{\partial^2 u_1}{\partial x^2} + \mu_1 u_1 \left(\frac{S}{b_1 + S} - \frac{u_1}{K_1}\right) - a_{12} \frac{S}{b_1 + S} u_1 u_2 \\ \frac{\partial u_2}{\partial t} &= D_2 \frac{\partial^2 u_2}{\partial x^2} + \mu_2 u_2 \left(\frac{S}{b_2 + S} - \frac{u_2}{K_2}\right) - a_{21} \frac{S}{b_2 + S} u_1 u_2 \\ \frac{\partial S}{\partial t} &= -(\gamma_1 a_{12} \frac{S}{b_1 + S} + \gamma_2 a_{21} \frac{S}{b_2 + S}) u_1 u_2 + \mu_S S \left(1 - \frac{S}{K}\right) \end{aligned}$$

следует модель двух независимых популяций.

В неподвижной точке $u_1=K_1, u_2=K_2, S=0$ собственными значениями матрицы Якоби локальной модели будут:

$$\lambda_1 = -\mu_1, \lambda_2 = -\mu_2, \lambda_3 = \mu_S - \left(\gamma_1 \frac{a_{12}}{b_1} + \gamma_2 \frac{a_{21}}{b_2} \right) K_1 K_2$$

Это положение равновесия будет устойчивым при выполнении неравенства:

$$\mu_S < \left(\gamma_1 \frac{a_{12}}{b_1} + \gamma_2 \frac{a_{21}}{b_2} \right) K_1 K_2$$

При медленном восполнении ресурса он постепенно будет исчерпан. Если неравенство $\mu_S < \left(\gamma_1 \frac{a_{12}}{b_1} + \gamma_2 \frac{a_{21}}{b_2} \right) K_1 K_2$ не выполняется, тогда правая часть уравнения $-\left(\gamma_1 a_{12} \frac{1}{b_1+S} + \gamma_2 a_{21} \frac{1}{b_2+S} \right) u_1 u_2 + \mu_2 \left(1 - \frac{S}{K} \right) = 0$ на промежутке $[0; K]$ будет менять знак.

Соответственно, это уравнение будет иметь нетривиальное решение: $S=S^* < K$.

В неподвижной точке $u_1 = K_1, u_2 = 0, S = K$:

$$\mu_S < a_{21} \frac{K}{b_2+K} K_1 \lambda_1 = -\mu_1, \lambda_2 = -\mu_2 - a_{21} \frac{K}{b_2+K}, \lambda_3 = -\mu_S$$

Выполнение неравенства обеспечивает устойчивость этой неподвижной точки.

При медленном восполнении численности второй популяции или при большой емкости среды первой популяции вторая постепенно исчезнет. Неподвижная точка $u_1 = 0, u_2 = 0, S = K$ будет неустойчивой в силу положительности характеристических значений $\lambda_1 = \mu_1$ и $\lambda_2 = \mu_2$ матрицы Якоби. При одновременном возникновении на одном ресурсе двух малочисленных популяций их численность начнет увеличиваться при незначительном влиянии конкурентного взаимодействия.

Возникновение конкуренции на появившемся ресурсе (при $t = 0, u_1 = K_1, u_2 = K_2, S = S_0$ ($t = (0; x)$)) может сопровождаться его постепенным уничтожением (при выполнении неравенства $\mu_S < \left(\gamma_1 \frac{a_{12}}{b_1} + \gamma_2 \frac{a_{21}}{b_2} \right) K_1 K_2$ и прекращением конкуренции или его увеличением (при нарушении неравенства $\mu_S < \left(\gamma_1 \frac{a_{12}}{b_1} + \gamma_2 \frac{a_{21}}{b_2} \right) K_1 K_2$ с продолжающейся конкуренцией или с подавлением одной из популяций другой за счет большой емкости собственной среды.

При начальных условиях $u_1(0, x) = u_1^0(x), u_2(0, x) = u_2^0(x), S = K$ первые два уравнения:

$$\frac{\partial u_1}{\partial t} = D_1 \frac{\partial^2 u_1}{\partial x^2} + \mu_1 u_1 \left(1 - \frac{u_1}{K_1} \right) - a_{12} \frac{S}{b_1 + S} u_1 u_2$$

$$\frac{\partial u_2}{\partial t} = D_2 \frac{\partial^2 u_2}{\partial x^2} + \mu_2 u_2 \left(1 - \frac{u_2}{K_2} \right) - a_{21} \frac{S}{b_2 + S} u_1 u_2$$

$$\frac{\partial S}{\partial t} = -\left(\gamma_1 a_{12} \frac{S}{b_1 + S} + \gamma_2 a_{21} \frac{S}{b_2 + S} \right) u_1 u_2 + \mu_S S \left(1 - \frac{S}{K} \right)$$

в линейном приближении приводятся к системе двух несвязанных уравнений:

$$\frac{\partial \delta u_1}{\partial t} = D_1 \frac{\partial^2 \delta u_1}{\partial x^2} + \mu_1 \delta u_1$$

$$\frac{\partial \delta u_2}{\partial t} = D_2 \frac{\partial^2 \delta u_2}{\partial x^2} + \mu_2 \delta u_2$$

Отсюда следует, что у малочисленных популяций конкуренция является эффектом второго порядка малости. Распространение на отрезок в первом приближении для начальных условий $u_1(0, x) = u_1^0(x),$

$u_2(0, x) = u_2^0(x)$, $S = K$ происходит со скоростями $v_1 = \sqrt{4\mu_1 D_1}$ и $v_2 = \sqrt{4\mu_2 D_2}$.

Таким образом, математическая модель эксплуатационной конкуренции объясняет одновременное существование конкурирующих популяций на общем ресурсе. Наибольшая численность достигается у популяции с более высокой скоростью роста и с большим потреблением ресурса. В модели В. Вольтерра одна из популяций должна погибнуть. Эти же условия позволяют одной из конкурирующих популяций опережать другую в освоении новых территорий. В модели интерференционной конкуренции возможны различные варианты: популяция, имеющая меньшую емкость среды, может погибнуть; при медленном восстановлении ресурса он может быть исчерпан; обе популяции постоянно конкурируют за ресурс.

Математические модели конкуренции разрабатываются и применяются также в сфере экономики и менеджмента. Следует отметить, что выделяют три основных подхода для вычисления уровня конкуренции. На сегодняшний день предложено несколько основных критериев оценки конкуренции. За основу берется гипотеза о том, что конкуренция зависит от числа участников процесса производства и реализации товаров. Выделяют, в зависимости от числа участников, несколько типов рынков. Основные из них – монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, чистая конкуренция. При этом нет четкой «количественной» границы между этими рынками и, соответственно, между «конкуренцией» и «недобросовестной конкуренцией». Такая классификация не отражает и интенсивность происходящих на рынках процессов.

Второй подход основывается на использовании финансовых показателей фирм: низкая норма прибыли говорит о незначительной рыночной власти, а высокая – о значительной власти, ограничивающей конкуренцию.

В основе третьего подхода лежит предположение, что уровень конкуренции находится в обратной зависимости от концентрации рыночных долей фирм на рынке: чем выше концентрация производителей, тем менее конкурентной считается рыночная среда.

Следует отметить, что учеными разработано достаточно много показателей в этой области:

- 1) индексы концентрации;
- 2) индекс Херфиндаля-Хиршмана;
- 3) коэффициент относительной концентрации;
- 4) коэффициент энтропии;
- 5) коэффициент вариации рыночных долей;
- 6) модифицированный коэффициент Джинни;
- 7) ранговый индекс концентрации (индекс Холла-Тайдмана, индекс Розенблюта);
- 8) индекс максимальной доли и другие индексы.

Далее считаем целесообразным описать индексы, в которых количественная оценка концентрации производства оценивается по долям фирм в общем балансе реализуемых товаров на рынке, а именно индекс концентрации для трех компаний, индекс Херфиндаля-Хиршмана и индекс Линда.

1. Коэффициент концентрации рынка CR_n подсчитывается по формуле:

$$CR_n = \frac{\sum_{k=1}^n V}{\sum_{k=1}^N V}$$

V_k ($k = 1, 2, 3, \dots, N$) – объем продаж k -ой фирмы на рынке,

n – число самых крупных фирм участниц рынка,
 N – общее число фирм рынка.

Индекс концентрации измеряется в относительных долях (или процентах). При равных долях всех операторов $CR_n = \frac{n}{N}$, при фиксированном выборе n $CR_n \rightarrow 0$, если $N \rightarrow \infty$. С увеличением числа равноправных фирм коэффициент концентрации уменьшается. Поскольку $CR_n = \left(1 + \frac{\sum_{k=n+1}^N V_k}{\sum_{k=1}^n V_k}\right)^{-1}$, то увеличение доли продаж самых «крупных» n фирм на рынке, по сравнению с долей продаж остальных $N - n$ фирм увеличивает индекс концентрации ($CR_n \rightarrow 1$). Чем ближе значение этого показателя к 1, тем слабее конкуренция.

Границы индекса концентрации будут следующие:

Если $CR_3 \in [0; 0,45]$, то рынок считается неконцентрированным.

Если $CR_3 \in [0,45; 0,7]$, то рынок считается умеренно концентрированным.

Если $CR_3 \in [0,7; 1]$, то рынок считается высококонцентрированным.

Индекс концентрации не учитывает размер тех фирм, которые не попали в выборку, не учитывает распределения долей внутри разных групп фирм.

2. *Индекс Херфиндаля-Хиршмана* учитывает доли всех фирм и подсчитывается по формуле:

$$H_N = \sum_{k=1}^N V_k^2$$

В случае равных долей ($V_k = \frac{1}{N} k = 1, 2, 3, \dots, N$) $H_N = \frac{1}{N}$, то есть с увеличением числа равноправных участников индекс Херфиндаля-Хиршмана уменьшается.

Если доля хотя бы одного оператора увеличивается, а остальных уменьшается, то H увеличивается, приближаясь к 1. Этот индекс с одной стороны является показателем концентрации, а с другой стороны, в отличие от индекса CR_n , характеризует распределение долей между всеми участниками. Границы индекса концентрации будут следующие:

Если $H \in [0; 0,1]$, то концентрация считается низкой.

Если $H \in [0,1; 0,2]$, то концентрация считается средней.

Если $H \in [0,2; 1]$, то концентрация считается высокой.

3. *Индекс Линда* используется в странах Европейского союза для анализа различий в группе крупнейших фирм. С его помощью определяется «ядро» рынка. Для этого рыночные доли операторов располагаются в порядке убывания $V_1 \geq V_2 \geq \dots \geq V_N$.

Индекс Линда для двух фирм подсчитывается по формуле:

$$IL = \frac{V_1}{V_2}$$

для трех фирм

$$IL = \frac{1}{2} \left(2 \frac{V_1}{V_2 + V_3} + \frac{V_1 + V_2}{2V_3} \right)$$

для четырех фирм

$$IL = \frac{1}{3} \left(3 \frac{V_1}{V_2 + V_3 + V_4} + \frac{V_1 + V_2}{V_3 + V_4} + \frac{1}{3} \frac{V_1 + V_2 + V_3}{V_4} \right)$$

для пяти фирм

$$IL = \frac{1}{4} \left(4 \frac{V_1}{V_2 + V_3 + V_4 + V_5} + \frac{3}{2} \frac{V_1 + V_2}{V_3 + V_4 + V_5} + \frac{1}{4} \frac{V_1 + V_2 + V_3 + V_4}{V_5} \right).$$

Если доли всех фирм одинаковы, то индекс Линда равен единице. Если доля одного оператора будет все время расти, то индекс Линда будет все время увеличиваться. Поэтому подключение каждой новой фирмы должно сопровождаться уменьшением индекса. Если, начиная с $k + 1$ -го оператора, индекс начинает увеличиваться, то первые k фирм будут составлять «ядро» рынка.

Подводя итог, можно отметить, что в науке существует несколько подходов к построению математических моделей конкуренции, которые описывают конкурентные взаимоотношения с помощью системы различных уравнений: использование математических моделей в экономике позволяет определить факторы конкурентоспособности предприятия, использование математических моделей в биологии позволяет определить конкурентоспособность видов животных и растений.

2.3. Конкуренция в экономической сфере.

Экономическая конкуренция

Если конкурент продает дешевле, чем вы, это демпинг; если вы продаете дешевле – это массовое производство.

Уильям Кнудсен

Базовые понятия: рыночная экономика, совершенная конкуренция, несовершенная конкуренция, регулируемая конкуренция, свободная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия, естественная монополия, ценовая конкуренция, неценовая конкуренция, внутриотраслевая конкуренция, межотраслевая конкуренция, псевдоконкуренция, черный сговор.

Существенными признаками рыночной системы является, конкуренция и развивающиеся на ее основе конкурентные отношения. Конкуренция – это неотъемлемая часть рыночной системы, показатель здоровой рыночной экономической системы. Если существует конкуренция, значит у потребителя существует выбор, т.е. на одном рынке присутствуют аналогичные товары и услуги – конкуренты.

Легальная дефиниция «конкуренция», закрепленная в законодательстве, существует лишь применительно к экономической сфере. Так, с точки зрения Российского законодательства «конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [214].

Наверное, это не случайно, поскольку понятие «конкуренция» – изначально использовалось только в экономической сфере (параграф 1.3).

Одним из первых данное понятие использовал Адам Смит, который говорил о «свободной конкуренции». В труде «Исследования о природе и причинах богатства народов» он высказывает мысль о том, что свободная конкуренция – основной механизм рыночного хозяйства, основной элемент взаимодействия между производителями и потребителями [187].

С развитием экономической теории как научного направления понятие «конкуренция» рассматривалось с точки зрения двух методологических подходов: 1) *акционистского* (от англ. *action* действие), или поведенческого; 2) *структурного*.

Представители *акционистского (поведенческого) подхода* рассматривают конкуренцию как деятельность,

направленную на достижение определенных выгод (например, обладание каким-либо ресурсом), либо возможности улучшения своего положения в сравнении с другими. Отметим, что в рамках данного подхода конкуренция не считается специфическим состоянием только в экономической сфере, а является особым видом действия и взаимодействия, которые проявляются в различных видах деятельности (политика, образование, средства массовой информации, спорт, шоу-бизнес, медицина и пр.).

Структурный подход представлен в работах классической и неоклассической экономических школ (С. Брю [107], К. Макконел [108], Ф. Найт [128], Дж. Стиглер [195] и др.).

Основная идея данного подхода: конкуренция существует только в рыночной экономике при наличии множества равносильных производителей с однотипной продукцией.

Представители неоклассической экономической школы разработали концепцию совершенной конкуренции: конкуренция возникает только тогда, когда присутствуют все условия (Дж. Стиглер [195]):

- 1) количество предприятий, производящих какой-либо продукт велико настолько, что ни одно из предприятий не может повлиять на цену конкурента;
- 2) производимые товары однотипны, и потребители не отдадут предпочтений товару какого-либо конкретного производителя;
- 3) предприятия действуют независимо друг от друга;
- 4) представители предприятий обладают полным знанием рыночных факторов.

Однако, как указывают представители несовершенной монополистической и динамической конкуренции, вышеперечисленные условия носят идеаль-

ный характер, т.е. на реальном рынке практически не встречаются.

Конкуренция является достаточно сложным явлением, которое классифицируется по нескольким признакам. Рассмотрим виды конкуренции более подробно.

Конкуренция (в общем понимании) – это соревнование за право получения большей части ограниченного ресурса определенного вида. Конкуренция производителей – это соревнование фирм за более выгодные условия производства и продажи товаров или услуг.

В зависимости от числа продавцов на рынке и от того, какие отношения складываются между ними, различают **два вида конкуренции** – совершенная (чистая) конкуренция и несовершенная.

1. *Совершенная конкуренция* – рынок, на котором очень много мелких фирм выпускает одинаковую (однородную) продукцию и нет возможности контролировать цены на нее. На рынке совершенной конкуренции продавец вынужден принимать рыночную цену, которая устанавливается в результате взаимодействия спроса и предложения, он является ценополучателем.

Число покупателей на этом рынке тоже очень велико. Никто из участников этого типа рынка не имеет информации больше, чем все остальные. Этот тип рынка – в большей степени теоретическая модель. В реальной жизни почти не существует рынков, на которых бы полностью выполнялись такие условия. Примерами могут быть рынки сельскохозяйственных продуктов, рынок рыбы, фондовый рынок (продажа ценных бумаг) и пр.

2. *Несовершенная конкуренция* представлена следующими типами: монополистическая конкуренция, олигополия, монополия.

Монополистическая конкуренция – это тип рынка, при котором большое количество небольших фирм производит схожую (но не однородную) продукцию и имеет возможность контролировать цены на нее.

Поднять цену на товар можно, только если ваш товар превосходит товар конкурента. Примерами рынков монополистической конкуренции могут быть небольшие магазины розничной торговли, цветочные киоски, книжные магазины, булочные и др. В реальной жизни это самый распространенный вид *рыночной конкуренции*.

Олигополия – это тип рынка, который принадлежит нескольким очень крупным фирмам.

В условиях олигополии количество фирм достаточно мало, поскольку существуют высокие барьеры для входа в отрасль: значительная сумма стартового капитала, необходимость лицензирования деятельности, коммерческая тайна, авторское право и др.

На рынке олигополии ценовая конкуренция менее эффективна. Если фирма снизит цену, то остальные поступят так же. В итоге у всех фирм упадут доходы. Цены на продукцию на рынке олигополии устанавливаются по принципу ценового лидерства: лидер отрасли устанавливает свою цену, остальные следуют за лидером.

На рынке олигополий конкуренция ведется вокруг потребительских свойств товаров. В условиях олигополии фирмы тратят огромные средства на рекламу. Практически вся дорогостоящая реклама на телевидении, радио, транспорте и т.п. – это реклама олигополий, например реклама рынков услуг мобильной связи.

Монополия – это тип рынка, на котором присутствует единственный продавец уникального (не имеющего заменителя) товара. Монополия невыгодна потребителям: монополист не заинтересован в повышении каче-

ства своей продукции, он имеет власть устанавливать часто завышенные цены. Чтобы не допустить образования новых монополий, государство проводит анти-монопольную политику.

В некоторых отраслях конкуренция может быть неэффективна: вызвать дополнительные неоправданные затраты. Представьте водоснабжение дома, когда каждая квартира подводит себе трубы от разных поставщиков. Такая конкуренция только увеличит затраты.

В этих случаях создаются естественные монополии.

Естественная монополия – ситуация, при которой предприятие может выпускать продукцию с меньшими издержками, чем несколько предприятий.

Другими примерами естественных монополий в российской экономике могут быть железнодорожные перевозки, метрополитен и пр.

Кроме того, монополистом считается изобретатель в отношении своего патента; композитор или художник – тот же монополист в отношении авторского права.

Понятие «монополия» содержит два важных момента: продавец единственный, а товар – уникальный, поэтому, используя рыночную власть, монополист устанавливает цены на свою продукцию, то есть является ценоустановителем.

По характеру регулирования конкуренции выделяют:

- 1) регулируемую;
- 2) свободную.

Регулируемая конкуренция возникает в обществе с высоким государственным участием. Государство отслеживает возникновение и развитие предприятий и

регулирует их деятельность через законы и законодательные акты.

Свободная конкуренция возникает на рынке со свободной экономической системой. Рынок развивается, поэтому на нем появляется большое количество предприятий с аналогичными параметрами. Они все хотят получать прибыль, поэтому начинают улучшать параметры своего продукта. Возникает конкуренция. Такая конкуренция никак не регулируется, не ограничивается.

С точки зрения несовершенной конкуренции на рынке происходит соперничество между производителями товаров и услуг за наиболее выгодные условия экономической деятельности. Выиграть конкурентную борьбу на рынке – значит повлиять на спрос и привлечь большее количество покупателей. Спрос с точки зрения рыночной экономики рассматривают как желание потребителей приобрести конкретный товар или услугу по конкретной цене (сравнивая эту цену с рядом возможных цен за определенный период времени). Повлиять на спрос в условиях конкуренции между большим количеством производителей можно с помощью снижения цены на товар, расширения ассортимента продукции и повышения качества товара, что порождает *необходимую ценовую и/или качественную конкуренцию* – производство более качественного продукта, либо демпинг цен.

Виды конкуренции по цене:

- 1) ценовая;
- 2) неценовая.

Ценовая конкуренция – конкуренция по ценовому признаку, возникает у предприятий с идентичными параметрами. Предположим, что предприятия производят один и тот же вид продукции, с одинаковыми параме-

трами, из одного вида ресурсов. Если эти предприятия действуют на одном рынке, то они могут конкурировать только по цене.

Ценовая конкуренция имеет свои особенности. Уровень цен не может служить индикатором качества и конкурентоспособности товаров либо услуг. Но он может стать инструментом маркетинговой деятельности (параграф 3.4). Более того, низкая цена нередко ассоциируется у потенциальных потребителей с низким качеством и, наоборот, высокая цена отнюдь не является гарантией качества товара или услуги. Все перечисленное приводит нас к выводу о том, что на настоящем этапе развития рынка сложный и зачастую слабо прогнозируемый результат, достигаемый в сфере ценовой конкуренции, не позволяет рассматривать ее в качестве высокоэффективного регулятора конкурентных отношений.

Неценовая конкуренция – конкуренция вне ценовых параметров возникает в том случае, если предприятие производит продукт с оригинальными свойствами. К ним можно отнести высокое качество или энергосберегающие характеристики. Потребитель выбирает такой продукт из множества других продуктов. Цена в данном случае не имеет принципиального значения. Потребители определяют спрос и рожают предложение. Возникают ситуации, при которых цена – не главный фактор выбора. Потребитель может использовать в качестве основного интересующего его критерия продукта (товара) качество, количество, потребительские характеристики и др.

Другими словами, для того чтобы предприятие стало конкурентоспособным необходимо обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции. Конкурентоспособность продукции – способность

продукции удовлетворять потребность покупателей на более высоком уровне по сравнению с продукцией конкурентов; это способность продукции выдерживать конкуренцию, т.е. быть выгодно реализованной наряду или вместо другой продукции.

Оценка конкурентоспособности производителя является важным инструментом принятия управленческих решений различными субъектами рынка. В настоящее время общепринятой методики оценки конкурентоспособности организации не существует. Однако в параграфе 2.2 настоящего монографического исследования представлены математические модели в экономике, позволяющие приблизиться к решению обозначенной проблемы.

Конкуренцию также можно классифицировать *по масштабам развития*, она может быть:

1) индивидуальной – один участник рынка стремится выбрать наилучшие условия купли-продажи товаров и услуг;

2) местной – ведется среди товаровладельцев какой-то территории;

3) отраслевой – в одной из отраслей рынка идет борьба за получение наибольшего дохода;

4) межотраслевой – соперничество представителей разных отраслей рынка за привлечение на свою сторону покупателей в целях извлечения большего дохода;

5) национальной – состязание отечественных товаровладельцев внутри данной страны;

6) глобальной – борьба предприятий, хозяйственных объединений и государств разных стран на мировом рынке.

Кроме всего перечисленного, существует еще *закон капиталистической конкуренции* (по Карлу Марксу).

К. Маркс различал две формы капиталистической конкуренции: внутриотраслевую и межотраслевую.

Внутриотраслевая конкуренция – конкуренция между предпринимателями, производящими однородные товары, за лучшие условия производства и сбыта, за получение сверхприбыли. Товары реализуются исходя из общественно необходимых затрат, которые образуют рыночную стоимость.

Межотраслевая конкуренция – это конкуренция между предпринимателями, занятыми в различных отраслях производства, за выгодное приложение капитала, перераспределение прибыли.

Высокая конкурентоспособность организации обусловливается наличием следующих признаков:

1) потребители довольны и готовы купить повторно продукцию этой организации;

2) общество, акционеры, партнеры не имеют претензий к организации;

3) работники гордятся своим участием в деятельности организации.

Оценка конкурентоспособности предприятия является важным инструментом принятия управленческих решений. При этом общепринятой методики ее оценки не существует.

Влияние конкуренции на рынок

С точки зрения экономики конкуренция на свободном рынке – это борьба коммерческих предприятий, цель которых – получить максимальную прибыль, однако рассматривается как положительное явление. Но конкурентная среда не лишена и недостатков. Перечислим основные преимущества и недостатки конкуренции на рынке (табл. 8).

Таблица 8

Влияние конкуренции на рынок

Положительное	Отрицательное
<p>1) Не допускает возникновения дефицита продукции и услуг;</p> <p>2) способствует формированию справедливых цен в отличие от монополии, при которой у потребителя нет возможности выбора товара;</p> <p>3) стимулирует производителей и продавцов быть гибкими, подстраиваться под потребительские запросы, работать над снижением себестоимости и повышением качества, заботиться об ассортименте;</p> <p>4) запускает процессы изменений и совершенствования, т.е. является движущей силой научно-технического прогресса, без которого качество жизни населения не будет улучшаться</p>	<p>1) Риск применения ценового демпинга, который приводит к снижению качества продуктов в долгосрочной перспективе;</p> <p>2) некомфортные условия для начинающих предпринимателей: по статистике три из четырех предприятий закрываются в первый год после выхода на рынок, что может привести к возникновению монополии;</p> <p>3) риск использования недобросовестных приемов вытеснения конкурентов с рынка;</p> <p>4) возможность появления псевдоконкуренции на рынке;</p> <p>5) риск возникновения черного сговора</p>

В развитых странах применяются сдерживающие факторы. Работают антимонопольные законы, с помощью которых реализуются два метода защиты предпринимателей:

1) запрещается образование искусственных монополий;

2) продукция и услуги естественных монополий предлагаются по твердым ценам (билеты на транспорт, почтовые услуги, электроэнергия, газ, нефть).

Как конкурентная борьба приводит к появлению монополиста, можно понять на примере.

В одном районе города одновременно открываются две парикмахерские. У владельца первой – достаточно начального капитала, у второго – его нет. Первый владелец привлекает клиентов современным оборудованием, комфортной мебелью, дизайном помещения. Он посылает мастеров на обучение, дает рекламу.

Есть возможность применить и нечестные приемы: переманить из другой парикмахерской обученные кадры, предложить им более высокую зарплату. Имея начальный капитал, владелец парикмахерской не разорится, даже если несколько месяцев будет работать без прибыли. У владельца второго предприятия такой возможности нет, и вскоре он закрывает точку. В районе остается одна парикмахерская-монополист, которая теперь может устанавливать завышенные цены, не повышая уровень качества.

Таким образом, конкуренция является необходимым и определяющим условием нормального функционирования рыночной экономики, но, как любое явление, имеет свои преимущества и недостатки. Если сопоставить минусы и плюсы конкуренции, последние перевешивают. Можно сделать вывод, что конкуренция в экономической сфере носит позитивный, созидательный характер. В экономической теории принято считать, что конкуренция – это благо. Однако не стоит забывать о так называемом черном сговоре производителей/продавцов и псевдоконкуренции.

Черный сговор – еще один крупный недостаток рыночной конкуренции.

Антиконкурентные соглашения можно условно разделить на пять типов согласно Федеральному Закону «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 19.12.2016) [214]:

1) горизонтальные соглашения – картели (п. 1 ст. 11). Они заключаются между конкурентами;

2) недопустимые вертикальные соглашения (п. 2 ст. 11, ст. 12). Они заключаются между продавцом и покупателем;

3) иные недопустимые антиконкурентные соглашения между хозяйствующими субъектами (п. 3, 4 ст. 11, ст. 12);

4) антиконкурентные соглашения с участием органов власти (ст. 16);

5) антиконкурентные соглашения между организаторами, заказчиками и участниками торгов (п. 1 ст. 17).

Более подробно правовые аспекты регулирования конкуренции в экономической сфере/на финансовом рынке будут раскрыты в параграфе 3.2.

Когда с рынка уходят почти все мелкие игроки, остаются несколько крупных, у которых появляется возможность договариваться между собой о том, какие цены устанавливать. В итоге страдают покупатели, вынужденные мириться с искусственным завышением цены.

Псевдоконкуренция – ситуация на рынке, когда конкуренция носит мнимый характер и когда создается видимость конкурентной борьбы при отсутствии явных нарушений антимонопольного законодательства [42].

Другими словами, псевдоконкуренция предполагает использование мультибрендовой маркетинговой стратегии и создает иллюзию конкуренции между собственными брендами на мировом уровне.

Среди самых дорогих брендов мира в тройке лидеров находится известная всем компания “The Coca-Cola Company”. Компании принадлежит 5 из 6 самых продаваемых мировых брендов безалкогольных напитков: Coca-Cola, Diet Coke, Fanta, Schweppes и Sprite и др. На территории Российской Федерации данная компания выпускает продукцию под 18 различными брендами [42].

Таким образом, в экономической сфере конкуренция рассматривается как борьба коммерческих предприятий, цель которых – получить максимальную прибыль, однако регулируемая конкуренция считается благом для экономики, поскольку она не допускает возникновения дефицита продукции и услуг, способствует формированию справедливых цен, стимулирует производителей и продавцов быть гибкими, является движущей силой научно-технического прогресса и др. При этом выделяют: совершенную и несовершенную, регулируемую и свободную, монополистическую конкуренцию, олигополию, монополию, естественную монополию, ценовую и неценовую, внутриотраслевую и межотраслевую конкуренцию, а также два вида недобросовестной конкуренции – псевдоконкуренция и черный сговор.

Ни для кого не секрет, что конкуренция – это неотъемлемая часть рыночной среды, необходимое условие развития предпринимательской деятельности, конкуренцию даже называют кровеносной системой рыночной экономики. Рыночный характер экономических отношений означает свободу выбора для поку-

пателя и продавца, т.е. присутствие на одном рынке аналогичных товаров и услуг – конкурентов. Механизм рынка действует через соотношение спроса и предложения, что предполагает необходимую ценовую и/или качественную конкуренцию.

Конкурентоспособность организации – понятие относительное, оно может быть выявлено только на основе сравнения ряда объектов, ее сравнительные конкурентные преимущества определяются по отношению к другим организациям, действующим на данном рынке.

Конкуренция предполагает свободу вступления экономических единиц в любую отрасль и свободу выхода из нее. Эта свобода необходима для того, чтобы экономика могла надлежащим образом адаптироваться к изменениям вкусов потребителей, технологии или предложения ресурсов.

Конкурентоспособность предприятия предполагает его способность осуществлять эффективный экономический контакт с потребителями, поставщиками и конкурентами.

Сегодня мы понимаем, что чем ожесточеннее конкуренция на внутреннем рынке, тем лучше национальные фирмы оказываются подготовленными к борьбе за рынки за рубежом, и тем в более выгодном положении оказываются потребители на внутреннем рынке и по уровню цен, и по качеству продукции. Ведь конкурентоспособная продукция должна иметь такие потребительские свойства, которыми бы она выгодно отличалась от сходной продукции других конкурентов.

2.4. Конкурентология и биология. Закон конкурентного исключения

Конкуренция – динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющий ландшафт.

М. Портер

Базовые понятия: биоценоз, механизм устойчивого развития, естественный отбор, конкурентная борьба, «диффузная» конкуренция, принцип конкурентного исключения, эксплуатационная конкуренция, внутривидовая конкуренция, межвидовая конкуренция, прямая конкуренция, косвенная конкуренция, трофическая конкуренция, топическая конкуренция, репродуктивная конкуренция.

Конкурентные отношения можно наблюдать не только между людьми, конкуренция существует между растениями и животными на земле, в воздухе и даже в воде. Например, губки и кораллы, соперничают в океанах за пространство, а гремучие змеи в пустынях сражаются за еду.

В биологии конкуренцию рассматривают как взаимоотношение видов со схожими потребностями. Виды существуют за счет общих ресурсов, которые, как известно, всегда ограничены. Когда такие виды обитают совместно, каждый из них находится в невыгодном положении, поскольку присутствие другого уменьшает возможности в овладении пищей, убежищем и другими жизненно важными средствами к существованию.

Конкуренция и борьба за существование являются неотъемлемыми движущими силами эволюции. В основе преобразования видов в природе лежат такие свойства организмов, как наследственность и измен-

чивость, а также постоянно происходящий в природе *естественный отбор* – своего рода конкуренция за право продолжить свой род, процесс, обеспечивающий выживание сильных особей, которые передают лучшие гены следующим поколениям.

Естественный отбор осуществляется через сложное взаимодействие организмов друг с другом и с факторами живой природы. Как говорит Виктория Фролова, «естественный отбор: выживает тот, кто выживает других». Такие взаимоотношения Ч. Дарвин назвал борьбой за существование. Результатом такой борьбы является приспособленность организмов к условиям их обитания.

Под действие естественного отбора могут попасть либо определенные особи, либо целые группы. В результате группового отбора часто накапливаются признаки и свойства, невыгодные для отдельной особи, но полезные для целого вида. Например, ужалившая пчела гибнет, но, нападая на врага, она сохраняет потомство.

В 1930 г. Р. Фишер вывел основную теорему естественного отбора, согласно которой более активные особи, лучше использующие энергию внешней среды, вытесняют в процессе смены поколений менее активных особей.

Естественный отбор – это своего рода конкурентная борьба, конкурентные взаимоотношения, наблюдаемые между организмами, для которых необходимы одинаковые или схожие условия жизни.

В природе, однако, среда изменчива в пространстве и во времени, что дает возможность сосуществования многих конкурентов. Если погодные условия меняются в пользу то одного, то другого вида, начинающиеся процессы вытеснения ими друг друга не доходят до конца. Например, во влажные годы в ниж-

нем ярусе леса могут разрастаться мхи, а в сухие – их теснит покров осоки волосистой или других трав. Эти виды уживаются также в одном фитоценозе, занимая разные по условиям увлажнения участки леса. Кроме того, виды, конкурирующие не за один, а за несколько ресурсов, часто имеют разные пороги ограничивающих факторов, что также мешает завершиться процессам конкурентного исключения. Так, американский ученый Д. Тилман, культивируя совместно два вида диатомовых водорослей, выяснил, что они не вытесняют друг друга, потому что имеют разную чувствительность к недостатку азота и кремния. Вид, способный в размножении опередить другой при низком содержании азота, не может этого достичь из-за нехватки для него кремния, тогда как его конкуренту, наоборот, достаточно кремния, но мало азота.

Конкурирующие виды могут уживаться в сообществе и в том случае, если повышение численности более сильного конкурента не допускается хищником. В этом случае деятельность хищника приводит к повышению видового разнообразия. В одном из опытов со дна прибрежного участка моря, где обитало 8 видов беспозвоночных (мидий, морских желудей, морских уток, хитонов), удалили хищника – морскую звезду, питавшуюся в основном мидиями. Через некоторое время мидии заняли весь участок дна, вытеснив все остальные виды.

Таким образом, с точки зрения биологии существует *биоценоз*, согласно которому в каждой группе организмов существует значительное число потенциальных или реальных конкурентов, состоящих в отношении друг с другом. Вид может не иметь сильных соперников, но испытывать влияние со стороны других видов, частично использующих его ресурсы. В этом случае го-

ворят о «диффузной» конкуренции, исход которой также зависит от многих обстоятельств и может закончиться вытеснением данного вида из биоценоза.

Как можно заметить, конкуренция чрезвычайно широко распространена в природе. Конкурентное взаимодействие может касаться территории, пищи, света, зависимости от хищников и других врагов, подверженности болезням и действию различных экологических факторов.

Необходимо иметь в виду, что конкуренцией нельзя считать просто использование организмами одного и того же ресурса. О конкурентном взаимодействии можно говорить только в том случае, когда этот ресурс ограничен и его совместное потребление приводит к борьбе за данный ресурс.

Конкуренция в биологии в большинстве своем отрицательно сказывается на обоих взаимодействующих партнерах в отличие от конкуренции между людьми, товарами, услугами, предприятиями.

Хотя справедливости ради отметим, что вид *Homo sapiens* миллион лет тому назад тоже появился в результате жестокой борьбы со смертью. Эта борьба обеспечила посредством труда большой поток свободной энергии, чем любая другая.

Виды конкуренции в биологии

Формы конкурентного взаимодействия в биологии могут быть различны – от прямой физической борьбы до мирного совместного существования. Тем не менее если два вида и более с одинаковыми потребностями оказываются на одной территории, то рано или поздно один конкурент вытеснит другого. Это одно из наиболее общих правил, которое получило название «**закон конкурентного исключения**», этот закон сформулирован Г.Ф. Гаузе. В самом общем смысле этот закон

можно трактовать так: «два конкурирующих вида вместе не уживаются».

В связи с этим Ч. Дарвин выделял **три формы борьбы за существование**: внутривидовую, межвидовую и борьбу с неблагоприятными условиями среды.

1. *Внутривидовая борьба* – взаимоотношения между особями одного вида. Это может быть борьба за территорию, состязание за добычу, борьба за самку, конкуренция за главенство в стае и т.п.

Внутривидовая борьба является самым жестоким видом борьбы, поскольку особи конкурируют между собой за одинаковые условия существования, источники питания, возможности размножения и т.д. Результатом этой борьбы является преимущественное право на размножение более приспособленных особей и гибель менее приспособленных.

У некоторых организмов под влиянием внутривидовой конкуренции за пространство сформировался интересный тип поведения. Его называют территориальностью, что свойственно многим видам птиц, некоторым видам рыб и другим животным.

Например, у птиц территориальный тип поведения проявляется следующим образом. В начале сезона размножения самец выбирает территорию для обитания и защищает ее от вторжения самцов того же вида (пение птиц весной – сигнал о праве собственности на занятый участок). Самец, строго охраняющий свой участок, имеет больше шансов успешно спариться и построить гнездо, тогда как самец, не способный обеспечить себе территорию, размножаться не будет.

Территориальное поведение можно считать биологическим регулятором, поскольку оно одинаково позволяет избегать как перенаселения, так и недонаселенности.

У растений тоже существует внутривидовая конкуренция – самоизреживание. Начинается этот процесс с захвата территории где-нибудь на открытом месте. Недалеко от большой ели, дающей множество семян, появляется несколько десятков всходов маленьких елочек. Популяция растет и захватывает территорию. С течением времени между деревьями появляется неизбежная разница в росте. Слабые елочки начинают все больше испытывать затенение со стороны более высоких деревьев, что постепенно ведет к отмиранию слабых. В итоге через некоторое количество лет на поляне от сотни елочек остается два-три дерева, наиболее сильных из всего поколения.

Таким образом, внутривидовая конкуренция является важным фактором саморегулирования популяций.

2. *Межвидовая борьба* – взаимоотношения между особями разных видов. Конкуренция между видами чрезвычайно широко распространена в природе (вытеснение одного вида другим, конкуренция между растениями в лесу за свет, паразитизм, хищничество и др.).

Формы проявления межвидовой конкуренции могут быть различны – от жестокой борьбы до почти мирного сосуществования. Этот тип взаимоотношений может также предполагать использование одним видом другого. Такие взаимоотношения строятся по типу «хищник – жертва», «травоядное животное – растение», «хозяин – паразит». Но борьба за существование может представлять собой и взаимовыгодные отношения между особями разных видов. Так, например, млекопитающие и птицы разносят семена и плоды, а насекомые переносят пыльцу цветковых растений. В результате борьба способствует эволюции двух и более видов, обуславливает возникновение взаимных приспособлений.

Межвидовая конкуренция обусловлена тем, что представители разных видов сообществ используют одни и те же пищевые ресурсы (одни и те же виды жертв у хищников), территории как ресурс (наличие мест для выведения потомства, убежищ для защиты от врагов) и т.д.

Состояние конкуренции в долговременном аспекте энергетически не выгодно обоим конкурентам, поэтому в природе реализуются разнообразные механизмы, снижающие интенсивность межвидовых конкурентных отношений, основанные, в частности, на разделении ресурсов и формировании различающихся экологических ниш.

3. *Борьба с неблагоприятными условиями среды.*

Борьба с неблагоприятными условиями природы (абиотические факторы) – выживание наиболее приспособленных особей, популяций и видов в изменившихся условиях природы.

Наблюдается в тех случаях, когда внешние условия среды ухудшаются, например: происходят суточные и сезонные колебания температуры, появляется повышенная влажность или сухость окружающей среды и т.п.

Животным и растениям удается выживать в борьбе с неблагоприятными условиями посредством, например, сезонной смены меха (линька) у млекопитающих, летней и зимней спячки у животных, сезонных перелетов птиц, приспособления к сохранению влаги у растений в пустыне и т.п.

Борьба с негативными факторами происходит постоянно, поскольку не бывает в природе абсолютно стабильных условий. Условия среды постоянно меняются, живые организмы вынуждены либо приспособиться к ним, либо погибнуть.

Как внутривидовая и межвидовая конкуренции, так и борьба с неблагоприятными условиями среды могут иметь большое значение в формировании разнообразия видов и в изменении численности организмов. В параграфе 2.2 монографии представлено использование математических моделей в биологии для определения конкурентоспособности видов животных и растений.

С точки зрения теории эволюции выделяют *прямую* и *косвенную борьбу за существование*.

Прямая борьба за существование – любые взаимоотношения, при которых между особями одного или разных видов наблюдается физический контакт. В результате прямой конкуренции между популяциями видов складываются антагонистические отношения, выражающиеся разными видами взаимного угнетения (дракой, перекрытием доступа к ресурсу и пр.). Антагонистическое отношение проявляется в соперничестве между самцами за самку, во взаимоотношениях между хищником и жертвой и т.п. Прямая борьба может быть внутривидовой и межвидовой. При прямой межвидовой борьбе происходит совершенствование приспособлений особей обоих видов (хищника и жертвы, паразита и хозяина). Такая конкуренция бывает физической, психологической или химической. Например, самцы, соревнующиеся за право обладать самкой, могут бороться между собой, демонстрировать свой внешний вид, чтобы затмить соперника, либо с помощью запаха могут держать соперников на расстоянии. Борьба за самок, пространство и свет часто приводит к активной конкуренции.

Косвенная борьба – любые взаимоотношения между особями разных популяций без непосредственного контакта друг с другом. При косвенной *конкуренции*

один из видов монополизирует ресурс или местообитание, ухудшая при этом условия существования конкурентного вида. Например, суслики в сухой степи выедают 40 % растительного прироста. Это значит, что пастбища могут прокормить меньшее число сайгаков или овец.

В природе конкурировать могут как близкие виды, так и представители разных групп.

В биологии различают **три вида конкуренции**: *трофическую* (борьба травоядных животных за пищу), *топическую* (борьба животных за место обитания) и *репродуктивную* (борьба между самцами за воспроизведение потомства).

Проанализировав каждый из видов конкуренции, можно прийти к выводу о том, что существует два основных **последствия конкуренции в биологии**: 1) один вид вытесняет другой (конкурентное исключение); 2) два и более видов сосуществуют вместе (взаимоотношения между светолюбивыми и теневыносливыми растениями).

Принцип конкурентного исключения (закон Г.Ф. Гаузе) предполагает, что из двух совместно обитающих видов с одинаковыми потребностями один обязательно вытесняет другой. Два одинаковых в биологическом отношении вида сосуществовать не могут. Конкуренция особенно сурова между организмами, обладающими схожими потребностями. В результате конкуренции в сообществе совместно уживаются только те виды, которые сумели хотя бы немного разойтись в экологических требованиях.

Например, насекомоядные птицы, кормящиеся на деревьях, избегают конкуренции друг с другом благодаря разному характеру поиска добычи на разных частях дерева.

Таким образом, межвидовая конкуренция может иметь два результата: 1) вытеснение одного из двух видов из сообщества; 2) расхождение обоих видов по экологическим нишам.

Причины вытеснения одного вида другим могут быть различны. Поскольку экологические спектры даже близких видов никогда не совпадают полностью, при общем сходстве требований к среде виды все же чем-либо отличаются друг от друга. Даже если такие виды мирно уживаются вместе, но интенсивность размножения одного чуть больше, чем другого, то постепенное исчезновение из сообщества второго вида лишь дело времени, т.к. с каждым поколением все больше и больше ресурсов оказывается захваченным более конкурентоспособным партнером.

У растений подавление конкурентов происходит в результате перехвата минеральных питательных веществ и почвенной влаги корневой системой, а солнечного света листовым аппаратом; а также в результате выделения токсичных соединений.

Часто межвидовая конкуренция бывает асимметричной, когда один вид страдает от конкуренции больше, чем другой. Существует несколько способов негативных взаимоотношений, начиная от косвенных, таких как конкуренция за ограниченные ресурсы (*эксплуатационная конкуренция*) или наличие хищника, общего для нескольких видов (*косвенная конкуренция*), и заканчивая прямыми взаимоотношениями, такими как применение физических сил для вытеснения конкурента или лишения его возможности пользоваться ресурсами (*активная конкуренция*). Пример активной конкуренции – действия казарок. На скалистых морских берегах очень ценится свободное пространство,

и казарки пользуются любым случаем, чтобы столкнуть своих соседей с камней.

Ч. Дарвин считал, что межвидовая конкуренция должна быть сильнее между близкими видами, поскольку они, как правило, потребляют схожие ресурсы, хотя в последнее время данное мнение широко оспаривается. Последствия конкуренции между представителями одного вида (внутривидовой конкуренции) зависят от плотности популяции. Чем она выше, тем сильнее воздействие конкуренции на каждую особь. Внутривидовая конкуренция рассматривается как один из основных процессов, тормозящих рост популяции. Некоторые популяции могут никогда не достичь достаточно высокой плотности или могут истощить ресурсы в такой степени, что последствия внутривидовой конкуренции окажутся весьма значимыми.

Таким образом, в биологии конкуренцию рассматривают как взаимоотношение видов со схожими потребностями, существующее за счет общих ресурсов. Конкуренция и борьба за существование являются неотъемлемыми движущими силами эволюции. С точки зрения теории эволюции выделяют прямую и косвенную борьбу за существование. Различают также три формы конкурентной борьбы (внутривидовую, межвидовую и борьбу с неблагоприятными условиями среды) и три вида конкуренции (трофическую – борьба травоядных животных за пищу; топическую – борьба животных за место обитания; репродуктивную – борьба между самцами за воспроизведение потомства).

Конкуренция приводит к естественному отбору в направлении увеличения экологических различий между конкурирующими видами и образованию ими разных экологических ниш, что способствует поддержанию видового разнообразия биоценозов.

2.5. Конкурентология и социология.

Социальная конкуренция

Конкуренция – единственный метод взаимной координации наших индивидуальных действий без принуждения или произвольного вмешательства со стороны властей.

Фридрих Хаек

Базовые понятия: социальная конкуренция, экономическая социология.

Чтобы показать связь конкурентологии с социологией, необходимо, прежде всего, дать определение понятию «социология». Социологией называется наука, которая изучает коллективное поведение, т.е. системы социальных действий и их взаимоотношения. Объектами изучения социологии являются общества, институты и социальные отношения.

Социология пытается постичь поведение человека, детерминированное, прежде всего, культурой, бытом, социальной организацией и другими подобными факторами. При этом, естественно, в поле зрения исследователя попадают различные причинно-следственные связи, отношения и зависимости, т.е. социальное поведение изучается в динамике. Хотя социология обращает внимание и на индивида, центральными объектами ее исследования являются социальные группы, а также социальные процессы. Она описывает и рассматривает среди прочего модели социальных ценностей, социальных перемен, отклоняющегося поведения, религиозного поведения и семейной жизни. Социология исследует различия, которые существуют между социальными классами, политическими и профессиональ-

ными группами и другими социальными объединениями. При этом она не интересуется собственно межличностными различиями.

До недавнего времени самостоятельное место социологии среди других наук было очень спорным. Некоторые ученые считали, что социология – простая сумма достижений других (конкретных) наук, которые накапливают свой материал с помощью наблюдения фактов реальной жизни.

В социальных науках широко рассматривается феномен конкуренции, в частности в экономической социологии. Представители данного научного направления рассматривают конкуренцию как действие, направленное на достижение определенных преимуществ, т.е. действия соперничающего и соревновательного характера отдельных агентов (граждан, организаций, социальных групп и общностей), направленные как на обладание каким-либо ресурсом, так и на возможности улучшения своего положения по сравнению с другими. При этом конкуренция не является специфическим состоянием, присущим только рыночной экономике, а является особым видом действия и взаимодействия (для экономистов – экономического, для экономических социологов – социального).

Социальный контакт ведет к взаимодействию, а конкуренция и есть взаимодействие. Она всегда осложняется другими процессами, а именно – конфликтом, ассимиляцией (уподоблением) и аккомодацией (приспособлением).

В связи с этим актуализируется вопрос о необходимости социологического осмысления механизмов формирования конкурентоспособного потенциала индивида или группы.

Связь конкурентологии и социологии четко прослеживается в исследовании Ф. Котлера. Он работал над выявлением удовлетворения потребностей социума.

По Ф. Котлеру, ключевой идеей маркетинга является выявление и удовлетворение потребностей социума, то есть формирование такого предложения, которое социуму интересно и, следовательно, востребовано им. Кроме того, во внешней среде существуют силы, способные влиять на формирование предложения, прямые и косвенные конкуренты, способные создать предложения-аналоги. При этом всегда существует вероятность появления предложения-заменителя, которое может заинтересовать адресный сегмент в большей степени вне зависимости от его схожести с сформированным предложением.

Это позволяет утверждать, что конкурентоспособность – это способность создать предложение, дающее преимущества. В то же время конкурентоспособность – интегрированный феномен, на формирование которого влияют многие факторы внешнего и внутреннего пространства, которые взаимосвязаны и взаимозависимы между собой. При этом можно предположить, что именно интегрированность является причиной множественности и фрагментарности определений этого феномена.

Основным аспектом рассмотрения конкурентоспособности выступает конкуренция, а способом построения – создание конкурентных преимуществ. В то же время в целом в области управления наметилась тенденция к переходу к мягким формам, в основе которых лежат технологии сотрудничества (корпоративная – групповая – конкуренция). При этом понятие «сотруд-

ничество» относится к социальной жизни, а следовательно, изучается социологией.

Социальная конкуренция

В энциклопедии социологии конкуренция определяется как: «1. Соперничество, борьба индивидов или социальных групп за обладание ограниченными благами. 2. Нормативно регулируемый социальный процесс, когда индивиды или группы стремятся к одной и той же цели, достижение которой одними исключает других, в отличие от кооперации и сотрудничества. 3. Борьба за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров, характерная для товарного производства, основанного на частной собственности на средства производства. 4. В биологии – взаимоотношения между организмами одного и того же или разных видов, основанные на борьбе за средства существования и условия размножения» [194].

Как видно, конкуренция понимается в социальном, экономическом и биологическом смыслах. И хотя предложенный возможный спектр вариантов понимания конкуренции здесь крайне ограничен, неполон (существуют еще политическая конкуренция, конкуренция правовых норм и проч.), он представляется весьма подходящим для целей определения категории «социальная конкуренция». Дело в том, что можно выделить биологический, экономический и, собственно, социологический подходы к пониманию социальной конкуренции.

Биологический подход

В рамках данного подхода природа происходящих в обществе социальных процессов объясняется естественными законами природы. Конкуренция между живыми организмами признается в качестве объективного условия их взаимодействия. Она проявляется, как

пояснил Ч. Дарвин, внутри одного вида и между разными видами, в борьбе с жизненными условиями, ведет к естественному отбору и эволюции видов. Ученый отмечал: «Принцип сохранения или выживания наиболее приспособленного я назвал Естественным отбором. Он ведет к улучшению каждого существа по отношению к органическим и неорганическим условиям его жизни и, следовательно, в большинстве случаев и к тому, что можно рассматривать как повышение организации» [50]. В рамках рассматриваемого подхода наблюдается экстраполяция концептов борьбы за выживание, естественного отбора на социальную сферу. Основной тезис социал-дарвинистов состоит в том, что конкуренция в обществе осуществляется по аналогии с конкуренцией в живой природе. Поэтому теоретики социал-дарвинизма (например, Г. Спенсер [192]; Л. Гумплович [49]) характеризовали конкуренцию как беспощадную и непрерывную борьбу за существование, а выживание сильнейшего, его господство, поражение и эксплуатацию побежденных, неравенство социальных групп как естественные закономерности развития обществ.

Однако столь буквальный перенос принципов и закономерностей существования, функционирования и развития живой материи на материю социальную порождает вполне справедливые нарекания. Не вызывает сомнений, что человек – существо биологическое, а значит, будучи частью живой природы, подчиняется в значительной мере ее законам. Но одной лишь биологической стороной сущность человека не исчерпывается. Социальность – неотъемлемая часть природы человека, а социальная сфера, как известно, существенно отличается от царства животных и растений. Сообщество людей напрямую не воспроизводит логику

происходящих в животном мире процессов, и, более того, исключительно этой логикой не ограничивается.

Социальная конкуренция не тождественная конкуренции биологической и отличается от последней по целому ряду параметров. Например, в основе конкуренции в растительном и животном мире лежат, как отмечалось ранее, объективные биологические законы. Конкуренция же в обществе детерминирована иными факторами (экономическими, политическими, культурными, историческими, экономическими, социально-политическими, социально-культурными). Несложно проиллюстрировать этот тезис на конкретно-исторических примерах (взяв, в частности, в качестве предмета рассмотрения вопрос влияния идеологии на социальные процессы в целом и социальную конкуренцию в частности). Так, национал-социализм (идеологическая основа Третьего рейха), базирующийся на постулате превосходства «арийской расы» над другими расами, стал теоретическим обоснованием Холокоста, который в интересующем нас аспекте можно рассматривать в качестве целенаправленной государственной политики насильственного перераспределения ресурсов (имущество, рабочие места, «жизненное пространство») от одних этнических групп («расово неполноценных»: евреев, цыган, славян) в пользу других («расово полноценных» – немцев). Другой пример. Реализация идеологии коммунизма в советском государстве коренным образом повлияла на социальный ландшафт: привилегированные в реалиях царской России сословия (дворянство, духовенство, купечество) были упразднены, а их представители лишены прежних привилегий, значительной части собственности, некоторые были репрессированы.

Отличаются биологическая и социальная конкуренция и по своим результатам. В случае с биологической конкуренцией в качестве такового выступает естественный отбор: выживание сильнейших или, точнее сказать, наиболее приспособленных, адаптивных биологических особей с последующей передачей их генетического материала последующим поколениям (т.е. естественный отбор есть объективный процесс статистической трансформации популяций живых организмов, предполагающий увеличение доли особей с выгодными наследственными признаками). В обществе людей же осуществляется сознательный социальный отбор, предполагающий наличие некоего третьего (арбитра), отдающего в соответствии с неким субъективно установленным набором критериев предпочтение социальным субъектам, в большей степени соответствующим определенным требованиям. Более того, как указывает Г. Зиммель, социальная конкуренция не предполагает устранения противника, нанесения ему непосредственного вреда: «Для социологической сути конкуренции прежде всего характерно, что борьба здесь неявная. Если противнику нанесен непосредственный ущерб или он устранен с пути, то конкуренции тут уже больше нет... Поэтому в то время как во многих других видах борьбы победа над противником не только непосредственно приносит награду, но и сама по себе уже есть награда, в случае конкуренции выступают две других комбинации: где победа над конкурентом есть по времени первая необходимость, там эта победа еще сама по себе ничего не значит, но цель всей акции достигается лишь благодаря тому, что обнаруживается ценность, сама по себе совершенно независимая от этой борьбы» [69, с. 404]. Таким образом, социальная конкуренция, в отличие от конкуренции

биологической, есть процесс не объективный, а субъективный, при этом не предполагающий нанесение урона оппоненту, а значит, не ставящий на повестку вопрос физического выживания аутсайдера.

Также конкуренция в человеческом обществе, в отличие от биологической конкуренции, подвержена регулятивному воздействию социальных норм. Если соперничество животных основано на их природных инстинктах, то взаимодействие между людьми (в том числе конкурентное) в норме подчинено требованиям разнообразных правовых, моральных, религиозных, этических правил. Рассмотрим этот тезис на примере конкуренции между абитуриентами за бюджетные места в вузе. Согласно ч. 3 ст. 5 ФЗ «Об образовании в РФ» гарантируется право каждого на образование в России независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного, социального и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств. А в п. 2 ч. 1 ст. 3 ФЗ «Об образовании в РФ» прямо указывается на недопустимость дискриминации в сфере образования. В силу п. 1 ст. 70 ФЗ «Об образовании в РФ», если иное не предусмотрено законом, прием на обучение по программам бакалавриата и программам специалитета проводится на основании результатов единого государственного экзамена. Таким образом, российское законодательство устанавливает равные для всех условия в вопросе конкуренции абитуриентов за бюджетные места. Однако в этом же вопросе можно найти примеры позитивной дискриминации. Так, в соответствии с п. 1 ч. 5 ст. 5 ФЗ «Об образовании в РФ» органы государственной власти и органы местного самоуправления должны создать необходимые

условия для получения качественного образования лицами с ограниченными возможностями здоровья, в том числе посредством организации инклюзивного образования этих лиц. При этом согласно ч. 5 ст. 71 ФЗ «Об образовании в РФ» право на прием на обучение по программам бакалавриата и программам специалитета за счет бюджетных ассигнований в пределах установленной квоты имеют дети-инвалиды, инвалиды I и II групп, инвалиды с детства.

Экономический подход

В его рамках предметом исследования выступают поведенческие особенности субъектов экономической деятельности. Данный подход актуален, в первую очередь, для экономической социологии. Так, российский экономический социолог В.В. Радаев определяет конкуренцию как «действия двух и более участников рынка, нацеленные на получение одного и того же ограниченного ресурса, доступного при определенных усилиях с их сторон» [158, с. 320]. С.И. Григорьев характеризует конкуренцию как «борьбу за прибыль, конкурентоспособность товаров и услуг, в которой конкуренты применяют легитимные и нелегитимные методы, способы и приемы» [48, с. 219]. Однако для целей настоящей работы подобное понимание конкуренции не может быть принято за основу. Взаимодействие экономических агентов в контексте их соперничества за имущественные блага нами рассматривается в рамках категории «экономическая конкуренция» (которой отведен отдельный параграф). По этой причине (дабы исключить наложение объемов используемых понятий друг на друга) данный пласт отношений не включается нами в категорию «социальная конкуренция».

Собственно *социологический подход* (не предполагающий постановку акцента на биологию и/или экономику).

Приведем несколько предложенных в науке определений социальной конкуренции. Ю.И. Жемерикина и С.А. Падалка указывают, что «социальная конкуренция – это конкуренция в обществе между людьми за определенные ресурсы. Данные ресурсы весьма разнообразны – должность в компании, знания, умения и навыки, информация и т.д.» [65, с. 18]. Также высказано мнение, что конкуренция в социальном аспекте есть «борьба за положение в обществе, взаимодействия людей для достижения индивидуальных или общих целей» [38, с. 93]. В.Г. Немировский и А.В. Мальцева предлагают рассматривать социальную конкуренцию «как соперничество социальных акторов (индивидов или общественных групп) в различных сферах общественной жизни за обладание статусом, ресурсами, благами и проч.» [130, с. 193]. В предложенных вариантах определений социальной конкуренции можно выделить три общих момента: 1) под самой конкуренцией как вид социального взаимодействия, предполагающий не сотрудничество, а соперничество (противоборство, борьбу); 2) ее участниками являются физические лица, граждане и/или их группы, объединения (социальные акторы); 3) соперничество происходит за различные блага, как материальные, так и нематериальные. При этом необходимо уточнить, что: а) социальное взаимодействие понимается в узком смысле (за вычетом экономических и политических отношений); б) социальные акторы не включают экономических и политических субъектов (участников, соответственно, экономической и политической конкуренции); в) под благами как целью борьбы не имеются в виду политическая власть (предмет политической конкуренции), сырье, оборудование, рынки сбыта, доля рынка, прибыль (предмет экономической конкуренции).

Основные положения о социальной конкуренции

Содержание социальной конкуренции имеет определенную структуру, которая включает: 1) субъектов конкурентного взаимодействия; 2) цель деятельности; 3) конкурентные мотивы (достижение успеха, лидерских позиций, высокого материального благополучия, престижности и др.); 4) процесс, направленный на достижение успеха в конкуренции и сопряженный с мобилизацией интеллектуальных и (или) физических ресурсов; 5) результат, выявляющий позиции лидера (победителя) и побежденного (аутсайдера) [61, с. 129].

На вопрос *об основе (причинах) социальной конкуренции* в науке можно найти разные ответы. Прочитав позицию Л.А. Емельяновой по этому поводу: «Между людьми и их сообществами существует конкуренция как их борьба за самосохранение и самоутверждение. Она вытекает из объективных и субъективных различий людей, обществ, народов. В основе социальной конкуренции лежат объективные и субъективные различия людей: возрастные, половые, профессиональные, интеллектуальные, национальные, расовые, родовые, политические, племенные, классовые, сословные, идеологические, моральные, культурные и т.п. Эти различия порождают конкурентное взаимодействие и взаимоотношения людей и их сообществ. Можно теоретически допустить устранение конкуренции, но для этого необходимо лишить людей и их сообщества различий между ними, всех необходимо идентифицировать, стандартизировать, и тогда практически наступит покой, равный застою. Однако это противоречит природе людей, их жизнедеятельности, концепции социального развития на основе различия и разнообразия» [62, с. 242–243]. Соответственно, основа социальной конкуренции

видится Л.А. Емельяновой в различиях между социальными акторами, борющимися за различные блага. Однако такой вывод представляется сомнительным. Кроется ли причина конкуренции детей за внимание взрослого в существующих различиях между ними? Либо основой противодействия является значимость этого взрослого (его внимания) для этих детей. Или другой пример. Действительно ли борьба соискателей за вакантную должность объясняется их непохожестью друг на друга, имеющимися отличительными чертами (пол, возраст, образование, опыт работы)? А может, дело в том, что объявленных вакантными должностей на всех соискателей работы не хватит?

В данном вопросе более взвешенной видится позиция Ф. Фукуямы, который отмечает, что стремление людей занять более благоприятное социальное положение, борьба за различные ресурсы, как материальные, так и нематериальные, ставшие символом успешности, формирование новой потребительской культуры конструируют новые модели поведения людей. Основными движущими мотивами социальной конкуренции являются стремление к материальной прибыли (обогащению) и нематериальная «жажда признания», которые тесно переплетаются друг с другом [161, с. 151]. Как верно заметил М.С. Лебедев, «первоосновой социальной конкуренции является наличие диалектического тождества социально-экономических интересов участников рыночных отношений, которое образует их диалектическое противоречие. Общность интересов заключается в том, что конкуренты хотят одного и того же конкурентного блага в одно и то же время. Источником социальной конкуренции является потребность конкурентов в устранении диалектического противоречия их интересов»

[95, с. 110]. Именно дефицит социально значимых ресурсов является первоосновой соперничества за них, а желание социальных субъектов эти дефицитные ресурсы заполучить выступает причиной конкурентного взаимодействия. Причем в качестве названных дефицитных ресурсов могут выступать как материальные блага (бюджетные места в вузах, повышенные стипендии, гранты на исследования, рабочие места, премии и проч.), так и нематериальные блага (признание, одобрение, внимание, расположение и т.п.).

Субъектный состав социальной конкуренции отличается некоторой спецификой. Как уже отмечалось ранее, к ним относятся социальные субъекты (индивидуальные и коллективные). Однако при этом их можно разделить на две категории: 1) конкуренты (соперничают за дефицитный ресурс); 2) арбитры или организаторы конкуренции (определяют победителя среди конкурентов). Так, например, если соперничество осуществляется за рабочее место, конкурентами выступают соискатели, представитель же работодателя является организатором конкуренции, т.к. сам работодатель инициировал этот процесс и именно он определит победителя, выявив наиболее конкурентоспособного участника. Под конкурентоспособностью имеется ввиду «...интегральный показатель, выражающий способность социального актора эффективно реализовать свои цели в обществе по сравнению с другими социальными акторами» [131, с. 138]. По итогам отбора участник-победитель удовлетворяет свой запрос на получение работы, а организатор конкуренции получает работника, в наибольшей мере из числа прочих конкурсантов отвечающего запросам и требованиям работодателя.

Значение социальной конкуренции

В теории социальная конкуренция должна позитивно влиять на социальные процессы, обеспечивая распределение/перераспределение социальных благ в пользу наиболее конкурентоспособных (равно самых адаптивных, талантливых, способных, компетентных) индивидуумов и их коллективных образований. Это подстегивает остальных к росту, развитию, что задает динамику общественным процессам и обеспечивает прогресс социальных систем. Однако не все так однозначно в этом вопросе. В науке принято говорить и о темной стороне социальной конкуренции.

Так, об отрицательных функциях социальной конкуренции пишет Л.А. Емельянова. Вот что она отмечает: «В конкуренции реализуются и негативные функции. Конкуренция предполагает статусы победителя и побежденного, при этом вызывает переживание негативных эмоций у последнего. Она может вызвать конфликтное взаимодействие и желание удовлетворить в первую очередь собственные интересы в ущерб интересам других. Конкуренция у субъектов деятельности усиливает неуверенность, страх не соответствовать ее условиям, проиграть, снижает самооценку субъектов, портит доверительные отношения, допускает использование любых методов и средств для достижения победы в ней, может привести к нарушению взаимоотношений и деятельности» [62, с. 252].

И.В. Гайдамашко приходит к следующему выводу: «На сегодняшний день ученые установили, что конкуренция в социуме бывает двух видов: добросовестная (соревновательная, честное ведение борьбы) и недобросовестная (хищническая, ведение борьбы нечестными способами) [38, с. 93]. То есть наряду с положительной социальной конкуренцией, основной

стратегией в рамках которой для участника выступает повышение собственного потенциала, выделяют также конкуренцию отрицательную, предполагающую нанесение вреда оппоненту.

А.В. Шиловцев делает заключение, что «из четырех основных моделей социального взаимодействия: социальной конкуренции, социальной кооперации, социального партнерства и самоуправления, именно конкуренция оказывается наименее подходящей для обеспечения социальной безопасности личности. Конкуренция разобщает людей, поскольку строится на частной собственности и обслуживает рыночную экономику. При таких детерминантах даже самая добро-совестная конкуренция оказывается заложницей эгоистических настроений определенной части общества служит интересам этой части отнюдь не в той мере, в какой она должна была бы служить интересам всех» [230, с. 112].

Ученый предлагает в перспективе отказаться от такой формы социального взаимодействия, как конкуренция в пользу сотрудничества, а в качестве временной, переходной формы предлагает систему партнерских отношений [230, с. 111]. Однако в контексте существующей общественно-экономической формации такое предложение не представляется реалистичным.

Таким образом, в социальных науках широко рассматривается феномен конкуренции, в частности в экономической социологии. При этом конкуренция не является специфическим состоянием, присущим только рыночной экономике, а представляет собой особый вид действия и взаимодействия, который осложняется другими процессами, а именно – конфликтом, ассимиляцией и аккомодацией.

2.6. Конкурентология и психология. Психология конкурентной борьбы

*Человек от рождения обладает желаниями...
Когда желания не удовлетворяются, неизбежно возникает стремление добиться их осуществления, но, стремясь добиться осуществления желаний, человек не знает границ и пределов, поэтому неизбежно возникает соперничество.*

Сюнь-Цзы

Базовые понятия: психология конкурентной деятельности, психология конкурентной борьбы.

На понимание психологической сущности конкуренции существуют два полярных взгляда. В первом случае психология конкуренции трактуется в русле биологизаторских концепций как неотъемлемая часть личности человека, заложенная в нем природой от рождения и являющиеся движущей силой его жизнедеятельности. Аргументом для данной позиции служит то, что люди всегда, так или иначе, находятся в конкурентных отношениях. Маленькие дети не желают делить с кем-то свои игрушки и всегда претендуют на чужие. Юноши конкурируют между собой за внимание самой привлекательной девушки в классе. Взрослые конкурируют в профессиональной сфере, спортсмены борются за первое место в спортивном рейтинге. Если взрослых людей в игровых ситуациях разделить на команды и поручить на скорость выполнить задание, сразу включается соревновательный механизм, который играющими чаще всего не осознается. При этом людьми всегда двигает желание выиграть. Таким образом, конкурентная борьба признается естественным для человека явлением.

В соответствии со вторым крайним подходом конкуренция имеет приобретенный характер в процессе социальной адаптации человека, и психологической основой является социальная среда обитания, которая заставляет обратиться к конкуренции, чтобы выжить. Так как конкуренция основана на индивидуализме, сопровождается эмоциональной вовлеченностью в борьбу, частичной деперсонализацией представлений о противнике, сторонники этой позиции оценивают ее отрицательно, а положительной считают кооперацию, которая строится на стремлении к сотрудничеству, поиску общих интересов, на достижении совместных результатов и совместного распределения. По их мнению, человек, в основе жизнедеятельности которого лежит стремление к сотрудничеству, самодостаточен, гармоничен, уверен в себе, открыт для общения, спокоен. У него нет желания конкурировать, потому что смысл своей жизни он видит в самовыражении на основе собственного потенциала. Тот же, кто действует в рамках конкуренции, имеет следующие психологические характеристики: недоверчивость, скрытность, агрессивность, мстительность. Как правило, результата деятельности человек конкурирующий достигает не за счет собственных, а за счет устранения мешающих сил, ибо конкуренция направлена на ослабление, устранение конкурентов, на основе агрессии, разрушения, т.к. результатами должен воспользоваться только один.

Мы не опровергаем ни один из вышепредставленных взглядов. Нашей целью является изучение конкурентной борьбы с точки зрения разных направлений в психологии. В данном случае стоит выделить:

1) общую психологию (психические свойства, процессы и состояния личности);

2) возрастную психологию (возрастные этапы развития личности);

3) психологию личности (структура личности, поведение);

4) социальную психологию (взаимодействие людей в социальной группе).

Анализ взаимосвязи психологии и конкурентологии позволит увидеть внутреннюю составляющую как конкурентной личности, так и конкуренции как формы взаимодействия.

Далее остановимся на рассмотрении каждого из названных направлений более подробно.

Общая психология

Начнем с психических процессов и рассмотрим первый, наиболее важный из них, – *восприятие*. Восприятие представляет собой основную форму психического отражения мира и основывается на органах чувств (зрение, слух, обоняние, осязание, вкус) [98]. Сам процесс восприятия субъективен, ибо наши органы чувств, а следовательно, и образ восприятия индивидуальны.

Представим для примера оттенки цветов (лиловый, меланж, терракотовый). Для отдельных людей вообще будет затруднительным представить такие цвета, для других, тех, которые взаимодействуют с цветом (дизайнеры), это не вызовет затруднений.

То же самое касается и других аспектов воспринимаемой действительности и соответствующих ей органов чувств.

Следовательно, из того, что мы воспринимаем и каким образом, складывается наша субъективная реальность. Если этот аспект рассмотреть в русле изучаемой проблемы (конкурентологии), то мы увидим, что конкурентные преимущества человека в определенных

сферах обусловлены процессом восприятия и непосредственно работой органов чувств (музыканты, лингвисты, саперы, художники, дизайнеры, хирурги, ювелиры, сомелье, парфюмеры и т.д.).

Рассматривая восприятие, мы не можем оставить без внимания процесс *ощущения*. Он является неотъемлемой частью восприятия. Восприятие и ощущение вступают в ассоциативную связь между собой, т.к. одно имеет тенденцию вызывать другое вследствие того, что эти процессы часто проявляются совместно. Ощущения телесны и «понимаются» нами как сигналы от рецепторов, находящихся на коже, слизистой и внутренних органах.

Далее обратимся к *мышлению* – психическому процессу по переработке информации. Это наиболее сложный психический процесс, включающий в себя следующие функции: анализ, синтез, абстракцию, конкретизацию и сравнение. Мышление позволяет создавать системы, модели образов восприятия мира, используя *память* (процесс удержания и воспроизведения информации), сравнивая с уже имеющимися образами, либо создавать усовершенствованные.

В процессе мышления создаются целые конструкции, конфигурации по каждому отдельному предмету, человеку, событию или явлению. Эти конструкции имеют для человека особое значение, т.к. совпадают со смыслами (тоже конструкциями).

Убеждения и стереотипы (психологические установки) – такие же мысленные конструкции. Данные психологические установки по своей природе могут быть помогающими или ограничивающими, мешающими эффективному взаимодействию.

Рассмотрим наиболее часто встречающиеся **убеждения (мысленные конструкции), касающиеся конкурентного поведения:**

1. «*Выживает сильнейший*». Данная мыслеформа имеет смысл борьбы и сопротивления, что по своей сути является конкурентным поведением. Имея данное убеждение, человек априори настроен на борьбу, соперничество, конкуренцию, ибо если ты не будешь «сильным», то тебя ждет неминуемая гибель.

2. Этот же смысл вложен в мыслеформу «*жизнь – борьба*».

3. «*За счастье надо бороться*» – мыслеформа, предполагает, что счастье достигается трудным путем и возможно только «избранным», все же остальные обречены страдать и могут не надеяться на счастливую жизнь.

Делая вывод из сказанного, отметим, что данные конструкции, безусловно, определяют наше отношение к реальности (миру, людям) и обуславливают наше поведение, обращая *внимание* личности (направленность и сосредоточенность сознания на каком-либо предмете, явлении, деятельности) на те события, которые будут соответствовать смыслам.

Еще одним психическим процессом, активно используемым в конкурентной деятельности, является *речь*. Ее специфическое выражение, употребление определенных словесных оборотов являются инструментом для взаимодействия личности с социумом. Чем богаче, искуснее речь человека, тем более тонкие, скрытые манипуляции он может производить в процессе коммуникации. Человек, обладающий такой речью, может получить большее конкурентное преимущество в личностной и профессиональной сфере.

Далее рассмотрим *мотивационное состояние личности* как аспект конкурентной борьбы. В этой связи возникает вопрос: «Что побуждает человека ставить цели и добиваться их осуществления?». Для ответа на него нужно обратиться к таким понятиям, как *потребности и мотивы*.

Потребность – это исходная форма активности живых организмов. Анализ потребностей лучше всего начинать с их органических форм.

В живом организме периодически возникают определенные состояния напряженности, связанные с объективной нехваткой веществ (предмета), которые необходимы для продолжения нормальной жизнедеятельности организма.

Состояние объективной нужды организма в чем-либо, что лежит вне его и составляет необходимое условие нормального функционирования организма, и называется потребностью. Такова потребность в пище, воде, кислороде и т.п.

На первом этапе потребность, как правило, не представлена субъекту, не «расшифрована» для него (бессознательна). Субъект может испытывать состояние какого-то напряжения, неудовлетворенности, но не знает, чем это состояние вызвано.

Вслед за опредмечиванием потребности и появлением мотива резко меняется тип поведения. Оно приобретает «вектор», или направленность.

Если же мы возьмем одного конкретного субъекта, то обычно его действия побуждаются сразу несколькими мотивами. Полимотивированность человеческих действий – типичное явление. Например, человек может хорошо работать ради высокого результата, но попутно удовлетворять и другие свои мотивы: социальное признание, материальное вознаграждение и др.

Если мотивы не осознаются, то они проявляются в сознании, в особой форме – форме эмоций и личностных смыслов.

Эмоции возникают лишь по поводу таких событий или результатов действий, которые связаны с мотива-

ми. Если человека что-то волнует, значит это что-то затрагивает его мотивы.

В теории деятельности эмоции определяются как отражение отношения результата деятельности к ее мотиву. Если с точки зрения мотива деятельность проходит успешно, возникают положительные эмоции, если неуспешно – отрицательные.

Для примера рассмотрим, в каких случаях у нас возникает гнев. Он возникает, когда мы встречаем препятствие на пути достижения цели. Когда, мы чувствуем страх? Когда инстинкт самосохранения оказывается, так сказать, под угрозой. Человек испытывает радость, когда потребность получает свое удовлетворение.

Следовательно, конкурентная борьба подкрепляется положительными эмоциями при достижении победы над соперником и вызывает отрицательные эмоции при поражении.

Возрастная психология

Изучая вопрос конкурентной борьбы, мы не можем упустить одну из главных областей психологии – возрастную, в которой ярко представлены этапы зарождения эго, желание конкурировать и быть лучше других.

Современными научными исследованиями доказано, что дети начинают осваивать навыки конкурентного поведения с двухлетнего возраста. Особенно ярко это проявляется в семьях, где есть несколько детей с небольшой разницей в возрасте. Такие дети поставлены в условия постоянного дефицита (приходится делить внимание родителей, достаточность ресурсов – игрушки, конфеты, деньги). Дети, у которых есть братья и сестры, знают по собственному опыту, что последний кусок торта не обязательно будет их; что мама может быть занята другим ребенком и нужно приложить много усилий, чтобы опять привлечь

ее внимание к себе; что папа тоже не всегда по первому позыву придет и будет только с тобой, что голову у твоей куклы могут оторвать, а твою постройку разрушить, могут нарисовать в твоей тетради или забрать конфету, которую дали тебе. Дети с младшего возраста сталкиваются с ситуацией, когда они вынуждены прилагать усилия для того, чтобы получить желаемое.

Дети, не имеющие братьев и сестер, в семье растут в благоприятных условиях, где все ресурсы доступны и их точно хватит (за исключением тех семей, где изначально не хватает ресурсов для полноценной жизни). Такие дети впервые сталкиваются с конкуренцией за пределами дома, в детских группах: в детском саду, школе, спортивной секции и пр. Они оказываются не подготовлены к таким условиям, для них конкурировать – значит испытывать сильный стресс, а в сильном стрессе часто побеждает желание уже не получить вожаемое нечто, а просто выжить с наименьшими потерями для себя. Часть детей, особенно с сильными природными задатками к конкурентному поведению (высокая самооценка), достаточно быстро осваивается в таких ситуациях, а часть детей, наоборот, тушует, испытывает сильные негативные переживания и уступает, прекращает борьбу за то, что хочется получить.

Более «жесткие» условия конкуренции начинаются в школе (6–7 лет), чему способствует оценочная система: хорошие оценки – ты хороший, плохие – ты плохой. Если ребенок не соответствует требованиям учителей и родителей, он будет искать другие способы выражения себя.

Находясь в социуме, личность, безусловно, подвергается воздействию иерархических систем, которые присутствуют в любой группе. Поэтому проходя этапы

социализации, ребенок либо становится конкурентоспособным, либо нет.

Подростковый возраст (12–16 лет) характеризуется явной конкуренцией, но уже за власть в «стае» и за право обладания ресурсами. Оценочная система школы и родителей уходит на второй план, важнейшей регуляцией поведения становится инстинкт размножения (пубертатный период, половое созревание) под действием гормональной системы.

В юношеском возрасте реализуются стратегии, приобретенные в детском и подростковом возрасте. Может происходить их корректировка и самонастройка.

Психология личности

С точки зрения психологической науки изучение понятия «конкурентоспособность» является относительно новым направлением и, как правило, рассматривается в контексте изучения конкурентоспособности личности. Понятие «конкурентоспособность личности» вошло в психолого-педагогическую науку в связи с исследованиями зарубежных ученых Дж. Грейсона, К. О'Делла [45], Р. Мартенса [114], Г. Олпорта [138], К. Роджерса [170] и др.

Так, К. Роджерс [170] отмечал, что человеку свойственна тенденция развивать все свои способности, чтобы сохранять и развивать личность. Г. Олпорт [138] конкурентоспособность личности раскрывал через анализ феномена зрелой личности, отмечая при этом, что созревание человека – это процесс становления, непрерывно протекающий и продолжающийся в течение всей его жизни. Дж. Грейсон и К. О'Делл [45] отмечали в своих исследованиях, что характеристиками конкурентоспособности личности являются потребность в достижении успеха и уверенность в своих силах на ос-

нове осознания собственных способностей и возможностей. Р. Мартенс [114] в конкурентоспособной личности видит основной результат социализации. Успешная деятельность человека зависит от способностей, приобретенных им знаний, умений и навыков. Быть социально конкурентоспособным, по мнению Р. Мартенса, значит быть способным выполнять многие социальные роли.

Представители гуманистической психологии видели личность активным творцом собственной жизни, обладающим свободой выбора, разрабатывающим и развивающим индивидуальный стиль жизни.

С середины 90-х гг. прошлого века проблема формирования конкурентоспособности личности вызвала интерес и у отечественных психологов в связи с переходом России к рыночной экономике. На сегодняшний день успешность личности зарождается в конкурентной борьбе между потенциальными соперниками в той или иной сфере человеческих отношений. В результате этой проблема формирования конкурентоспособности личности встала в ряд приоритетных проблем, изучаемых психологией личности, а у отечественных психологов возник интерес к изучению данной проблемы.

В литературе можно встретить достаточное количество определений понятия «конкурентоспособная личность».

У многих авторов данное понятие ассоциируется с человеком, который как минимум выдержал конкуренцию в какой-либо деятельности; с человеком, который добился успехов; с человеком, который благополучен в финансовой сфере. Не случайно автор термина «конкурентология» В.И. Андреев изначально предлагал такое понятие, как «успехология», но по какой-то причине данный термин не смог закрепиться в научном поле.

В психологических словарях конкуренция определяется как форма организации социального и межличностного взаимодействия, форма строения межличностной согласованности, характеризующаяся достижением индивидуальных или групповых целей, интересов в условиях противоборства [25].

Отметим также, что в современной психологической научной литературе термины «соперничество» и «конкуренция» не отождествляются. Соперничество рассматривается как модель поведения в социуме, тогда как конкуренция – это модель поведения на определенном рынке (рынке труда, товарном рынке, фондовом рынке и т.п.).

В психологии личности конкуренция напрямую связана со структурой «эго» (от лат. *ego*, др.-греч. «я») – часть человеческой личности, которая осознается как «Я» и находится в контакте с окружающим миром посредством восприятия) и выражает одну из его основных стратегий – превосходство, которое можно охарактеризовать как потребность в доминировании, желании преобладания и, соответственно, в подчинении другого.

Если говорить о бессознательной структуре личности (совокупность психических процессов и явлений, которые не входят в сферу сознания субъекта, т.е. в отношении их отсутствует контроль сознания), то мы можем встретить «конкурента» как теневую часть личности. Он отражает ту часть нашей личности, которая жаждет победы. В основе данного стремления лежит конфликт между отсутствием способности сотрудничать и объединяться и желанием единства. Неосознаваемый «конкурент» пытается довести до совершенства любые наши навыки и качества, доказывая тем самым превосходство. «Конкурент» заперт в независимости,

что препятствует синергии и принятию себя и других. Основная его цель – выиграть и победить других, доказывая собственное превосходство. Обычно человек не догадывается о теновом присутствии «конкурента», т.к. это вытесненная в бессознательное, непринимаемая часть личности.

В обыденной жизни бессознательный «конкурент» проявляется в конкуренции лучше одеваться, чем другие; иметь красивую внешность; обучать ребенка в престижной школе; иметь дорогой автомобиль; выйти замуж за богатого мужчину и т.д.

Таким образом, мы видим, что конкуренция бывает *сознательная*, идущая из «эго» и *неосознаваемая*, обуславливающая наше мышление и поведение через формы превосходства.

Социальная психология

Социальная психология как область знаний включает в себя вопросы, связанные с коммуникацией и взаимодействием личности в социальной группе (малой/большой). Она изучает и динамику социальных групп (их образование и распад), феномен лидерства (иерархию и власть), а также аспекты конфликтного взаимодействия (конфликтологию).

Рассмотрение конкуренции целесообразно начать с теории агрессии К. Лоренца. Говоря об агрессии, он в первую очередь затрагивал вопрос иерархии, которая является ключевым аспектом в образовании феномена конкуренции.

Иерархическое построение людских группировок неизбежно, ибо никаких иных врожденных программ в этой области у нас нет, и мы с этим ничего поделать не можем (вспомните: нет программы – нет сколько-нибудь эффективного поведения). Всякий раз, когда хотим создать порядок в группе, начиная с двух человек (напри-

мер, пилотов или космонавтов), мы одного назначаем старшим, т.е. всегда берем за основу принцип соподчинения.

Стихийно получивший руководящее положение человек, если он не только доминантен, но еще и умен, талантлив, порядочен, добр и заботлив, обеспечит всей группе большой успех. Причем у людей (в отличие от животных) вклад такого доминанта может быть неограниченно мощным. Отсюда мы можем сделать вывод, что конкурентная борьба является единственным «шаблоном» в процессе становления иерархической лестницы.

Отечественный психолог Е.В. Эйдман исследовал возможности достижения максимального результата при разных соревновательных установках. Экспериментальным путем выявлено, что инструкция для испытуемых, подразумевающая соревновательный мотив с соперником, продемонстрировала более высокие результаты, чем инструкция выполнить задание как можно лучше. У взрослых испытуемых при инструкции соревноваться с воображаемым соперником выявлены лучшие результаты по сравнению с инструкцией соревноваться с реальным равным себе соперником. У группы детей до 14 лет, наоборот, результаты лучше при инструкции соревноваться с реальным равным себе соперником, чем с воображаемым [239].

Исследователь Д.Б. Богоявленская изучала эффективность установки на соперничество при решении творческих задач. В результате проведенного исследования выявлено, что такая установка при решении задач, требующих креативного подхода, оказалась непродуктивной, т.к. у испытуемых, ориентированных на победу над противником, уровень интеллектуаль-

ной активности ниже, чем у участников эксперимента без подобной ориентации [24].

Психологом И.С. Домбровской проводилось исследование на московском рынке труда аппликантов, участвующих в конкурсах на вакансии рекламно-маркетинговой сферы фирм московско-российского происхождения. Выявлено, что востребованные соискатели в качестве индивидуальных конкурентных преимуществ называли знания и навыки, а невостребованные соискатели – опыт и стаж [53].

Подводя итог, отметим, что психология конкурентной деятельности многомерна и может быть рассмотрена с любой позиции психологического знания. Мы наблюдаем внутренние аспекты личности, такие как мышление и эмоции, когда личность прибывает в конкурентной борьбе, а также явные внешние признаки в процессе социального взаимодействия на разных возрастных этапах. Но психология как наука, свободная от оценочных суждений, не обуславливает видение конкуренции как негативного или положительного феномена. Психология констатирует его наличие и изучает многоаспектность его проявления, пытаясь конкретизировать и углубить понимание человека в данной области.

2.7. Конкурентология и акмеология.

Акмеологическая направленность личности

*Ученик никогда не превзойдет учителя,
если видит в нем образец, а не соперника.*

В.Г. Белинский

Базовые понятия: акмеология, акме, акмеологический подход, акмеологическая диагностика.

Конкурентология отражает достижения многих наук о человеке, тесно взаимосвязана с такими из них, как философия, социология, психология, педагогика, конфликтология и другими, отражающими в целом развитие человека и его становление как деятеля.

Однако, как считает В.И. Андреев, ближе всего предмет исследования в области конкурентологии находится и в определенной степени пересекается с акмеологией. Автор даже приходит к выводу о том, что конкурентология в своей практической части выступает как прикладная акмеология [9].

Акмеология – это раздел психологии развития, исследующий закономерности и механизмы, обеспечивающие возможность достижения высшей ступени (акме) индивидуального развития человека. В свою очередь, конкурентоспособность личности, как было определено выше, способность человека превзойти конкурентов в личностной и/или профессиональной сфере.

В акмеологии конкурентоспособность рассматривается с точки зрения достижения наивысших вершин личностного развития – акме.

Личностное «акме» – это психическое состояние, означающее максимальную мобилизованность, реализацию всех личностных способностей, возможностей и резервов человека на конкретном этапе жизни.

Конкурентоспособность также определяют, как свойство субъекта, указывающее на его способность выдерживать конкуренцию с себе подобными, на его способность совершать конкурентные действия.

Формирование конкурентоспособности личности является наиболее актуальным в условиях рыночных отношений. Это характеризуется тем, что на современном этапе социально-экономических отношений поми-

мо товарного рынка активно набирает обороты рынок личностей. Конкурентоспособность личности обеспечивает человеку более высокие: статус, позицию на рынке труда, устойчивый спрос на его услуги, а также создает условия для полноценной служебной деятельности и профессионального долголетия.

Анализ данных определений, позволяет сделать вывод о том, что конкурентоспособность – интегративное, системное и динамическое качество личности, включающее в себя такие понятия, как: компетентность, конкурентоопределяющие личностные качества, акмеологическую направленность личности. То есть можно сделать вывод о том, что конкурентология и акмеология – два неразрывно и тесно связанных между собой научных направления.

Исходя из вышесказанного, попытаемся найти ответ на вопрос, в чем же отличительные особенности конкурентоспособной личности, имеющей акмеологическую направленность? Конкурентоспособная личность предпочитает:

- делать правильные дела вместо того, чтобы правильно делать дела;
- создавать творческие альтернативы вместо того, чтобы решать проблемы;
- оптимизировать использование средств вместо того, чтобы сберегать средства;
- добиваться результатов вместо того, чтобы исполнять долг;
- повышать прибыль вместо того, чтобы снижать издержки;
- конкурировать с собой вместо того, чтобы конкурировать с окружающими и др.

Такие успешные, предприимчивые и работоспособные люди, как Б. Гейтс, Г. Форд, С. Джобс, А. Линкольн,

Б. Франклин, М. Тетчер и И. Ганди, Б. Гейтс, а также представители отечественной общественности П.М. Третьяков и А.С. Строганов, безусловно, являются конкурентоспособными личностями. Однако мало кто понимает, что таковыми они были не всегда: данные качества не являются для них врожденными.

Целеустремленное поведение Билла Гейтса, Генри Форда, Стива Джобса можно найти и у большинства других великих лидеров и инноваторов. Они заражены «болезнью постоянной конкуренции», трудоголизмом (в хорошем смысле слова) и способностью эффективно и продуктивно работать. То есть конкуренция, мотивация, целеустремленность – это то, что заставляет людей двигаться вперед к достижению высшей ступени (акме) индивидуального развития.

С точки зрения акмеологии конкурентоспособную личность рассматривают как человека, обладающего комплексной личностной потребностью в соединении узкого профессионализма и универсализма, акмеологической потребностью в саморазвитии, интегративными акмеологическими качествами, обеспечивающими его успешность в конкурентной среде. Акмеологические составляющие являются базовыми элементами развития конкурентоспособной личности или специалиста, то есть профессионализм – это базовый уровень конкурентоспособности специалиста, обеспечивающий необходимую совокупность характеристик, свойств и качеств личности для ее дальнейшего развития.

В акмеологии конкурентоспособность профессионала исследовалась с точки зрения достижения наивысших вершин специалиста в профессиональной деятельности и творчестве (К.А. Абульханова-Славская, А.А. Деркач, А.А. Бодалев, Н.В. Кузьмина,

Е.А. Климов), акмеологических стратегий подготовки конкурентоспособного будущего специалиста в условиях вуза (Н.В. Кузьмина), представлена обобщенная концепция развития профессионала (А.А. Деркач, О.С. Анисимов, В.Г. Зызыкин, А.К. Маркова, В.Н. Марков, М.Ф. Секач). В акмеологии также рассматривались различные аспекты проявления конкурентоспособности специалистов в различных сферах деятельности управленца на государственной службе (Л.Г. Лаптев), педагога (Н.В. Соловьева), преподавателя вуза (А.В. Гагарин) [147].

В качестве основных акмеологических условий развития конкурентоспособной личности отметим следующие: акмеологическую направленность, направленность на самосовершенствование, саморазвитие, самопознание и т.п.

Акмеологический анализ осуществляется в процессе жизнедеятельности человека и позволяет понять, как достигаются, удерживаются и преодолеваются вершины (акме) личности, выявить роль специфических факторов, обусловивших движение вперед. Это особенно очевидно при анализе профессиональной деятельности, в которой индивидуальное творческое самовыражение подчинено критериям социокультурной среды. Имеющий большое практическое значение интегральный характер акмеологической науки стимулирует появление множества технологий, исследовательских методик.

Для решения проблемы достижения высшей ступени человеческого развития как нельзя лучше подходит акмеологический подход и акмеологическая диагностика.

Акмеологический подход – базисная обобщающая категория, описывающая совокупность принципов,

приемов и методов научного исследования, позволяющих изучать и решать научные и практические проблемы и задачи в объеме их реального онтологического бытия.

Акмеологический подход к анализу сущности профессионально-личностного развития специалиста позволяет осмыслить закономерности развития его личности, соотнести индивидуальное и творческое начала, стимулировать осознанное выполнение им своей работы.

В свою очередь, акмеологическая диагностика – особый вид комплексного, междисциплинарного, интегративного познания, находящегося между подлинным знанием о сущности особенностей процесса личностно-профессионального развития человека и распознаванием единичных явлений и проблемных ситуаций в этом процессе.

Проще говоря, акмеологическая диагностика – это диагностика всего психологического, что способствует прогрессивному личностно-профессиональному развитию индивида. Акмеологическая диагностика должна сопровождать процесс позитивных изменений до желаемого результата. Объектами акмеологической диагностики являются значимые характеристики развития человека, предметом – механизмы и факторы, обуславливающие процессы изменений в процессе развития.

На основе акмеологического подхода и с использованием методов акмеологической диагностики в акмеологии проводится сравнительный анализ – это сравнение характеристик высоко- и малопродуктивной деятельности.

Практика акмеологических исследований показала, что этот метод дает надежные результаты, он и

по настоящее время широко применяется в акмеологии. В результате такого анализа даются ответы на вопросы: за счет чего, каких свойств и качеств личности, какого уровня их развития достигается высокая продуктивность деятельности? Или же: каких свойств и качеств, а также уровня их развития не хватает для существенного повышения эффективности и надежности деятельности? Формирование групп профессионалов и «среднячков» для такого сравнения осуществляется в основном с помощью экспертной оценки. Определение характеристик и показателей производится с опорой на традиционные для психологии методы – психодиагностики, наблюдения и интервью, но в акмеологическом ракурсе.

Так, было проведено исследование, объектами которого выбраны солисты балета ведущих российских музыкальных театров. Методом экспертной оценки были выделены три группы артистов: звезды, «среднячки» и те, у кого очень высокий, но не реализованный в сценической деятельности творческий потенциал. Сравнивались особенности мотивации творческой деятельности, система отношений, самооценка, уровень и направленность рефлексии, доминирующие эмоциональные состояния и характеристики эмоционального слуха как индикатора креативности. Были получены данные, свидетельствующие о существенных различиях по рассматриваемым показателям у представителей этих групп. В частности, у «среднячков» отмечена невысокая мотивация достижений, «размытость» или отсутствие эталонов в творчестве. У нерезализованных – неадекватно завышенная самооценка, эгоцентричность направленности личности, низкая рефлексия, изначальная конфронтационность во взаимодействиях, недостаток волевых качеств и упорства.

Результаты данных исследований послужили основой для составления программ индивидуального развития и психокоррекции.

Таким образом, достижения, существующие наработки в области акмеологии могут и должны быть осмыслены и творчески использоваться для разработки проблем конкурентологии.

2.8. Конкурентология и педагогика. Возрастные особенности формирования конкурентоспособности

Планирование и конкуренцию можно сочетать только путем планирования конкуренции, а не планирования против конкуренции.

Райт Миллс

Базовые понятия: возрастные особенности формирования конкурентоспособности, конкурентоспособность будущих специалистов.

Развитие конкурентоспособной личности или специалиста является одним из основных ориентиров современного образования.

С точки зрения педагогической науки изучение конкурентоспособности подрастающего поколения является относительно новым направлением. Данная проблема получила свою популярность благодаря исследованиям зарубежных ученых (J. Antonio Garcia-Martinez [243], A. Droppe [247], R.B. King [253], T. Shi-Ming [260] и др.).

С середины 90-х гг. прошлого века вопросы конкурентоспособности подрастающего поколения вызвали

интерес и у отечественных ученых-педагогов. В связи с переходом страны на рыночную экономику успех на рынке труда стал рождаться в конкурентной борьбе между специалистами той или иной сферы человеческих отношений. В результате этого проблема конкурентоспособности обучающихся разного возраста стала одной из приоритетных педагогических проблем, требующих решения, а у отечественных педагогов возник интерес к ее изучению.

Это и многое другое заставило и нас системно подойти к изучению проблемы конкурентоспособности подрастающего поколения, поскольку конкурентоспособность – не просто совокупность каких-либо качеств человека, позволяющих выдержать конкуренцию и противостоять конкурентам, конкурентоспособность – это, прежде всего, способность продуктивно работать, быть ответственным, целеустремленным. В настоящее время есть необходимость формировать эти качества у подрастающего поколения. Ведь именно оно наше будущее, а также «живое настоящее», и важно понять, насколько уже сегодня молодежь определяет содержание и характер этого, насколько несет в себе «дух нового времени», и необходимо, чтобы он был основан на здоровой конкуренции.

Как в природе все происходит в свое время, так в воспитании и обучении все должно идти своим чередом, последовательно. Поэтому начнем изучение конкурентологии в педагогической науке с рассмотрения вопросов, касающихся возрастных особенностей формирования конкурентоспособности подрастающего поколения.

Как сказано в параграфе 2.6 монографии, «рассмотрение психологии становления конкурентоспособной личности и конкурентной деятельности/борьбы

начинается с определения связи конкурентологии с различными направлениями в психологии: общая психология, возрастная психология, психология личности, социальная психология. Системность в вопросе рассмотрения психологии конкурентной деятельности является необходимостью». Аналогично связи конкурентологии с педагогикой невозможно показать в общих чертах, необходимо поэтапное рассмотрение каждого уровня образования и демонстрация роли конкурентологии на каждом уровне образования – дошкольное образование, начальное общее образование, основное общее образование, среднее общее образование, среднее профессиональное образование; высшее образование – бакалавриат; высшее образование – специалитет, магистратура; высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации.

Для удобства описания мы немного сузим данную классификацию (с точки зрения возрастных особенностей обучающихся) и более подробно остановимся на описании взаимосвязи конкурентологии с педагогической наукой на примере следующих уровней образования: дошкольное образование, начальное общее образование, основное общее образование, среднее общее образование, профессиональное образование (среднее профессиональное образование и высшее образование).

Дошкольное образование

Как было отмечено в параграфе 2.6, «современными научными исследованиями доказано, что дети начинают осваивать навыки конкурентного поведения с двухлетнего возраста». Поэтому вводить элементы конкурентной образовательной среды можно уже на уровне дошкольного образования.

Учитывая возрастные и психологические особенности воспитанников дошкольных образовательных организаций, желательно вводить групповые игры соревновательного характера (например, эстафеты).

По результатам проведения игр следует поощрять разнообразные достижения участников игр-эстафет: физическую подготовленность; новые навыки и др. При этом следует поощрять соблюдение правил игры.

Начальное общее образование

Младший школьный возраст (6–11 лет) дает ребенку возможность новых достижений в новой для него сфере человеческой деятельности – учении. А поскольку в этом возрасте у ребенка появляются постоянные обязанности, связанные с новой для него учебной деятельностью, то это может быть прекрасной основой при создании конкурентной образовательной среды.

Например, для младших школьников можно вводить такие обязательства: ежедневное качественное выполнение домашнего задания, чтение дополнительной литературы, прилежная работа на занятиях, отсутствие замечаний по поведению, опрятное ведение тетради, аккуратное использование учебной литературы и т.д.

Для младших школьников будет интересным и полезным провести конкурс знатоков. Главная цель подобного конкурса – не только создать конкурентную учебную среду, но и привить интерес к знаниям, расширить кругозор школьников. После проведения конкурса можно выявить победителей в разных номинациях. Вручение специальных номинаций вызовет интерес обучающихся к мероприятию. При этом мудрость педагога будет заключаться в том, чтобы наградить каждого участника конкурса.

Можно провести среди младших школьников конкурс на знание правил дорожного движения, поскольку эта информация является весьма ценной для детей. Данный конкурс можно провести как внеклассное мероприятие. Задания помогут выявить уровень знаний правил дорожного движения и закрепить их.

Кроме индивидуальных можно провести и конкурсы группового характера. Группы при этом могут создаваться внутри учебного коллектива или вне его. Например, на какое-либо из праздников можно провести семейный конкурс, который, безусловно, вызовет у младших школьников интерес.

Естественными в условиях создания конкурентной образовательной среды у младших школьников должно быть словесное поощрение со стороны педагога, подбадривание ученика, что позволит вызвать у него уверенность в своих силах и стремление соответствовать оценке учителя.

При этом необходимо настроить детей сравнивать свои результаты не с результатами других учеников, а со своими предыдущими, анализируя, какой новый навык был усвоен для достижения поставленной цели.

Основное общее образование

Учитывая возрастные особенности более взрослых школьников (11–14 лет) при работе в конкурентной образовательной среде, можно вводить коллективные и индивидуальные соревнования в виде различных конкурсов. Примером индивидуального соревнования могут быть конкурсы на лучший рассказ, сочинение, поделку и иные творческие испытания школьников. Примером коллективного соревнования могут служить конкурсы на лучший проект, командные игры, викторины и т.д. Такие формы взаимодействия вызывают у детей яркие эмоциональные переживания на фоне победы

или поражения, что может стать элементом социального закалывания. При этом мудрость педагогического руководства должна состоять в том, чтобы радость успеха не породила чрезмерное благодушие, а страх возможного поражения не парализовал волю к победе.

В этот период можно установить соревнование за звание лучшего знатока предмета, первого ученика класса, школы.

Соревнуясь между собой, ученики быстро усваивают опыт общественного поведения, развивают в себе качества, способствующие добросовестному поведению в конкурентной борьбе. В процессе действительно увлекательного соревнования дети сплачиваются, привыкают помогать друг другу, вырабатывают у себя коммуникабельность – важные качества корпоративной (групповой) конкурентоспособности (параграф 1.5).

При организации и проведении соревнования в процессе учебной деятельности школьников необходимо соблюдать так называемые *ленинские принципы*: гласность, конкретность, сравнимость результатов. Для этого следует ежедневно объявлять или публиковать результаты проведенных соревнований. А поскольку у детей этого возраста ведущей деятельностью еще является игра, то и результаты соревнований стоит представлять в игровой форме.

Среднее общее образование

Работая с обучающимися 15–17 лет, необходимо более тщательно подходить к вопросу организации конкурентной образовательной среды, поскольку именно в этом возрасте появляется соревновательный азарт, который может перейти в грубое соперничество и в стремление к лидерству любым способом (параграф 1.9). Для того чтобы избежать подобных негатив-

ных последствий, педагогу важно четко сформулировать цель работы, поставить перед обучающимися конкретные задачи, разработать развернутую программу дальнейших действий, создать критерии оценок, понятные подросткам, сообщить им о награждении.

При этом формы взаимодействия в конкурентной образовательной среде на данном возрастном этапе должны быть достаточно сложными и увлекательными для подростков, а также наглядными. Требуется постоянно поддерживать интерес подростков учетом результатов, новыми формами соревнования, не стоит забывать и о внесении в конкурентную образовательную среду игровых элементов.

Особенно большое значение в этом возрасте имеет конкурентная образовательная среда для отстающих в учебе подростков: сравнивая свои результаты с предыдущими результатами своей работы, а также с достижениями товарищей, они получают новые стимулы для роста и начинают прилагать больше усилий, для того чтобы показать лучшие результаты. В данном случае большую роль играет так называемый эффект сообучения, описанный Г.В. Андрущак, суть которого в том, что один и тот же ученик, как правило, учится лучше в сильной группе и хуже в слабой [11].

Профессиональное образование (среднее профессиональное образование и высшее образование)

Создавая конкурентную образовательную среду обучающихся юношеского возраста (17–23 год), необходимо помнить, что юность – период завершения физического созревания человека, бурного роста его самосознания, формирования мировоззрения, выбора профессии и начала вступления во взрослую жизнь. Как правило, этот возраст совпадает с обучением в организациях профессионального образования. В связи

с этим организация конкурентной образовательной среды должна отличаться от той, которая была представлена ранее.

Основной упор стоит сделать на профессиональном становлении будущего специалиста. В этот период целесообразно вводить конкурсные состязания на знание основ профессии. При этом должны учитываться не только профессиональные качества обучающихся, но и личностные качества будущих специалистов.

Целесообразно проведение конкурса профессионального мастерства, где обучающиеся могут продемонстрировать свои знания, умения и навыки, полученные по специальности за время обучения в учреждении профессионального образования, активизируется мыслительная деятельность учащихся и студентов, развивается интерес к предмету и выбранной профессии, а также творческое мышление.

С целью формирования конкурентоспособности у будущих специалистов в учебный план необходимо вводить специально разработанные для этого учебные курсы.

Так, Н.В. Тамарская [199] предлагает элективный курс «Самоменеджмент». Курс преследует цель знакомства с системой планирования деятельности будущего специалиста, позволяет развивать профессиональные и личностные составляющие конкурентоспособности.

Не менее интересный и эффективный курс «Конкурентоспособность – путь к успеху» представлен Т.А. Сливиной [183]. Содержание данного курса разделено на два раздела: 1) «Требования современного рынка труда»; 2) «Лидерство, самопрезентация, разумный риск».

Для формирования конкурентоспособности будущего специалиста В.И. Андреев [9] предлагает вводить

в учебный процесс организаций высшего образования курс «Конкурентология: учебный курс для творческого саморазвития конкурентоспособности».

О.В. Раецкой [160], в свою очередь, разработан факультатив «Основы становления конкурентоспособной личности», изучение которого базируется на информационных технологиях.

И.М. Файзрахманов [209] предлагает проводить краткосрочный курс «Формирование готовности студента к конкурентным отношениям», который предусмотрен специально для формирования у будущих учителей готовности к конкурентным отношениям в процессе коммуникативной деятельности.

И.А. Бибик [20] разработано содержание спецкурса «Основы становления конкурентоспособного преподавателя вуза», обязательным компонентом которого является применение информационных и других инновационных образовательных технологий. Программа дисциплины предусматривает также обсуждение ряда аспектов, значимых для становления конкурентоспособного преподавателя вуза.

Подобные курсы содействуют более разностороннему освещению проблемы формирования и/или саморазвития конкурентоспособности будущего специалиста.

Можно прийти к выводу о том, что в настоящее время наиболее известны три пути организации работы в данном направлении. Первый путь формирования конкурентоспособности в ходе основного образовательного процесса, второй – в рамках специально разработанных (элективных) курсов, третий – в процессе дополнительного образования. Все представленные варианты имеют свои достоинства и недостатки. И со-

вершенно правы те ученые, которые стоят на позиции объединения этих путей.

В работе с обучающимися этого возраста можно использовать бально-рейтинговую систему оценивания знаний, что позволит создать здоровую конкуренцию в студенческой среде во время изучения дисциплины.

Все изложенное позволяет сделать вывод о том, что конкурентная образовательная среда не только создает соперничество в среде обучающихся, но и активизирует личностные качества обучающихся, а также способствует проявлению имеющихся у них знаний, умений и способностей.

Необходимо также помнить, что при формировании конкурентоспособности в условиях конкурентной образовательной среды на любом возрастном этапе стоит особое внимание уделять воспитанию у подрастающего поколения высокого уровня нравственной культуры, цивилизованных норм и правил ведения этой борьбы, поскольку нам нужна не вообще конкурентоспособная личность, а личность, чья конкурентоспособность достигается цивилизованными методами и средствами.

Одно из условий формирования конкурентоспособности подрастающего поколения – создание конкурентной образовательной среды. Показаны конкретные формы и методы работы в такой среде. При этом особое внимание уделяется учету возрастных особенностей обучающихся как основополагающему педагогическому принципу.

Конкурентоспособности будущих специалистов

Наряду с конкурентоспособностью товаров и услуг, конкурентоспособностью предприятий, биологической конкуренцией особей, конкурентоспособностью личности в отечественной и зарубежной педагогической

литературе широко изучают вопросы конкурентоспособности будущих специалистов. Далее более подробно остановимся на изучении этого вопроса, поскольку, говоря о конкурентоспособности, как правило, понимают конкурентоспособность личности, прежде всего, на рынке труда.

Так, с переходом России к рыночной экономике в научной литературе и средствах массовой информации все чаще стал использоваться термин «конкурентоспособный специалист». Это обусловлено тем, что будущие специалисты, по мнению работодателей, должны обладать не только набором профессиональных знаний, умений и навыков, но и высоким уровнем профессиональной компетентности, наличием профессионально значимых личностных качеств, обеспечивающих их конкурентоспособность на рынке труда.

Если сравнивать конкурентоспособность будущих специалистов и, например, товара, то конкурентоспособность товаров, как правило, исчерпывается с его приобретением и использованием, а конкурентоспособность специалиста не завершается трудоустройством: работник и дальше может использовать данное качество в процессе выполнения трудовых функций, карьерного и профессионального роста.

Под личностной и/или корпоративной конкурентоспособностью будущего специалиста советуем понимать не просто достижение целей в условиях противоборства, а совокупность некоторого объема личностных и профессиональных качеств будущего специалиста, которые позволяют ему выдержать конкуренцию с себе подобными.

Процесс становления конкурентоспособного специалиста начинается в профессиональной образова-

тельной организации и продолжается на протяжении всей его профессиональной жизни.

Для эффективного решения проблемы формирования личностной и корпоративной конкурентоспособности будущих специалистов необходимо изучить, как описывает ее состояние и развитие психолого-педагогическая литература, чему и будет посвящен данный параграф.

Так, значительный вклад в изучение проблемы формирования конкурентоспособности специалиста внесли отечественные ученые, такие как В.И. Андреев [9, 10], Л.М. Митина [99, 123, 124], Н.В. Тамарская [199], Ю.А. Кореляков и Г.В. Шавырина [58] и др.

Так, Л.М. Митина считает, что «цель образования сегодня заключается в том, чтобы подготовить конкурентоспособную личность, востребованную на рынке труда» [123]. Современные педагоги-исследователи (Ю.А. Кореляков, Г.В. Шавырина) подчеркивают, что «с целью реализации себя личностно, профессионально, социально, нравственно необходимы особые способности, позволяющие максимально расширить собственные возможности» [58]. Данные способности, как считают авторы, заложены в конкурентоспособной личности. В.И. Андреев, в свою очередь, отмечает, что «необходимо формировать конкурентоспособную личность, подготовленную к самовывживанию, к конкурентной борьбе в различных жизненных ситуациях» [10].

При этом авторы исследований, как правило, затрагивают два основных вопроса: 1) формирование или развитие конкурентоспособности будущих специалистов; 2) конкурентоспособность студента.

Широкое распространение получили работы, посвященные формированию конкурентоспособности

специалистов конкретной сферы деятельности, например: студентов-экономистов, студентов-журналистов, будущих психологов, а также специалистов экономического профиля или гостиничного сервиса и др.

Ученые выделяют также и очень узкие направления для изучения, такие как конкурентоспособность выпускников негосударственного, технического или туристского вузов, будущего педагога профессионального обучения и др. [58].

Наметившаяся тенденция в сужении проблемы формирования конкурентоспособности будущего специалиста до области конкретного вида деятельности связана с тем, что составляющие конкурентоспособности специалиста одной сферы не могут и не должны полностью совпадать с таковыми у специалистов другой сферы, в связи с этим и способы решения проблемы должны быть сугубо индивидуальными.

Содержание и формирование конкурентоспособности специалистов разных сфер априори не может быть одинаково.

Многие ученые (А.А. Власова [35], А.В. Гришина [47], О.А. Любченко [104, 105], В.Н. Мезинова [116–118], И.В. Файзрахманова [209] и др.) рассматривают проблему формирования конкурентоспособности будущих специалистов через формирование способностей выдержать конкуренцию (при приеме на работу, в процессе профессиональной, коммуникативной деятельности и т.д.). Мы не можем полностью согласиться с данной позицией, т.к. считаем, что способность выдержать конкуренцию – лишь одна грань конкурентоспособного специалиста. Наиболее важно, по нашему мнению, готовить его к созидательной, инновационной работе, высокопроизводительному труду, высокому качеству результата собственной деятельности и др.

Знакомство с указанными работами позволяет сделать вывод о том, что, несмотря на обширность представленного в них материала, а также предложенных рекомендаций, они не решают в полной мере проблему формирования конкурентоспособности обучающихся. К тому же с момента издания данных трудов в значительной степени изменилась социально-экономическая ситуация в стране, следовательно, изменились и требования к будущим специалистам.

В большинстве публикаций формирование конкурентоспособности специалиста или личности рассматривается как специально организованный педагогический процесс, направленный на развитие специфических профессиональных и (или) личностных качеств (Р.Г. Минзарипов [122], Н.Е. Седова [178], В.А. Семькин [180], О.В. Хацринова и В.И. Иванова [221] и др.). Однако в последнее время появился ряд статей, в которых делается попытка связать качество высшего образования с конкурентоспособностью выпускника (В.А. Адольф [4], В.В. Алтунин [7], Н.Ф. Расторгуева [162], С.Б. Трухановский [201] и др.).

Таким образом, формирование конкурентоспособности молодежи представляет собой сложную педагогическую систему, один из основных ориентиров современного образования. Образование, ориентированное на формирование конкурентоспособности, можно обеспечить организацией специально созданной для этого конкурентной образовательной среды.

Созданием конкурентной среды в процессе образовательной деятельности (конкурентной образовательной среды) обеспечивается развитие конкурентной активности между субъектами образования (обучающимися), что способствует формированию их конкурентоспособности. При этом необходимо выбирать

такие формы и методы работы, которые являются наиболее благоприятными для конкретного возраста обучающихся.

2.9. Конкурентология и юриспруденция. Конкуренция правовых норм

Если при конкурентной экономике последней инстанцией является судебный исполнитель, то при плановой экономике – палач.

Неизвестный автор

Базовые понятия: конкуренция правовых норм, конкуренция права, межотраслевая конкуренция, коллизия правовых норм, коллидирующие нормы.

В практике правоприменения нередко складываются обстоятельства, подпадающие под действие ряда норм, которые как бы вступают друг с другом в противоборство, пересекаясь в одной точке правового пространства и претендуя на регулирование одних и тех же отношений. Налицо такое явление правовой действительности, как конкуренция.

В связи с этим в юридической науке появились такие смежные понятия, как «конкуренция правовых норм», «конкуренция права», «межотраслевая конкуренция» – это когда не противоречащие друг другу две и более норм регулируют один и тот же круг родственных общественных отношений, только с разной степенью конкретизации, детализации, объема и т.п., из которых применяться должна только одна норма. Это, как правило, нормы разной юридической силы, уровня, исходящие от неравнозначных правотворческих

субъектов. В таких случаях нормы как бы конкурируют между собой. Конкурентное право иногда именуемое антимонопольным.

Например, может быть конкуренция между нормами национального права и права зарубежного государства, между нормами отечественного права и международного права. В зависимости от отраслей российского права можно выделить межотраслевую конкуренцию.

Конкуренция правовых норм является одной из наиболее актуальных проблем в сфере повышения эффективности правоприменения.

Вопросы конкуренции правовых норм вызывают повышенный интерес среди ученых и практиков, но при этом данная научная проблема не получила должного освещения. В частности, недостаточно разработано понятие «конкуренция норм права», ее классификация, законодательное оформление конкурирующих предписаний и т.п. Также ведутся споры о разграничении понятий «конкуренция в праве».

Единых подходов к понятию и признакам данного феномена не выработано ни в теории права, ни в рамках отраслевых наук, ни в практической деятельности.

При применении материальных и процессуальных норм нередко допускаются ошибки, в том числе связанные с конкуренцией права. Решение этого вопроса может быть осложнено в силу недостаточной стройности системы норм современного законодательства. Нередко возникают случаи частичного пересечения правовых норм, а порой даже противоречия и взаимного наложения норм, что приводит к дублированию закона и превышению пределов судебного усмотрения.

В юриспруденции понятие «конкуренция правовых норм» используется достаточно широко (особенно в уголовном праве). При этом легальное определе-

ние указанного понятия отсутствует, а единого мнения среди ученых на этот счет нет.

Несмотря на то, что законодатель никак не поясняет понятие «конкуренция норм», последнее используется в официальных документах. Так, Конституционный Суд РФ в своем Постановлении указал, что «в части второй статьи 325 УПК Российской Федерации предусмотрен конституционно оправданный способ разрешения конкуренции норм, закрепляющих право на рассмотрение дела судом с участием присяжных заседателей и право ходатайствовать о замене этого суда коллегией из трех профессиональных судей» (абз. 5 п. 6 мотивировочной части) [154]. В указанной ситуации (что следует из буквального толкования текста) речь идет о конкуренции правовых норм, а именно о конкуренции двух норм, одна из которых устанавливает право на рассмотрение дела судом с участием присяжных заседателей, а вторая – коллегией из трех профессиональных судей. Часть 2 ст. 325 УПК РФ [203] определяет порядок рассмотрения уголовного дела с участием нескольких подсудимых: если один из подсудимых заявит ходатайство о рассмотрении уголовного дела с участием присяжных, то при отсутствии возражений со стороны оставшихся подсудимых дело будет рассматриваться с участием присяжных; если же часть подсудимых откажется от такого порядка, суд, при наличии возможности, примет решение о выделении уголовного дела в отношении этой части подсудимых в отдельное производство. Получается, к одной ситуации (рассмотрение дела с участием нескольких подсудимых) могут быть применены сразу две различные по содержанию правовые нормы (о праве на рассмотрение дела судом с участием присяжных и о праве на рассмотрение дела

коллегией из трех судей), из которых правоприменителю необходимо выбрать одну.

Еще в качестве примера можно привести выдержку из утвержденных Федеральной службой судебных приставов (ФССП) РФ Методических рекомендаций: «Статья 177 УК РФ является специальной по отношению к ст. 315 УК РФ, поэтому следует иметь в виду, что при конкуренции данных норм, общей и специальной, в соответствии с ч. 3 ст. 17 УК РФ уголовная ответственность наступает по специальной норме, т.е. по норме о злостном уклонении от погашения кредиторской задолженности» [120] (4. Субъект преступления). Согласно ч. 3 ст. 17 УК РФ [204], если преступление предусмотрено общей и специальной нормами, совокупность преступлений отсутствует и уголовная ответственность наступает по специальной норме. И вновь складывается ситуация, при которой одно событие (в данном случае, преступление) подпадает под регулятивное действие сразу двух разных норм права (одна из которых общая, а другая – специальная), причем применению подлежит только одна из двух правовых норм (специальная). Само же взаимодействие между нормами права в указанных обстоятельствах ФССП РФ названо конкуренцией.

Ключ к пониманию категорий «общая норма» и «специальная норма» содержится в названных Методических рекомендациях. В тексте данного документа определено, что в паре норм права, одна из которых установлена статьей 315 УК РФ, а другая – статьей 177 УК РФ, первая норма является общей, а вторая – специальной. Рассмотрим подробнее указанные статьи. Часть 1 ст. 315 УК РФ: «Злостное неисполнение вступивших в законную силу приговора суда, решения суда или иного судебного акта...». Ст. 177

УК РФ: «Злостное уклонение <...> от погашения кредиторской задолженности в крупном размере <...> после вступления в законную силу соответствующего судебного акта...» Получается, статьей 315 УК РФ установлен общий запрет на злостное неисполнение судебного акта, а в статье 177 УК РФ оговорен специальный запрет на неисполнение судебного акта, выражающееся в злостном уклонении от погашения кредиторской задолженности. Таким образом, общая норма устанавливает генеральное правило, а специальная норма – частный случай (часть от этого общего правила). Соответственно, в случае конкуренции приоритет отдается специальной норме.

На основании анализа двух приведенных официальных документов можно сделать промежуточное заключение, что конкуренция правовых норм – это (и здесь как нельзя лучше подойдет слово, которое в ФЗ «О защите конкуренции» употреблено для определения конкуренции) «соперничество» двух (или более) отличных по своему содержанию норм права за регулирование конкретных общественных отношений. Изучение научной литературы по данному вопросу позволяет прийти к выводу о том, что сделанное нами предварительное заключение вполне соответствует мнению многих ученых, занимающихся этой проблемой. Так, например, А.С. Еременко указал следующее: «Под конкуренцией норм мы понимаем такой юридически значимый результат одновременного наличия двух имеющих равную юридическую силу норм права – общей и специальной, когда обе нормы содержат необходимые признаки квалифицируемого отношения, но только одна из них – специальная норма содержит необходимые и достаточные, т.е. исчерпывающие, признаки данного отношения, исключая примене-

ние общей нормы» [63, с. 112]. При общей схожести подходов очевидные и определенные расхождения: А.С. Еременко выделяет два дополнительных признака конкуренции норм, которые нами ранее обозначены не были: 1) конкурирующие нормы права должны иметь равную юридическую силу; 2) конкурирующие правовые нормы соотносятся между собой как нормы общие и специальные.

Корректность указанных признаков вызывает сомнение, так как они, на наш взгляд, существенно ограничивают понятие «конкуренция правовых норм». Во-первых, тезис о том, что конкурирующие нормы должны иметь равную юридическую силу, не основан на существующей правоприменительной практике. Так, Конституционный Суд РФ в своем определении отметил, что «истолкование и выбор подлежащих применению норм, в том числе в случаях конкуренции норм законов и норм, содержащихся в подзаконных актах, возлагается на суды общей юрисдикции и арбитражные суды» [140]. Очевидно, нормы законов и нормы подзаконных нормативных правовых актов не равны между собой по юридической силе, однако к ситуации соперничества между ними Конституционный Суд РФ использует понятие «конкуренция». Более того, не сложно представить ситуацию, когда за регулирование конкретного правоотношения конкурируют несколько правовых норм различной юридической силы. Например, по вопросу установления минимального размера доли, занимаемой кредитной организацией на товарном рынке, в целях признания доминирующим положения данной кредитной организации на этом товарном рынке одновременно действуют две правовые нормы: норма подзаконного нормативного правового акта, – абз. 4 п. 1 Условий признания доминирующим

положения кредитной организации [207], – устанавливающая размер доли на уровне свыше 10 %, в случае если товарный рынок в России единственный, либо свыше 20 %, в случае если товарный рынок в России не единственный (специальная норма), и норма закона, – ч. 2 ст. 5 ФЗ «О защите конкуренции», – устанавливающая размер доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке на уровне 35 % (общая норма)). Во-вторых, утверждение о том, что конкуренция возможна только между общими и специальными нормами, также можно оспорить, так как существуют и иные виды конкуренции правовых норм.

Следует уточнить, что по вопросу о видах конкуренции правовых норм в юридической науке консенсуса нет. Общепринятым является выделение конкуренции общей и специальной норм права. Также большинство ученых, рассматривающих данную проблему, соглашались с существованием такого вида конкуренции норм, как конкуренция целого и части. Такая солидарность неслучайна, ибо вывод о наличии особой разновидности конкуренции норм – целого и части – основан на толковании положений действующего законодательства. Так, из ч. 1 ст. 17 УК РФ следует, что совокупностью преступлений признается совершение двух или более преступлений, ни за одно из которых лицо не было осуждено, за исключением случаев, когда совершение двух или более преступлений предусмотрено статьями Особенной части УК РФ в качестве обстоятельства, влекущего более строгое наказание. В представленной ситуации правовую норму, устанавливающую уголовную ответственность за совершение двух или более преступлений, принято называть нормой-целое, а норму права, предусматривающую уголовную ответственность за какое-либо одно престу-

пление, – норма-часть. В случае конкуренции части и целого применению будет подлежать норма-целое. Например, в паре правовых норм, предусмотренных ч. 1 ст. 111 УК РФ (умышленное причинение тяжкого вреда здоровью) и п. «в» ч. 4 ст. 162 УК РФ (разбой, совершенный с причинением тяжкого вреда здоровью потерпевшего), первая есть норма-часть (предусматривает ответственность исключительно за тяжкий вред здоровью), а вторая, соответственно, – норма-целое [охватывает сразу два разнообъектных преступления: разбой (преступление против собственности) и причинение тяжкого вреда здоровью (преступление против жизни и здоровья)].

В теории неоднозначной является проблема конкуренции специальных норм. Те авторы, которые признают существование такого правового явления, выделяют, как правило, следующие его разновидности: конкуренция норм со смягчающими и отягчающими обстоятельствами, конкуренция норм с отягчающими обстоятельствами, конкуренция норм со смягчающими обстоятельствами [134]. Некоторые ученые, наоборот, полагают, что специальные нормы между собой в отношении конкуренции не находятся, и, соответственно, отсутствуют основания выделять такой вид конкуренции в качестве самостоятельного. Так, в частности, Е.В. Благов [22] указывает: 1) конкуренция норм со смягчающими и отягчающими обстоятельствами есть не что иное, как отдельная разновидность конкуренции общей и специальной норм; 2) конкуренция норм со смягчающими обстоятельствами представляет собой надуманную проблему, так как действующее законодательство такую конкуренцию исключает; 3) конкуренция норм с отягчающими обстоятельствами (а именно, конкуренция нескольких частей одной

статьи Особенной части УК РФ) вполне укладывается в логику соотношения общей и специальной нормы, первая из которых «предусматривает определенный круг деяний», а вторая – «частные случаи из этого круга» [86, с. 211].

Если с первыми двумя тезисами можно согласиться, то относительно третьего – имеются некоторые сомнения. Представим следующую ситуацию: разбой, совершенный группой лиц по предварительному сговору с незаконным проникновением в жилище. Налицо конкуренция ч. 2 и ч. 3 ст. 162 УК РФ. При этом установленные указанными частями названной статьи уголовно-правые запреты не выступают в отношении друг друга в качестве общей и специальной нормы, ибо незаконное проникновение в жилище не является частным случаем совершения преступления группой лиц (и наоборот). Применить к описанной ситуации правила конкуренции целого и части не представляется возможным по столь же очевидным причинам. Ч. 2 и ч. 3 ст. 162 УК РФ являются специальными как в отношении ч. 1 ст. 162 УК РФ, так и по отношению друг к другу. По этой причине в данном случае следует пользоваться совершенно иными правилами: руководствоваться необходимо нормой, предусматривающей более строгое наказание (в рассматриваемой ситуации это ч. 3 ст. 162 УК РФ). Такой вывод основан на позиции Верховного суда РФ: «В случае совершения кражи, грабежа или разбоя при отягчающих обстоятельствах, предусмотренных несколькими частями статей 158, 161 или 162 УК РФ, действия виновного при отсутствии реальной совокупности преступлений подлежат квалификации лишь по той части указанных статей Уголовного кодекса Российской Федерации, по которой предусмотрено более строгое наказание» (п. 17) [156]. В связи с этим

имеются основания полагать, что наряду с конкуренцией общих и специальных норм, а также конкуренцией целого и части существует также конкуренция специальных норм (а именно, конкуренция уголовно-правовых норм с отягчающими признаками).

В юридической науке дискуссионным остается и вопрос о соотношении понятий «конкуренция норм» и «коллизия норм». Некоторые авторы смешивают данные категории либо путем их отождествления [225], либо посредством выведения одного понятия через другое, когда одно из них рассматривается в качестве родового понятия, а другое – в качестве видового [64]. Сразу следует уточнить, что подобное смешение рассматриваемых категорий происходит и на уровне правоприменительных актов. Так, например, Конституционный суд РФ указал следующее: «Тем самым часть вторая статьи 325 УПК Российской Федерации ... в системе норм уголовно-процессуального законодательства выступает в качестве специальной нормы по отношению к общим положениям данного Кодекса о персональной подсудности дел несовершеннолетних обвиняемых, а значит, в случае коллизии между ними она обладает приоритетом исходя из общеправового принципа *lex specialis derogat generali*, определяющего критерий выбора в случае конкуренции общей и специальной норм, регулирующих одни и те же общественные отношения» [128]. В рамках проведенного примера очевидно, что Конституционный Суд РФ к ситуации соперничества общей и специальной норм права применяет понятие «коллизия», смешивая его тем самым с категорией «конкуренция».

Однако насколько правомерно смешивать рассматриваемые категории? Какова позиция законодателя на определение понятия «коллизия»? В 2015 г.

в российское законодательство введена дефиниция понятия «нормативные коллизии», согласно которой последние представляют собой «противоречия, в том числе внутренние, между нормами, создающие для государственных органов, органов местного самоуправления или организаций (их должностных лиц) возможность произвольного выбора норм, подлежащих применению в конкретном случае» [119]. И хотя приведенное определение имеет узкую направленность и служит целям исключительно антикоррупционного законодательства, из него можно выделить ключевое для коллизии понятие – «противоречие». Если конкуренция – это соперничество норм права за регулирование общественных отношений, то коллизия есть именно противоречие между правовыми нормами. Именно на этом аспекте в первую очередь выстроена позиция тех авторов, которые настаивают на четком разграничении категорий «конкуренция» и «коллизия».

Например, В.Н. Кудрявцев обозначил два основных отличительных момента, позволяющих отграничить коллизию от конкуренции: 1) в коллизии находятся нормы, противоречащие одна другой, при конкуренции норм никакой коллизии нет; 2) коллизия двух или более норм существует независимо от того, имеются ли конкретные факты, подпадающие под эти нормы (коллизия – несогласованность норм по их содержанию, о конкуренции же норм речь идет лишь в случаях применения закона) [86]. Оба этих тезиса представляются не бесспорными и оставляют определенный простор для дискуссии. Так, И.Н. Куксин и В.А. Уфимцева справедливо отмечают, что коллидирующие нормы могут находиться между собой не только в отношении противоречия, но и в отношении противоположности [90]. В первом случае все достаточно просто: одна нор-

ма права прямо противоречит (сталкивается содержательно) другой правовой норме. В качестве примера можно привести коллизию, существовавшую между п. 3 ч. 1 ст. 6 и п. 1 ч. 4 ст. 7 Закона Краснодарского края «Об организации транспортного обслуживания населения таксомоторами индивидуального пользования в Краснодарском крае» [67], с одной стороны, и ч. 1 и 2 ст. 19, ч. 1 ст. 34 и ч. 3 ст. 55 Конституции РФ [78], с другой стороны. Эта коллизия выражалась в том, что перечисленные нормы указанного Закона устанавливали ограничения допуска лиц к осуществлению предпринимательской деятельности в сфере перевозок таксомоторами индивидуального пользования, выходя при этом за пределы вытекающих из федерального законодательного регулирования требований, направленных на обеспечение безопасности пассажирских перевозок, и вводя тем самым не предусмотренное федеральным законом ограничение права на занятие предпринимательской деятельностью. Данные нормы Закона Краснодарского края были признаны неконституционными и утратили юридическую силу [158].

Если рассматривать транснациональные отношения (отношения, осложненные иностранным элементом), то участвующие в их регулировании нормы различных национальных правовых систем (при условии отсутствия соответствующих международных договоров) находятся между собой в отношении противоположности. В качестве иллюстрации можно привести ситуацию дорожно-транспортного происшествия, произошедшего на территории России с участием автомобиля Nissan, принадлежащего В.М. Игнатову (виновнику ДТП), застраховавшему свою ответственность в САО «ВСК», и автомобиля MAN TGX, принадлежащего литовской компании UAB Transbalticum и

застрахованного по договору добровольного страхования в литовском филиале AAS “BTA Baltik Insurance” [51]. Возникает вопрос, право какого государства (Литовской Республики или Российской Федерации) подлежит применению к требованию AAS “BTA Baltik Insurance” о возмещении причиненного вреда, которое перешло к нему на основании ст. 6.1015 Гражданского кодекса Литовской Республики в порядке суброгации от UAB Transbalticum в связи с выплатой страхового возмещения? В данном случае в вопросе урегулирования обязательств вследствие причинения вреда налицо коллизия между российским и литовским правовыми порядками, когда правоприменителю необходимо выбрать, нормами какого государства он будет руководствоваться для разрешения данной конкретной ситуации. При этом коллидирующие нормы указанных правовых систем не находятся между собой в отношении противоречия. Коллизия заключается в том, что применение правовых норм одного государства исключит возможность применения по данному вопросу норм права другого государства, при том что нормы двух названных национальных правовых систем между собой никак не связаны.

Конкурирующие же правовые нормы (в отличие от коллидирующих), как это хорошо видно из рассмотренных примеров (конкуренция общей и специальной норм, конкуренция общего и части, конкуренция специальных норм) не просто не противоречат друг другу или взаимоисключают друг друга, а наоборот, тесно взаимосвязаны. Конкурирующие нормы права выступают частью единой правовой системы, само их существование продиктовано логикой организации правовой материи, действующими правилами юридической техники и главной целью законодателя – обе-

спечить эффективное регулирование разнообразных общественных отношений.

Относительно второго тезиса, обозначенного В.Н. Кудрявцевым по вопросу разграничения конкуренции и коллизии правовых норм, в юридической науке также консенсус не достигнут. И.П. Новикова полагает, что конкуренция норм возникает не только в рамках правоприменения, но также может проявляться и на других стадиях правового регулирования: при разработке закона, при принятии нормативного правового акта, при конкретизации и толковании права [135]. Однако широкой поддержки в науке данная позиция не получила. Традиционно считается, что конкуренция норм возможна исключительно на стадии правоприменения, когда перед правоприменителем стоит вопрос о выборе подходящей для разрешения конкретной ситуации нормы права. В свою очередь правовая коллизия существует объективно, вне контекста применения правовых норм. Последнее утверждение можно немного скорректировать. Оно справедливо только для ситуации, когда коллидирующие нормы находятся между собой в отношении противоречия (при этих обстоятельствах коллизия имеет место в силу несовершенства (дефектности) действующего законодательства, и это прямое рассогласование между различными элементами правовой системы никак с процессами правоприменения не связано). При этом, если коллидирующие нормы находятся между собой в отношении противоречия, диспозиция совершенно меняется: коллизия между нормами различных национальных правовых систем не существует сама по себе и возникает исключительно в условиях необходимости урегулировать общественные отношения, осложненные иностранным элементом, т.е. именно на этапе применения.

Таким образом, можно прийти к заключению, что «в правоприменительной деятельности речь о конкуренции правовых норм может идти лишь тогда, когда какой-то один факт, случай охватывается признаками нескольких норм, а эти нормы взаимосвязаны между собой» [109, с. 60]. Правовое регулирование вопросов конкуренции в различных отраслях российского права оказывает положительное влияние на совершенствование и развитие правовой системы в целом, делая систему права более полной и логически завершенной. Вместе с тем издание специальных предписаний должно быть, прежде всего, научно обоснованной объективной необходимостью, опосредованной изменениями и развитием общественно-экономических процессов. Иначе их функционирование не даст желательных результатов, ибо эти нормы издаются со специальной целью урегулирования строго определенных, специфически обособленных видовых общественных отношений, а их конкуренция делает эту регламентацию более совершенной.

2.10. Конкурентология и политология. Политическая конкуренция

В политике, как и бизнесе, аппетит приходит во время съедания конкурента.

Л.С. Сухоруков

Базовые понятия: политическая конкуренция, субъекты политической конкуренции, экономический подход к пониманию политической конкуренции, типы политической конкуренции, конституционные основы политической конкуренции, уровень политической конкуренции.

Если есть власть, дающая огромные права тем, кто ее осуществляет, то неизбежно возникает борьба за право участвовать в осуществлении этой власти – политическая конкуренция.

Изучение политической конкуренции традиционно относится к компетенции политологии.

Политическая конкуренция не сводится только к борьбе на выборах, а пронизывает всю политическую жизнь. Специфика политической конкуренции определяется прежде всего природой политики как особой сферы жизни общества.

Например, политическая конкуренция предполагает, что правитель может быть смещен со своего поста в ходе свободных выборов.

Политическая конкуренция также включает в себя борьбу за влияние на общество (определенные социальные слои и группы). В этом случае достижение политических целей зависит исключительно от умения политической партии либо отдельно взятого кандидата повернуть в свою пользу мнение большинства.

Безусловно, политическая конкуренция – важная составная часть предвыборной борьбы. Именно в условиях соперничества партий появляется конструктивная среда, выявляющая наиболее достойных. Об этом более подробно будет описано далее.

Следует начать с того, что понятие «политическая конкуренция» на сегодняшний день не имеет своего однозначного определения в науке (в том числе, политологической), также оно не нашло отражения в действующем российском законодательстве (ни в Конституции РФ, ни в каких-либо других нормативных правовых актах о нем никаких упоминаний нет).

Рассмотрим некоторые авторские подходы к пониманию рассматриваемой категории.

Л.А. Лукьянова считает, что политическая конкуренция – это набор механизмов, обеспечивающий действие основных форм народовластия: непосредственной, представительной и консультативной демократии [102, с. 62].

И.Л. Кинзерская приходит к схожему заключению, что «политическая конкуренция есть система публичных сдержек и противовесов, определяющая устойчивый характер развития политической системы и устанавливающая легитимные формы взаимодействия политических акторов в борьбе за власть» [73, с. 9].

Д.И. Кошель трактует рассматриваемую категорию значительно шире. В его понимании политическая конкуренция – это сложная система социальных институтов, формальных и неформальных установлений, этносоциальных и культурных традиций; часть социального порядка, продукт человеческой деятельности, она не сводится к борьбе на выборах, а пронизывает всю политическую жизнь [83, с. 14].

А.П. Рылкина и В.Н. Шилов предлагают рассматривать политическую конкуренцию как особую форму социального взаимодействия, понимая под ней соперничество в сфере политики за обладание властью, когда соперники не находятся в состоянии контакта друг с другом, а результаты соперничества определяет некто третий [175, с. 179–180].

Похожую позицию можно встретить у А.Б. Джедо: «политическая конкуренция – это конкуренция за политическую власть, борьба за способность формировать и контролировать содержание и направление государственной политики, соперничество за способности влиять на принятие официальных решений на правительственном уровне, по вопросам государственной политики» [246, с. 71].

Процессуальную природу данного понятия подчеркивает А.В. Шмыгановский, указывая, что «политическая конкуренция – это процесс соперничества субъектов политической деятельности, соблюдающих установленные законом требования и обладающих равными правами, который направлен на получение большего объема властных полномочий по сравнению с остальными субъектами политической деятельности» [234, с. 15].

С.В. Васильева понимает под политической конкуренцией не только непосредственно социальное взаимодействие между политическими субъектами в рамках борьбы за власть, но и качество самой политической системы, в рамках которой данное взаимодействие происходит. А именно, она определяет политическую конкуренцию как «соперничество политических партий и иных политических общественных объединений в целях получения голосов избирателей, должностей и властных ресурсов», а также как «состояние общественно-политической системы, в условиях которой каждый уполномоченный субъект имеет шансы прийти к власти» [31, с. 17].

Итак, если подытожить указанное ранее, то в общем смысле под политической конкуренцией можно понимать осуществляемое в рамках правового поля соперничество политических субъектов за обладание публичной властью.

Субъекты политической конкуренции

Круг участников политической конкуренции достаточно обширен: политические партии (прочие общественные объединения), государственные органы и органы местного самоуправления, кандидаты (на должность Президента РФ, в депутаты Государственной Думы и т.д.).

А.В. Шмыгановский указывает, что как субъекты политической конкуренции наибольший интерес для исследования, на его взгляд, представляют политические партии и государственные органы, ибо они «обладают более широким объемом возможностей и полномочий», чем кандидаты на выборные должности. Также он поясняет, что конкуренция между органами государственной власти обеспечивает их эффективную работу в рамках трех ветвей власти, отдельно уточняя, что глава государства, если он не относится ни к одной из ветвей власти, при некоторых формах правления также будет конкурировать с этими ветвями власти (а именно, с органами, к ним относящимися). Конкуренция же между политическими партиями не ограничивается исключительно рамками избирательной кампании, а продолжается после в стенах парламента при осуществлении последним своей основной деятельности [234, с. 15].

Тезис А.В. Шмыгановского о том, что кандидаты на выборные должности не обладают «широким объемом возможностей и полномочий» и по этой причине конкуренция между ними не представляет значительного интереса для исследования, на наш взгляд, является спорным. Совершенно очевидно, среди кандидатов часто имеют место те, кто на период избирательного процесса уже занимает выборную должность (по которой истекает срок полномочий) и обладает в связи с этим значительным (а порой, даже чрезмерным) объемом ресурсов. Так, из семи состоявшихся в России президентских выборов в трех из них в качестве кандидата участие принимал действующий Президент РФ (Б.Н. Ельцин в 1996 г., а также В.В. Путин в 2004 и 2018 гг.). Более того, по своим последствиям (если речь идет о государствах с сильной

исполнительной властью, например, президентских или смешанных республиках) именно выборы главы государства представляются одними из наиболее значимых для политической системы.

Экономический подход к пониманию политической конкуренции

Несмотря на то, что цели экономической и политической конкуренции существенно различаются (получение экономической или политической власти соответственно), политологическая наука достаточно активно использует экономические категории, концепции, модели, адаптируя их для целей исследования и описания соперничества в политической сфере. Объясняется это тем, что «и в экономике, и в политике объекты, по поводу которых происходит конкуренция схожи: ресурсы, рынок, прибыль, потребитель... можно попробовать использовать экономический инструментарий» [172, с. 43].

Уже в 1962 г. Ю. Хабермас характеризовал активность участников избирательной кампании как разновидность деятельности по продаже товаров и услуг [133, с. 53]. В 1993 г. П. Бурдые ввел понятие «политического поля», то есть места, где посредством конкурентной борьбы между агентами рождается политическая продукция (программы партий, комментарии, концепции, предложения), а обычные граждане, выступая в роли «потребителей», должны выбрать наиболее подходящий для них продукт [29, с. 182].

Вообще, можно отметить постепенную «маркетизацию» политической жизни. В нынешнюю эпоху постмодерна монизм уступил место плюрализму, неактуальными стали концепты о едином народе и общенародной воле, глобализме, универсальной идеологии, едином и магистральном пути истории

ческого развития. Политическая сфера расценивается в качестве еще одного рынка (наряду с рынком нефти, зерна и т.д.), а общество рассматривается как множество индивидов (порой весьма атомизированное), потребляющих на политическом рынке особые товары – политические программы, идеологии, политические партии, кандидатов, модели управления. Соответственно, в рамках данного подхода политические акторы выступают в качестве соперничающих друг с другом за потребителя (электорат) производителей политических товаров и услуг.

При демократическом политическом режиме, в рамках которого народ признается единственным источником власти и носителем суверенитета, именно население страны, делегирующее часть своей власти в пользу государственных органов и должностных лиц, является конечным потребителем специфической политической продукции. Непосредственно за лояльность (поддержку) электората разворачивается борьба между политическими субъектами. Избиратели за собственные голоса приобретают политические товары и услуги.

Ситуация складывается принципиально иным образом в условиях недемократических (авторитарных/ тоталитарных) режимов. При таких режимах не собственность является источником власти, а, наоборот, власть становится источником собственности. Именно поэтому принципиальное значение в данных системах приобретает прямой доступ к публичной власти. Де-факто население исключено из сферы государственного управления и реально не может повлиять на происходящие в стране политические процессы. Власть сконцентрирована в руках отдельного лица или узкой группы лиц, за благосклонность которых соперничают

стремящиеся к власти субъекты. Последние предлагают себя, свои компетенции за долю властного ресурса, которая предоставляется им действительными носителями власти.

Итак, речь можно вести о двух разных видах политической конкуренции – демократической и недемократической. И различий между ними значительно больше, чем сходств.

Типы политической конкуренции

Продолжая использование аналогии в качестве научного метода, позволившего применить чисто экономические конструкты при описании политических процессов, обозначим типы политической конкуренции. Минимум два таких типа очевидны сразу: чистая монополия и совершенная конкуренция.

Политическая конкуренция, получение от народа права на управление государством в результате открытых, равных и честных состязательных процедур, возможность граждан сменить власть, результаты деятельности которой их не устраивают, – ключевая особенность демократической политической системы. Напротив, политическая монополия – неравенство участников политического процесса, административный (а не выборный) принцип замещения государственных должностей, затрудненность или невозможность смены власти на выборах – особенность недемократического, авторитарного режима [34, с. 287].

Однако чистая политическая монополия и чистая политическая конкуренция – это две крайние, полярные и редко встречающиеся в практике системы. Примером чистой политической монополии выступают страны с тоталитарным политическим режимом, коих на планете за всю человеческую историю набе-

рется всего несколько штук. Чистая политическая конкуренция – это вообще умозрительная, исключительно теоретическая концепция, которая в реальности (собственно, равно как и чистая экономическая конкуренция) вообще не находит своего воплощения. Как указывает В.В. Радаев, «...Условия совершенной (чистой) конкуренции являются крайней точкой оси, на другом полюсе которой находится абсолютная монополия, предполагающая наличие одного продавца» [158, с. 17]. Иные типы политической конкуренции, отклоняющиеся по своим признакам от чистой монополии и совершенной конкуренции, представлены в жизни значительно шире.

В.Н. Шилов и А.П. Рылкина [175] в зависимости от ряда присущих политической системе характерных черт (число политических акторов, типы продукта, контроль за направлением деятельности в политической сфере, условия вступления в политическую сферу) выделяют следующие типы политической конкуренции: чистая монополия, олигополия, монополитическая конкуренция, совершенная (чистая) конкуренция (см. табл. 9).

Специфическим типом организации политического рынка, когда существует один покупатель ресурсов, товаров, является монопсония. Монопсония присуща авторитарным режимам, когда носитель верховной власти (одно лицо или ограниченный круг лиц), отбирает из многих претендентов для осуществления последними властных полномочий, «покупает» их политико-управленческие услуги. Политическую монопсонию можно также рассматривать и как авторитарную политическую конкуренцию, о которой было сказано ранее [175, с. 182–183].

Таблица 9

Характеристика типов политической конкуренции

Характерные черты	Совершенная (чистая) конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число политических акторов	Очень большое количество	Много	Несколько	Один
Типы продукта	Стандартизированный	Дифференцированный (особая политическая программа, предложение особого стиля руководства и др.)	Дифференцированный	Уникальный (нет заменителей)
Контроль за деятельностью в политической сфере	Нет	ограниченный	Ограниченный взаимной зависимостью	Значительный
Условия вступления в политическую сферу	Беспрепятственные	Сравнительно легкие	Наличие существенных препятствий	Блокировки

Конституционные основы политической конкуренции

Среди основ конституционного строя, перечисленных в главе 1 Конституции РФ, фундаментальное значение для существования и развития политической конкуренции в России имеют два из них – принцип разделения властей и принцип политического плюрализма.

Согласно заключению советского исследователя И.Д. Левина, «принцип разделения властей является попыткой юридическими средствами обеспечить: 1) относительную независимость отдельных органов государства друг от друга и, в частности, в отношении порядка их образования; 2) ограничение власти каждого органа путем: а) выделение для него определенной сферы деятельности и б) предоставление одному органу возможности противопоставить свою точку зрения точке зрения другого органа, хотя и без права ее замены своим решением» [96, с. 296–297]. Соответственно, принцип разделения властей выступает правовой основой для существования конкуренции между государственными органами, относящимися к различным ветвям власти.

Дополняет принцип разделения властей механизм сдержек и противовесов, формализованный в ряде статей Конституции РФ, наделяющих высшие федеральные органы государственной власти и Президента РФ полномочиями по контролю за законностью (и в ряде случаев, эффективностью) деятельности других органов. Например, право Государственной Думы выразить недоверие Правительству РФ (ст. 117), право Президента РФ распустить Государственную Думу (ст. ст. 111, 112 и 117), полномочие Совета Федерации отрешить Президента РФ от должности (ст. 93),

право Президента РФ принять решение об отставке Правительства РФ (ст. 117) и т.д. Данный механизм направлен на недопущение чрезмерного укрепления одного органа власти за счет других, достижение баланса, равновесия между высшими органами государственной власти. Как верно заметил Р.В. Косов, существование такой системы равновесия «в конечном счете определяет особенности практической реализации принципа разделения властей» [177, с. 20].

Другой важнейшей основой конституционного строя, прямо не названной, но фактически закреплённой в ст. 13 Конституции РФ, является политический плюрализм. С.А. Авакьян определяет политический плюрализм как «состояние в обществе и государстве, когда никакая идеология не получает юридического статуса официальной государственной идеологии, а для выражения и воплощения различных политических идей и взглядов могут создаваться партии и иные общественные объединения, и все они действуют на основе, т.е. в рамках, с соблюдением закона и равны перед законом» [1, с. 81]. Очевидно, что данная основа конституционного строя создает правовые предпосылки для конкуренции между политическими партиями, т. к. в системах с обязательной государственной идеологией и единственной разрешённой политической партией межпартийная конкуренция абсолютно исключена, попросту невозможна. Рассматриваемый принцип находит свое развитие в отдельных положениях Конституции РФ, предоставляющих гражданам право на создание и вступление в общественные объединения, включая политические партии (ст. 30), а также право граждан на участие в выборах (ст. ст. 3, 32).

Таким образом, Конституция РФ закладывает юридические основы для существования политической

конкуренции в рамках политического пространства нашей страны.

Уровень политической конкуренции в России

Исторически подтверждается, что высокая политическая конкуренция способствует росту качества государственного управления и, наоборот, снижение степени политической конкуренции приводит к падению эффективности соответствующей политической системы. Исследователи, занимающиеся проблемой политической конкуренции в России, отмечают несоответствие ее уровня показателю, в норме присущему демократической политической модели. Приведем выводы некоторых из этих авторов.

Еще в 2005 г. В.В. Лапкин и В.И. Пантин заметили, что «золотой век» российских олигархов уходит в прошлое; на смену ему идет «золотой век» чиновничества и высшей бюрократии, контролирующих основные финансовые потоки и регулирующих отношения собственности. «Пакт элит» по-российски установил доминирование бюрократии и силовых структур как над крупным бизнесом, так и над рядовыми предпринимателями, оставляя массам лишь роль «статиста» в публичных играх, имитирующих функционирование демократии. Обратная сторона такого «пакта элит» – фактическое отсутствие в России организованной и ответственной оппозиции, влиятельных политических партий [94, с. 57].

Е.Г. Ясин пришел к выводу, что в России нет открытой политической конкуренции, «в результате политической стабилизации политическая конкуренция была ликвидирована вовсе». Он называет некоторые причины такого состояния: доминирование исполнительной ветви власти, то чего принцип разделения властей перестает быть действенным; декларативная свобода сло-

ва и информации и как результат – СМИ совершенно не опасны для власти; слабая конкуренция между партиями [242, с. 48]. Е.А. Лукьянова указала, что состояние современной политической конкуренции вообще весьма далеко от понятия конкуренции в целом [102, с. 63]. «Низкую интенсивность политической конкуренции» и неопределенность электоральных правил отмечает также С.Н. Пшизова [149, с. 15].

В заключение по данному вопросу хотелось бы отметить, что за последние 25 лет политическая конкуренция в России прошла сложный путь от дезорганизации к стабилизации.

Обратной стороной процесса стабилизации политической системы конца 90-х гг. XX – начала XXI в. и повышения уровня ее эффективности стало не только усиление роли государства в социально-политическом процессе, но и установление бюрократического контроля над политическими и иными процессами и снижение уровня политической конкуренции. Произошло сокращение количества акторов, принимающих участие в межпартийной конкуренции, т.е. превращения конкуренции в форму олигополии, ослабление влияния граждан на формирование властных структур, а соответственно и общее снижение интереса граждан не столько к институту выборов, сколько к их результатам.

В 2000–2012 гг. в российском обществе сложился доминирующий участник в лице государства и его части – бюрократии (включая силовое чиновничество)... Такой порядок распределения ресурсов в политической системе устанавливает определенные ограничения на развитие политической конкуренции. И если брать за критерий демократии в нашей стране только один показатель – политическую конкуренцию, то можно прийти к выводу, что система носила скорее

автократический или бюрократический, нежели демократический характер» [106, с. 29–30].

Однако унаследованная из советского прошлого политическая индифферентность и пассивность определенной части населения выступает питательной средой для развития разнообразных нарушений конкурентных процессов – недобросовестная конкуренция. Несмотря на то, что политическая конкуренция как феномен и категория относится в первую очередь к предметной области политической науки, ее исследование обязательно должно дополняться социологическим анализом, обращенным на поиск социальных факторов и закономерностей, на изучение влияния на политическую конкуренцию исторической, социокультурной, социально-когнитивной специфики политического сознания и культуры.

Таким образом, политическая конкуренция – одна из главных характеристик политической системы и политического режима современного государства. Важным показателем развития современного демократического государства является наличие в нем возможностей для политической конкуренции. Наличие её – один из признаков демократического государства. Именно политическая конкуренция и ее постоянная динамика обеспечивают социально-политическую стабильность и долговременную устойчивость демократической политической системы, наделяют ее способностью к саморегулированию и самосовершенствованию. Характер и динамика политической конкуренции напрямую связаны и определяются тем, как соблюдаются и защищаются политические права и свободы граждан, их права во взаимоотношениях с государством на формирование органов государственной и местной власти, на контроль и участие в деятельности этих органов.

Выводы по главе 2

Задачи, которые сегодня стоят перед любой существующей наукой, не могут быть успешно выполнены только ее собственными средствами, междисциплинарный подход к их решению неизбежен. Конкурентология отражает достижения многих наук, тесно взаимосвязана с философией, экономикой, аксиологией, психологией, конфликтологией, биологией, поэтому изучение конкурентологии осуществляется и может в дальнейшем осуществляться учеными разных областей наук.

Так, отголоски конкурентологии можно найти в философских трудах. Вопрос о конкурентоспособности напрямую касается важнейшего вопроса философии – вопроса о сущности человека, его месте в мире и о смысле человеческого бытия.

Кроме этого, вопросы конкуренции отражаются в законах диалектики:

1. Закон единства и борьбы противоположностей заключается в том, что понятие «конкуренция» очень часто отождествляют с понятием «борьба».

2. Закон перехода количественных изменений в качественные реализуется следующим образом. Если объект конкуренции уступает в каких-либо характеристиках своим конкурентам (интеллект, сила, выносливость, скорость и т.п.), то путем целенаправленных и регулярных тренировок можно увеличить объем интересующих характеристик, благодаря чему можно будет одержать победу над конкурентами, т.е. произойдет переход количества в качество.

3. Закон отрицания отрицания выражается в том, что более конкурентоспособным становится что-то новое, пришедшее на смену старого.

В экономической сфере конкуренция рассматривается как борьба коммерческих предприятий, цель которых – получить максимальную прибыль, но, несмотря на это, регулирующую конкуренцию рассматривают как благо для экономики, поскольку она не допускает возникновения дефицита продукции и услуг, способствует формированию справедливых цен, стимулирует производителей и продавцов быть гибкими, является движущей силой научно-технического прогресса и др. При этом выделяют совершенную и несовершенную конкуренцию, регулирующую и свободную конкуренцию, монополистическую конкуренцию, олигополию, монополию, естественную монополию, ценовую и неценовую конкуренцию, внутриотраслевую и межотраслевую конкуренцию, а также два вида недобросовестной конкуренции – псевдоконкуренцию и черный сговор.

В математической науке существует несколько подходов к построению моделей конкуренции, которые описывают конкурентные взаимоотношения с помощью системы различных уравнений: использование математических моделей в экономике позволяет определить факторы конкурентоспособности предприятия, использование математических моделей в биологии позволяет определить конкурентоспособность видов животных и растений.

В биологии конкуренцию рассматривают как взаимоотношение видов со схожими потребностями, существующих за счет общих ресурсов. Конкуренция и борьба за существование являются неотъемлемыми движущими силами эволюции. С точки зрения теории эволюции выделяют прямую и косвенную борьбу за существование. Различают также три формы конкурентной борьбы (внутривидовую, межвидовую и борьбу с неблагоприятными условиями среды) и три вида кон-

курунции: трофическую (борьба травоядных животных за пищу), топическую (борьба животных за место обитания) и репродуктивную (борьба между самцами за воспроизведение потомства).

Психологические науки, как правило, изучают вопросы становления конкурентоспособной личности. Однако рассмотрение психологии становления конкурентоспособной личности и конкурентной деятельности/борьбы начинается с определения связи конкурентологии с различными направлениями в психологии: общая психология (психические свойства, процессы и состояния личности), возрастная психология (возрастные этапы развития личности), психология личности (структура личности, поведение), социальная психология (взаимодействие людей в социальной группе). Системность в вопросе рассмотрения психологии конкурентной деятельности, является необходимостью. Анализ взаимосвязей позволяет увидеть внутреннюю составляющую как конкурентной личности, так и конкуренции как формы взаимодействия.

Психология конкурентной деятельности многомерна и может быть рассмотрена с любой позиции психологического знания. Мы наблюдаем внутренние аспекты личности, такие как мышление и эмоции, когда личность прибывает в конкурентной борьбе, а также явные внешние признаки в процессе социального взаимодействия на разных возрастных этапах. Но психология как наука, свободная от оценочных суждений, не обуславливает видение конкуренции как негативного или положительного феномена. Психология констатирует его наличие и изучает многоаспектность его проявления, пытаясь конкретизировать и углубить понимание человека в данной области.

В педагогической науке, формирование конкурентоспособности молодежи представляет собой сложную систему. Образование, ориентированное на формирование конкурентоспособности, можно обеспечить организацией специально созданной для этого конкурентной образовательной среды.

Созданием конкурентной среды в процессе образовательной деятельности (конкурентной образовательной среды) обеспечивается развитие конкурентной активности между субъектами образования (обучающимися), что способствует формированию их конкурентоспособности. При этом необходимо выбирать такие формы и методы работы, которые являются наиболее благоприятными для конкретного возраста обучающихся.

В следующей главе будет описана конкуренция в разных сферах и видах деятельности, к примеру, в спорте, а также отражение ее в художественных фильмах и произведениях литературы, сказках и фольклоре и др.

ГЛАВА 3. КОНКУРЕНЦИЯ В РАЗНЫХ СФЕРАХ И ВИДАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



3.1. Правовые аспекты регулирования конкуренции

Законы сильны нами, а мы – законами.

Демосфен

Базовые понятия: система конкурентного права.

Право как один из элементов системы социального регулирования регламентирует вопросы конкуренции. Однако право и закон не могут заменить ее собой. Особенно отчетливо это видно в экономике, в частности, на примере регулирования цен. Именно конкуренция (а не административные установления) в большинстве случаев является наиболее естественным и в силу этого эффективным регулятором цен на рынке.

В настоящее время сложилась самостоятельная система источников, регулирующих вопросы обеспечения конкуренции в Российской Федерации.

Данная система признается системой конкурентного права:

Конкурентное право Российской Федерации – это система нормативно-правовых актов, действующих в России, регулятивное воздействие которых направлено на обеспечение условий для формирования и эффективного функционирования товарных, финансовых рынков и рынка услуг, а также на управление отношениями, связанными с деятельностью естественных монополий, и пресечение проявления недобросовестной конкуренции.

Исходя из анализа приведенного определения и положений, существующих в современной юридической доктрине, может быть сделан вывод о том, что процесс формирования системы конкурентного права был подчинен необходимости достижения определенных целей:

1. Установление организационно-правовых основ предупреждения, ограничения и пресечения монополистической деятельности и недопущения недобросовестной конкуренции;

2. Обеспечение условий для формирования и эффективной деятельности рынков товаров, услуг и финансовых средств.

При этом следует обратить внимание на то, что первая цель по своему содержанию узкоспециальна и присуща исключительно системе конкурентного права, в то время как вторая – характеризуется более широким содержанием и может быть обозначена в качестве одного из направлений государственно-властной деятельности в целом.

Юридической предпосылкой конкуренции служит свобода деятельности (свобода договора, свобода предпринимательства, свобода конкуренции), гарантированная ч. 1 ст. 8 Конституции РФ. Фундаментальные положения этой статьи раскрываются в Гражданском кодексе и антимонопольном законодательстве РФ. Судебная практика подтверждает, что суды руководствуются конституционным принципом свободы экономической деятельности и свободы конкуренции. Так, Конституционный Суд РФ указал следующее: «Вместе с тем, осуществляя правовое регулирование корпоративных отношений, законодатель учитывает конституционный принцип свободы экономической дея-

тельности, предполагающий, что общее собрание акционеров вправе самостоятельно принимать стратегические экономические решения. К таким решениям относится и решение общего собрания акционеров о выплате (объявлении) дивидендов, в том числе о размере дивиденда и форме его выплаты...» [140]. Верховный Суд РФ в контексте рассматриваемого вопроса отметил, что «на недопустимость изменения сторонами сроков выполнения работ по государственному (муниципальному) контракту, если иное не установлено законом и заключенным в соответствии с ним контрактом, что обеспечивает равенство участников размещения заказов и свободу конкуренции указано в пункте 9 Обзора судебной практики применения законодательства Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, утвержденного Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 28.06.2017» [139].

Вопросы конкуренции, конкурентоспособности и конкурентной среды отражены во множестве нормативно-правовых актов: Конституция РФ [78], Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [214], Указ Президента РФ от 21.12.2017 № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» [205], Уголовный кодекс РФ от 13.06.1996 № 63-ФЗ [204], Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ [75] и др.

Выдержки из содержания вышеперечисленных и некоторых других нормативно-правовых документов, составляющих источниковую базу конкурентного права, представлены в Приложении (см. с. 300).

Таким образом, с точки зрения российского законодательства конкуренция – правомерная (не запрещенная законом), автономная деятельность хозяйствующих субъектов на соответствующем рынке, целью которых является получение более выгодных условий производства и сбыта законными средствами (п. 1 ст. 2 Гражданского Кодекса РФ). В конкурентной деятельности важен элемент состязательности, соревнования (для конкуренции необходимо наличие соперников на рынке, цели в конкурентной борьбе достигаются за счет конкурентов). Конкуренцию можно рассматривать как общественные отношения, складывающиеся между хозяйствующими субъектами в процессе их предпринимательской деятельности. Эти имущественные отношения урегулированы нормами права, содержащимися в различных актах российского законодательства. В ряде правовых систем потребитель рассматривается как участник процесса конкуренции.

3.2. Конкуренция в сфере менеджмента

Экономическая конкуренция – это не война, а соперничество в интересах друг друга.

Э. Каннан

Базовые понятия: конкурентоспособность менеджмента, управление.

В настоящее время наличие жесткой конкуренции на экономическом рынке требует от предприятий обеспечения определенной конкурентоспособности или, в противном случае, грозит вытеснением их с данных рынков. Следовательно, конкурентоспо-

способность может рассматриваться не только по отношению к товарам и услугам, но и к в целом к хозяйствующим субъектам. Однако в любом случае под конкурентоспособностью понимается способность выступать на рынке наравне с уже присутствующими там аналогами. Обеспечение высокой конкурентоспособности предприятия достигается за счет умения лучше других находить компромисс собственных интересов с интересами клиентов, а также, что не менее важно, в процессе менеджмента, с другими участниками внешней среды.

Что же такое «менеджмент»? Есть всевозможные области управления: производственное, техническое, государственное, идеологическое, народнохозяйственное. Для обозначения последнего в реальное время во всем мире закрепился термин «менеджмент». В самом общем смысле менеджмент – наука об управлении, самостоятельный вид профессиональной управленческой деятельности, направленный на достижение в рыночных условиях намеченных целей путем рационального использования ресурсов. Понятия «конкуренция», «конкурентоспособность» достаточно широко используются в теории и практике современного менеджмента.

Термин «менеджмент» также как термин «конкуренция» имеет экономическое происхождение.

Менеджмент призван создавать условия для успешного функционирования предприятия, исходя из того, что прибыль является не причиной существования компаний, а результатом их деятельности, который в конечном результате определяет рынок.

Именно по этой причине, в последние годы растет интерес к профессиональному менеджменту как к одному из существенных факторов повышения конкурентоспособности.

Эффективное управление изменениями становится ключевым фактором повышения конкурентоспособности хозяйствующих объектов. Это требует разработки новых технологий, повышения качества конечных результатов деятельности и, конечно, внедрения новых, более эффективных методов управления и организации деятельности предприятий.

Менеджмент, целью которого является рост уровня конкурентоспособности предприятия, предполагает, прежде всего:

- 1) ориентацию предприятия на спрос и потребности рынка, на запросы потребителей;
- 2) постоянное стремление к повышению эффективности деятельности, получение оптимальных результатов при минимальных затратах;
- 3) хозяйственная самостоятельность, обеспечивающая свободу принятия управленческих решений, направленных на конечный результат деятельности предприятия или его подразделений;
- 4) постоянную корректировку целей и программ развития в зависимости от состояния рынка.

Целью менеджмента является обеспечение прибыльности в деятельности хозяйствующего объекта путем управления производством и развитием технико-технологической базы, а также эффективного использования кадрового потенциала предприятия.

В научном обороте даже появился специальный термин, характеризующий все вышесказанное, – конкурентоспособность менеджмента.

Под конкурентоспособностью менеджмента понимают сравнительную характеристику качества менеджмента на предприятии и у конкурентов, это различия в квалификации, мотивации, организации управления. Конкурентоспособность менеджмента предприятия

можно трактовать как качественное превосходство над менеджментом предприятий конкурентов.

Деятельность любого предприятия в условиях конкуренции подвергается двойному контролю: внутреннему непосредственному контролю в рамках фирмы и внешнему опосредствованному контролю на рынке со стороны фирм-конкурентов, через конечные результаты рыночной деятельности. Вторая форма контроля является жесткой, но беспристрастной. Беспристрастность и объективность оценки возможностей любой хозяйственной единицы определяется тем, что в конечном счете эту оценку проводит покупатель, который, руководствуясь собственными интересами, отдает предпочтение товарам того или иного конкурента.

Таким образом, менеджмент организации, основанный на маркетинге, стратегии и управлении персоналом, – это основа достижения высокой конкурентоспособности предприятий. Однако и в этом случае нельзя обойтись только одной составляющей менеджмента – для совершенствования продукта необходимо привлечение сырьевых, финансовых и иных ресурсов. От эффективного управления ими в значительной степени зависит конкурентоспособность предприятия.

3.3. Конкуренция в сфере маркетинга

О свободном предпринимательстве и о том, что в конкуренции побеждает лучший, охотней всего рассуждают те, кто унаследовал от отца магазин или ферму.

Уилл Роджерс

Базовые понятия: межотраслевая конкуренция, внутриотраслевая конкуренция, функциональная конкуренция, видовая конкуренция, предметная конкуренция.

В условиях постоянно меняющегося состояния маркетинговой среды предпринимательские структуры оказываются в условиях конкуренции. Успех предприятия на рынке зависит от того, насколько ее товары будут пользоваться спросом среди товаров конкурентов. Для маркетинга основной смысл конкуренции сводится к соперничеству, к борьбе за потенциально лидирующее (отличное от других компаний) положение товара и, как следствие, предприятия на рынке. При этом конкуренция одновременно является и фактором, и следствием маркетинговой деятельности различных предприятий. Получается своеобразный замкнутый круг: конкуренция провоцирует создание маркетинговых служб на предприятиях, которые, в своих попытках воздействовать на рынок, усиливают конкуренцию, которая, в свою очередь, активизирует маркетинг предприятия.

Маркетинг воспринимает конкуренцию как среду обитания, естественную и необходимую для функционирования и развития рынка.

Поскольку маркетинговая среда постоянно изменяется, компании вынуждены конкурировать между собой, порой даже просто для того, чтобы удержаться на рынке. Успех организации зависит от того, насколько ее продукция будет пользоваться спросом в конкурентной маркетинговой среде.

Однако не все начинающие бизнесмены знают, какое значение имеет конкуренция. Некоторые рассматривают соперников как врагов, полагая, что их действия не нужно изучать и анализировать, а наличие конкурирующих компаний только вредит. Это не так. Если производители и продавцы применяют добросовестные методы конкуренции (параграф 2.3), они помогают друг другу развиваться и становиться успешнее, а также могут лучше удовлетворять потребительские запросы.

Конкуренция в бизнесе изучается маркетологами с практической целью. Понимание принципов, по которым строится взаимодействие между компаниями, позволяет спрогнозировать ситуацию в отдельной отрасли, регионе и целой стране, а также дать рекомендации фирмам по поводу эффективного ведения деятельности. Детальное изучение темы поможет будущему предпринимателю понять, почему конкуренция – это положительно.

В обоснование данной позиции приведем несколько аргументов.

Первый будет взят из СМИ. Во время эфира телепередачи «Вести недели» сообщили, что за последние пять лет производители конкуренты не подавали иски друг на друга. Никто не преследовал целью «убрать» с рынка своего конкурента. Велось честное соперничество в рамках закона, которое способствовало улучшению выпускаемой продукции. Можно сделать вывод о том, что в данном случае конкурентам была интересна честная борьба за покупателя, а не устранение с рынка друг друга.

Другой пример приведен из истории мирового бизнеса. Основателями знаменитых фирм одежды «Адидас» и «Пума» являются два брата. На заре своего бизнеса они работали совместно, но позже из-за разногласий каждый создал свой бренд. С того дня они стали главными конкурентами друг другу. Чтобы завоевать покупателей они вынуждены были соперничать между собой: каждый из них постоянно улучшал качество выпускаемого товара, приобретал новую технику для производства, активно рекламировал свой бренд. Ввиду этого оба бренда стали мировыми и нашли своего покупателя на рынке.

Данные примеры демонстрируют, что в условиях конкуренции производители могут соперничать, а не воевать.

Конкуренция – один из признаков рыночной экономики, форма взаимного соперничества субъектов маркетинговой системы и механизма регулирования рынка. Конкуренция появляется между двумя и более соперниками по бизнесу, что выступает инструментом в устранении и предотвращении монополий.

Для маркетолога важно видеть в конкуренции процесс соперничества между субъектами рынка (юридическими или физическими), которые осуществляют предпринимательскую деятельность и заинтересованы в достижении аналогичных целей. В экономике такой целью является максимизация прибыли, тогда как в маркетинг выступает инструментом достижения данной цели за счет завоевания предпочтений потребителей. Смысл конкурентной борьбы с точки зрения маркетинга – привлечение потенциальных потребителей, переманивание потребителей, пользующихся услугами конкурентов, расширение рынков сбыта, а не в действиях против конкурирующих предприятий. Но, чтобы выиграть в конкурентной борьбе, нужно обладать определенным преимуществом, уметь создать факторы превосходства над конкурентами в сфере потребительских характеристик товара/услуг и средств его продвижения на рынке. В целях выстраивания эффективной маркетинговой стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и основанной на сильных сторонах деятельности предприятия, любая фирма должна постоянно осуществлять текущий контроль и анализ конкурентного преимущества (превосходства на рынке).

Распознавание, определение характера, признаков, выявление причин отклонений в состоянии конкурентной среды осуществляется с помощью диагностики, которая является средством, методом и инструмен-

тарием всестороннего исследования маркетинговых и, в частности, конкурентных отношений. Выделяют **три формы организации процесса установления диагноза**: аналитическую, экспертную и диагностику на модели, т.е. имитационную.

Аналитической диагностикой называют процесс установления диагноза бесконтактными методами с помощью маркетинговой, статистической информации и использованием методов конкурентного анализа, анализа конкурентных карт (ретроспективных и перспективных) и т.п.

Экспертная диагностика базируется на информации для целей диагноза, полученной контактными методами, посредством проведения специальных опросов в ходе полевых исследований.

Имитационная (модельная) диагностика позволяет получить информацию об объекте диагноза путем имитационного моделирования. Имитационное моделирование осуществляется посредством информационно-коммуникационных технологий. Моделирование конкурентной ситуации – сложная задача, результатом которой должно быть определение и описание текущего и перспективного состояния конкурентной среды. На основе результатов проведенного моделирования маркетолог разрабатывает маркетинговые мероприятия для усиления конкурентного преимущества предприятия. При этом проведение такого анализа конкурентной среды осуществляется с использованием методов и инструментария маркетинговых исследований. Постановка диагноза конкурентной среды базируется на сравнении. Диагностика позволяет определить сильные и слабые стороны собственного предприятия и фирм-конкурентов, дает возможность более эффективно планировать и использовать свои силы и ресурсы.

Считается, что регуляторами конкурентных отношений выступают «три кита успешного маркетинга» – цена, качество и имидж организации. Отсюда вытекает **три вида конкуренции** – ценовая конкуренция, качественная конкуренция, имиджевая конкуренция. Данные виды конкуренции были рассмотрены в параграфе 1.5.

На любом рынке присутствует несколько типов конкурентных отношений и вступающих в них конкурирующих организаций:

1. *Межотраслевую конкуренцию* составляют, прежде всего, организации-производители товаров или услуг, которые не являются прямыми конкурентами, но, претендуя на свободное время и бюджет потребителя, своими успехами существенно снижают спрос на товары или услуги косвенных конкурентов.

В параграфе 1.9 уже был описан пример подобного рода конкуренции на российском рынке, между компанией Coca-Cola и городским общественным транспортом.

Может быть, только у производителей продуктов питания первой необходимости, медицинских препаратов и услуг нет конкурентов в других сферах, но все остальные компании в нашей стране, ориентирующиеся на «обычных» людей со средним достатком, так или иначе конкурируют друг с другом – вне зависимости от товарной специализации.

Так, например, как уже упоминалось, компания IKEA в России конкурирует не только с другими подобными магазинами, но и с туристическими агентствами, потому что средняя российская семья решает, что лучше: купить мебель или путевку для отдыха.

Подобным же образом в России конкурируют между собой одежда с бытовой техникой, недвижимостью

с автомобилями и образованием, развлечения с общепитом и авиакомпаниями и т. д. У большинства российских потребителей нет достаточного количества денег, чтобы купить и то и другое, и им приходится выбирать что-то одно, не ограничиваясь рамками одной товарной категории.

Благодаря развитию интернет-торговли с вашими товарами и услугами могут конкурировать не только местные компании, но и представители других регионов и стран. Присмотритесь внимательно к продукции, возможно, она конкурирует не только с тем, что делает дядя Вася в знакомой фирме, но и со всем миром?

2. *Внутриотраслевая конкуренция* – прямая конкуренция. Между организациями внутри одной отрасли наблюдается три вида конкуренции: функциональная, видовая и маркетинговая.

Функциональная конкуренция – возникает, поскольку любую потребность можно удовлетворить по-разному. Следовательно, товары, с помощью которых возможно удовлетворение потребностей, выступают конкурентами друг другу. Функциональная конкуренция может возникнуть даже при производстве уникальной продукции.

Видовая конкуренция – это результат того, что имеются товары, обслуживающие одну и ту же потребность, но различающиеся между собой по каким-то существенным характеристикам. К таким товарам можно отнести легковые автомобили одного класса с разными по мощности двигателями.

Предметная конкуренция – возникает потому, что производители создают практически одинаковые товары, различающиеся только качеством, а нередко одинаковые и по нему.

С конкуренцией неразрывно связано понятие конкурентоспособности. С позиции маркетинга **конкурентоспособность** следует понимать, как совокупность качественных (неценовых) и стоимостных характеристик, обеспечивающих удовлетворение конкретных потребностей клиентов.

С точки зрения маркетинга конкурентоспособность раскрывается через систему показателей, к которым относятся те свойства и характеристики продукта, которые, с одной стороны, делают продукт привлекательным для потребителя и, с другой стороны, способствуют совершению акта покупки. Например, пакетированный сок имеет следующие свойства и характеристики: цена, доля сока (пюре) в общем объеме, вид сырья, объем, форма упаковки, известность бренда и т.п. Потенциальный потребитель, выбирая данный продукт из десятка аналогичных, руководствуется своими предпочтениями.

Поскольку конкурентоспособность является ключом к рыночному успеху любого продукта и его производителя, в маркетинге весьма пристальное внимание уделяется разработке конкурентных стратегий. Ядром такого рода стратегий является создание (желательно подавляющих) конкурентных преимуществ.

Предпринимателям следует стремиться не к конкуренции, а к конкурентоспособности. Хотя конкуренция в бизнесе – это тоже позитивное явление.

Подводя итог вышесказанному, отметим, что любой маркетолог понимает, что отсутствие конкурентных преимуществ – верный путь к банкротству.

В заключение к этому параграфу процитируем Дэвида Сарноффа: «Конкуренция обеспечивает наилучшее качество продуктов и развивает наилучшие

качества людей». Однако вторая часть этого тезиса неоднократно опровергнута нами в предыдущих параграфах настоящей монографии.

3.4. Конкуренция в спортивной деятельности

Кони, запряженные в колесницу, бегут быстрее, нежели поодиночке, – не потому, что общими усилиями они легче рассекают воздух, но потому, что их разжигает соревнование и соперничество друг с другом.

Плутарх

Базовые понятия: состязания, соревнования, спортивные игры, коллективный вид спорта, индивидуальный вид спорта.

Стать победителем в какой-либо сфере необычайно сложно из-за большого числа желающих сделать то же самое. В этот момент и возникает конкуренция. Она тем выше, чем большее число желающих победить, продемонстрировать свою силу и умение соперникам, показать свои конкурентные преимущества. Особое место в этом случае можно отвести высококонкурентному виду деятельности – спорту. Не случайно же, что само латинское слово “concurrere” означает «бежать», «сталкиваться».

Напомним, что выделяют три способа проявления конкуренции: 1) наблюдение за тем как конкурируют другие; 2) конкуренция с самим собой и сравнение своих результатов с предыдущими результатами; 3) конкуренция с другими. Все три способа находят отражение в спортивной деятельности (параграф 1.5).

Так, наблюдение за тем, как конкурируют другие отражается в просмотре спортивных состязаний. Конкуренция с самим собой – когда результаты спортсменов сравнивают с их же результатами, но в предыдущем периоде. Конкуренция с другими – яркий пример индивидуальных или коллективных видов спорта.

В каком бы виде ни была проявлена конкуренция, она позволяет развить и углубить способности спортсмена, перенять лучшие стратегии у конкурентов. Кроме того, конкуренция позволяет выявлять те стороны, которые нуждаются в дальнейшем улучшении. Конкуренция позволяет приобрести опыт и знания, участвуя в соревнованиях или наблюдая за тем, как соревнуются другие.

Также в спортивной деятельности находят свое отражение разные типы и виды конкуренции, стратегии ведения конкурентной борьбы (параграф 1.6) и многое другое.

Причем, говоря о спортивной деятельности, становится понятно, что конкурентная борьба наблюдается не только между спортсменами на соревнованиях, но и между странами, спортивными организациями, видами спорта, организаторами спортивных соревнований и многими другими, кто прямо, либо косвенно связан с этой деятельностью. За последнее время спорт перестал быть просто развлечением, формой досуга или зрелищем. Теперь это динамично развивающаяся индустрия, новый сектор экономики, в которой существует неизбежно высокий уровень конкуренции.

Спорт представляет собой род физической и интеллектуальной активности, которая совершается с целью соревнования, конкуренции между командами либо одиночными спортсменами.

Спорт – это конкуренция в чистом виде. Ее особенностью в данной сфере является специально организованная игра по заранее оговоренным правилам.

Й. Хейзинга рассматривал игру как порядок, причем такой, который старше культуры и в котором начинается сама человеческая культура как таковая [222]. Для этого достаточно вспомнить первые Олимпийские игры. Считается, что Олимпийские игры, которые проводились начиная с 776 г. до н.э., зародились в Древней Греции как часть религиозного культа. Поэтому, используя игровую форму, можно увидеть в ней и через нее всеобщее основание различных форм социально значимого взаимодействия (агон), а вовсе не обособленную, изолированную и частную его форму.

Спортивные состязания являются социально легитимным способом определения сильнейшего противника в конкретном виде деятельности. Как окультуренная форма дуэли/поединка/драки спорт имеет социальную ценность (конструктивен), т.е. выполняет определенную общественно полезную функцию, удовлетворяет целый ряд жизненных потребностей современного человека, будучи видом его физической культуры и эстетически (и эмоционально) насыщенным зрелищем. Поэтому человеческая жизнь, ее смысл и истинное предназначение глубже и содержательнее постигаются не в процессе обыденности, а тогда, когда человек выходит за ее пределы, проявляя максимум своих способностей и возможностей для саморазвития и самореализации, испытывает упоение и радость победы. Данный тезис наилучшим образом демонстрирует связи конкурентологии со спортивной деятельностью.

Можно смело сказать, что конкуренция в спортивной деятельности имеет нарастающее значение. В современном спорте конкуренция обостряется по мере

того, как рекорды все более приближаются к пределу человеческих возможностей. То, что еще недавно было рекордом, становится обязательным квалификационным нормативом. Разница в результатах между победителем и проигравшими измеряется в долях процента, миллисекундах, миллиметрах и т.д. Победа достается тому, кто берет на вооружение дополнительные факторы. Вот почему увеличивается количество спортсменов, уличенных в применении допинга. С точки зрения конкурентологии такой вид конкуренции считается недобросовестным (параграф 1.9). Другой же добросовестный путь к победе над конкурентами – упорный труд, т.е. конкуренция с самим собой (параграф 1.5) за лучшие результаты в собственной деятельности. Если раньше отрыв от победителя составлял 10 секунд, то благодаря регулярным тренировкам его можно сократить до одной секунды и даже миллисекунды, не исключено также, что удастся превзойти своих конкурентов.

По количеству участников спортивной конкуренции виды спорта можно разделить на следующие группы:

1) *индивидуальные виды спорта* (один спортсмен), где результат состязания зависит только от одного спортсмена (прыжки, бег, плавание и др.);

2) *парные виды спорта* (два спортсмена), где результат зависит от обоих участников и согласованности, синхронности действий в паре (парное фигурное катание, бальные танцы и др.);

3) *индивидуально-групповые виды спорта*, где существуют и индивидуальные соревнования, и выступления в группе (художественная гимнастика, теннис и др.);

4) *командные виды спорта* (три и более спортсмена), где победа зависит от слаженной командной работы и правильного распределения ролей (футбол, баскетбол и др.).

Первый вид можно назвать индивидуальным видом спорта, а остальные – коллективными. Основываясь на перечисленных видах спорта по количеству участников, можно выделить два вида конкурентоспособности – личностную (индивидуальную) конкурентоспособность и корпоративную (групповую) конкурентоспособность (параграф 1.5).

От проявления того или иного вида конкурентоспособности зависит приверженность к определенным видам спорта. Человек-одиночка никогда не сможет продуктивно проявить себя в командной работе, тогда как потенциальному неформальному лидеру будет некомфортно без команды единомышленников. К тому же от вида конкурентоспособности зависят стратегические и тактические действия спортсмена. Так, спортсменам-одиночкам, наряду с программированием собственных действий, необходимо постоянно программировать действия соперников. Тогда как, выступая в команде, спортсмены программируют не только действия свои и команды-противника, но и участников собственной команды, что порой бывает более непредсказуемо, чем спрогнозировать поведение конкурентов.

Кроме всего прочего, в спорте, как и в бизнесе, есть определенные стратегии конкурентной деятельности (параграф 1.6). В большинстве своем они зависят от вида спорта. Так, бегун может экономить силы в начале дистанции, делая ускорение на середине пути, чтобы заставить конкурента/ов изменить свою стратегию; боксер умышленно открывается, чтобы вызвать противника на атаку встречным ударом; борец принимает определенную стойку, которая вынуждает его соперника выполнить захват, который интересен именно ему и т.п.

Далее более детально рассмотрим конкуренцию в коллективных и индивидуальных видах спорта.

Коллективные виды спорта

Коллективные виды спорта – это не только соперничество между командами, это еще и соперничество в команде. Так, между игроками может существовать конкуренция за место в основном составе, за лидерство в команде, за лучшие показатели в команде и т.п. Если такая внутригрупповая конкуренция не приводит к конфликту, а, напротив, подстегивает игроков на совершенствование своего мастерства, то это положительное явление. Не случайно практикующие тренеры считают негативным явлением отсутствие конкуренции в команде. Здоровое соперничество способствует улучшению тренировочного процесса и непосредственно соревнованию. Бытующая в спортивной среде мысль о том, что команда снизила свои результаты из-за отсутствия конкуренции – имеет шанс на существование. Однако при этом необходимо рассматривать и конкретные отношения, сложившиеся в коллективе. Чрезмерная конкуренция даже на здоровой основе, может иметь негативные последствия. Нездоровая же конкуренция приводит к ухудшению психологического климата в команде и снижает ее успехи.

Коллективные виды спорта развивают такие качества личностной конкурентоспособности, как взаимоподдержка, коллективное мышление и др. Стоит отметить, что эти качества пригодятся и в других сферах жизни, когда в определенной ситуации, зная свои конкурентные преимущества, можно проявить себя по максимуму.

Бытующая в спортивной среде точка зрения, что команда снизила свои результаты из-за отсутствия конкуренции, не может приниматься без доказательств и рассмотрения конкретных отношений, сложившихся в коллективе. Все зависит от множества факторов:

распределения ролей в группе, продолжительности существования команды, сплоченности команды и др.

Говоря о конкуренции в спортивных командах, следует иметь в виду не только эмоциональные взаимоотношения между членами, но и игровые, поскольку очевидно, что симпатии не являются единственной причиной, побуждающей их оставаться в данной команде. Существенное значение имеет мотивация на достижение общей цели. Поэтому в соревновательной ситуации, когда речь идет о победе в состязании, игровые взаимоотношения редко разрушаются, т.к. личная неприязнь между спортсменами отходит на задний план. В связи с этим в спортивных командах необходимо рассматривать конкуренцию в двух аспектах – деловом и эмоциональном.

Причины конкуренции в коллективных видах спорта могут быть следующие:

- 1) стремление игроков захватить формальное и неформальное лидерство в коллективе;
- 2) недостаточный уровень сплоченности в коллективе, недостаточный уровень развития коллектива;
- 3) стремление каждого спортсмена показать лучший результат, невзирая на то, каков общий результат команды. Своего рода спортивный сепаратизм.

Если же в группе тренер создает конструктивную и дружественную конкуренцию, то происходит обоюдное улучшение результатов, спортсмены прогрессируют быстрее.

Здоровая конкуренция в коллективе действительно помогает. И если спортсмен правильно оценивает ситуацию в группе, рассудителен, нацелен на успех в долгосрочной перспективе и работает в том направлении, то у него не должно возникать проблем. А тренеру необходимо вовремя заметить у своих подопечных «нездоровое» соперничество.

Таким образом, коллективные виды спорта демонстрируют проявление как корпоративной (групповой), так и личностной (индивидуальной) конкурентоспособности (параграф 1.5).

Командные виды спорта формируют такие личностные качества, как взаимоподдержка, коллективное мышление, сотрудничество, взаимовыручка, коммуникативность, умение работать сообща и мн. др.

Индивидуальные виды спорта

Целью занятия спортом является не только получение физического здоровья, морального удовлетворения, но и высших достижений. Именно достижения побед, рекордов на соревнованиях, а также максимальное возможных результатов и рождают конкуренцию.

Для спортсменов, занимающихся индивидуальными видами спорта, наиболее типичным является соперничество, выражающееся в стремлении добиться удовлетворения своих интересов в ущерб другому, причем полагаясь только на собственные силы.

У спортсменов-индивидуалов проявляется сопернический тип поведения, т.к. подобные виды спорта предполагают состязание за лучшие показатели не только с другими, но и с самим собой. В силу этого в спортсмене и развивается соперничество, которое подталкивает его к достижениям и индивидуальному принятию решений в экстремальных ситуациях.

Индивидуальные виды спорта формируют такие личностные качества, как целеустремленность, ответственность, самоорганизация.

Преимущества конкуренции в спорте:

- 1) способствует повышению навыков у спортсменов;
- 2) помогает оценивать свой уровень физической подготовки относительно других спортсменов;

3) повышает работоспособность, способствует использованию всего потенциала возможностей спортсменов, задействовав резервы организма и морально-волевые качества;

4) развивает стрессоустойчивость в ходе противостояния сопернику на соревнованиях;

5) способствует стремлению спортсменов к совершенствованию своих результатов;

6) помогает начинающим равняться на примеры успехов более опытных товарищей.

Недостатки конкуренции в спорте:

1) возможна демотивация при сравнении спортсменом своего уровня подготовки с уровнем более сильного конкурента;

2) повышение риска получить травму;

3) возникновение у некоторых спортсменов неуверенности, а если статус их конкурентов очень высок, то переживания безысходности положения и желания бросить спорт;

4) может оказывать негативное влияние на личные взаимоотношения и вести к конфликту;

5) доходящая до конфликта, нарушает социально-психологический климат в команде и снижает ее успехи;

6) повышает эмоциональную и физическую нагрузку.

Таким образом, конкуренция в спорте имеет как преимущества, так и недостатки. При этом ни один из видов спорта не обходится без соперничества, или конкуренции. Причем речь идет не только об индивидуальных видах спорта, когда спортсмены конкурируют между собой за место на пьедестале. В коллективных видах спорта тоже наблюдается конкуренция как между командами, так и между представителями одной из них.

3.5. Конкуренция в произведениях киноискусства

Влюбленный в себя соперников не имеет.

Цицерон Марк Туллий

Базовые понятия: кинематография, кино, фильмы.

Отечественное и зарубежное кино за последние несколько десятков лет претерпело существенные качественные изменения. Благодаря глобализации экономических отношений и появлению новых информационных технологий кино-бизнес стал значительно более масштабным и массовым, сложным и многоплановым. Однако, несмотря на расширение возможностей современного кино, сюжеты строятся вокруг вечных тем: любовь, дружба, успех и, конечно, конкуренция.

В современное понятие кинематографа включают два компонента: непосредственно киноискусство и кинопромышленность, на базе которой фильмы создаются и демонстрируются публике. В ряде стран мира киноиндустрия является значимой отраслью экономики, способной генерировать достаточно высокие доходы. Следует подчеркнуть, что кинематограф в целом также является мощным культурно-пропагандистским инструментом, при помощи которого можно влиять на человеческие массы. Оно имеет мощное культурное, воспитательное и досуговое значение.

В данном параграфе представляем подборку некоторых отечественных и зарубежных художественных фильмов, отражающих разнообразные аспекты конкуренции, а также проводим краткий анализ этих кинолент (см. табл. 10).

**Подборка отечественных и зарубежных художественных фильмов,
отражающих разнообразные аспекты конкуренции**

Название фильма	Краткое описание	Ключевые понятия
1 «Экзамен»	2 Восемь претендентов на высокооплачиваемую вакантную должность в крупную компанию пытаются получить работу своей мечты. На пути к заветной должности они уже преодолели массу испытаний. Остался последний экзамен. Он проходит в изолированной комнате под присмотром вооруженной охраны. За 80 минут восемь человек должны ответить на один вопрос. Участники пытаются решить проблему по одиночке, а также вместе. Впереди испытание волей, огнем и ненавистью	3 Личностная конкурентоспособность, корпоративная (групповая) конкурентоспособность, конкуренция соискателей работы, состязание, сотрудничество, конфликт, коммуникации
«Форрест Гамп»	Захватывающий, глубокий, очень добрый и трогательный фильм. Повествование ведется от лица главного героя – Форреста Гампа (Том Хэнкс), слабоумного безобидного человека с благородным и открытым сердцем. Раскрывается история его необыкновенной жизни: фантастическим образом он превращается в известного футболиста, героя войны, преуспевающего бизнесмена, но, став миллиардером, остается таким же бесхитростным, глупым и добрым	Конкуренция с собой, саморазвитие, самосовершенствование

1	2	3
«В погоне за счастьем»	Крис Гарднер – отец-одиночка, воспитывающий пятилетнего сына. Работая продавцом, он не может оплатить квартиру, и их выселяют. Оказавшись на улице, но не желая сдаваться, отец устраивается специалистом в брокерскую компанию. Только и там его доходы далеки от желаемых. Но Крис поклялся себе во что бы то ни стало достигнуть поставленной цели	Целеполагание, конкуренция с собой
«Джобс: империя соблазна»	Стив Джобс, начав с нуля, смог построить мировую империю соблазна	Корпоративная (групповая) конкурентоспособность, рыночная конкуренция
«Ганди»	Фильм повествует о жизни великого индийского правителя и учителя человечества Махатмы Ганди. Начиная с его приезда в Южную Африку в 1893 г. и заканчивая поселеванной Индией – Ганди всегда и везде проповедовал только мирную борьбу, мирный ответ любому насилию. И если сначала это выглядело просто смешным для многих, то через полвека мир узнал, что простой и одновременно великий человек привел свою страну к полной независимости от английских колонизаторов. Человек, который в одиночку изменил мир, указав миллионам путь	Мирная борьба, добросовестная конкуренция

1	2	3
«Человек, который изменил все»	Фильм об Оклендской бейсбольной команде и ее генеральном менеджере, цель которого создать конкурентоспособную бейсбольную команду, несмотря на финансовые трудности	Корпоративная (групповая) конкурентоспособность, соревнование
«Испытание Акилы»	В США существует интеллектуально-развлекательный конкурс, суть которого сводится к спеллингу сложно читаемых слов: участнику конкурса называется какое-нибудь слово, типа «иллюминатор», а он должен по буквам и без ошибок его озвучить. Главная героиня фильма – девочка Акила – обладает талантом в данном области и, поддерживаемая наставником, добивается успехов в районных состязаниях, мечтая победить в общенациональном турнире	Личностная конкурентоспособность, конкуренция с собой, конкуренция с другими, конкурс, состязание
«Эрин Брокович»	История об Эрин Брокович, одинокой женщине с тремя детьми, которую жизнь не часто баловала. Для таких, как она, нет карьерных перспектив, есть только скромная работа в маленькой юридической компании. Но для уверенной в себе красивой женщины достаточно одного шанса, чтобы кардинально изменить свою судьбу	Личностная конкурентоспособность

1	2	3
«Мирный воин»	Дэн Миллмен – талантливый гимнаст колледжа, мечтающий о выступлениях на Олимпийских играх. У него есть все: награды, друзья по команде. Мир Дэна переворачивается с ног на голову, когда он встречает загадочного незнакомца по имени Сократ, у которого достаточно возможностей, чтоб открыть новый мир силы и понимания. После серьезной травмы с помощью Сократа и молодой девушки по имени Джой Ден понимает, что ему много чему еще придется научиться	Личностная конкурентоспособность, конкуренция с собой, конкурс, состязание, саморазвитие, самосовершенствование
«Маргарет Тэтчер: долгий путь к Финчли»	Маргарет Тэтчер стала символом целой эпохи в жизни Великобритании, но мало кто знает, через что ей пришлось пройти, чтобы добиться политического признания	Личностная конкурентоспособность, конкурентоспособный специалист
«Легенда №17»	Хоккейная сборная СССР с разгромным счетом 7:3 победила канадских профессионалов из НХЛ в стартовом матче эпохальной суперсерии СССР – Канада. Это была не просто игра, это была битва за свою страну, которая перевернула мировое представление о хоккее. Теперь весь мир знал его просто по номеру «17». Валерий Харламов, забивший в том матче две шайбы, мгновенно взлетел на вершину славы. Сбылась его мечта – упорство, спортивный талант и суровые уроки великого тренера Анатолия Тарасова сделали из «номера 17» легенду мирового хоккея	Корпоративная (групповая) конкурентоспособность, состязание

1 «Чемпионы»	2 Пять реальных историй больших побед российских спортсменов. За каждой победой стоят человеческие истории, в которых перепахаются любовь, предательство, дружба, уважение, труд и вера в себя и в победу	3 Личностная конкурентоспособность, корпоративная (групповая) конкурентоспособность, состязание
«Форд против Феррари»	В начале 1960-х Генри Форд II принимает решение улучшить имидж компании и сменить курс на производство более модных автомобилей. После неудавшейся попытки купить практически банкрота Ferrari американцы решают бросить вызов итальянским конкурентам на трассе и выиграть престижную гонку 24 часа Ле-Мана. Чтобы создать подходящую машину, компания нанимает автоконструктора Кэррола Шэлби, а тот отказывается работать без выходящегося, но, как считается, трудного в общении гонщика Кена Майлза. Вместе они принимают за разработку впоследствии знаменитого спорткара	Рыночная конкурентоспособность, корпоративная (групповая) конкурентоспособность, конкурентоспособный специалист

1 «Гагарин. Первый в космосе»	2 Фильм посвящен первым шагам человечества на пути освоения космоса и непосредственно судьбе первого космонавта Юрия Гагарина. Основной лейтмотив – борьба за право быть первым: соревнование в отряде космонавтов, конкуренция технологий в ракетостроении, противостояние сверхдержав – СССР и США. В первый отряд космонавтов отбирали из 3000 летчиков по всей стране. В легендарную двадцатку попали лучшие из лучших. На этом пути пришлось бороться не только с земным притяжением	3 Мировая конкурентоспособность, личностная конкурентоспособность, корпоративная (групповая) конкурентоспособность, конкурентоспособный специалист
«Блондинка в законе»	У Эл Вудс, кажется, есть все, что может пожелать современная девушка. Она – красавица, президент женского клуба, носит звание «Мисс Симпампушка». Ее возлюбленный – лучший парень университета, и единственное, о чем она мечтает, стать миссис Уорнер Хантингтон III. Но оказывается, что Уорнер считает Эл слишком ветреной девушкой, и вместо долгожданного предложения руки и сердца он крикает Эл свой коварные планы – поступить на юридический факультет в Гарвард и жениться на умной девушке. Проведя пару недель в истерике и съев несколько килограммов конфет, Эл отправляется в Гарвард возвращать своего ненаглядного. Своей любовью к эпатажу и розовой одежде она взбудоражила все почтенное население Гарварда	Конкурентоспособная личностная конкурентоспособность, саморазвитие, самосовершенствование

1	2	3
«Блондинка в законе 2»	Завоевав в первом фильме Гарвард, Эл Вудс занимает теперь должность юриста в крупной фирме и совмещает успешную карьеру с приключениями к свадьбе, пока не узнает, что мамочку ее любимого психика используют для опытов в косметической промышленности клиенты ее же фирмы. Элли поднимается на борьбу за права животных, и ее увольняют с работы. Конечно, она подавлена и возмущена, но знаменитый оптимизм остается при ней. Вудс управляет в Вашингтон, чтобы взять дело в свои руки. Разобраться в законах политики и перетянуть на свою сторону конгрессменов – непростая задача. Политики не готовы сразу принять «капиталистскую Барби», а Вашингтон – не лучшее место для женщины с безупречным вкусом и дипломом Гарварда в придачу. Но ее ум, решительность и дерзость способны нанести серьезный удар по системе	Конкурентно-способный специалист, личностная конкурентоспособность, корпоративная (групповая) конкурентоспособность
«Джой»	В центре сюжета – женщина Джой – основательница бизнеса. Союзники и противники меняются местами как внутри, так и вне семьи, и только внутренние переживания и неистовое воображение Джой помогают ей пройти через поджидющие ее жизненные бури	Личностная конкурентоспособность, рыночная конкуренция

1	2	3
«Бриллиант Янг Минд»	Замкнутый вундеркинд обретает уверенность в себе и новых друзей, когда получает место в команде математиков из Великобритании, которым предстоит принять участие в международной олимпиаде	Личностная конкурентоспособность, корпоративная (групповая) конкурентоспособность, состязание
«Король говорит!»	Сюжет ленты рассказывает о герцоге, который готовится вступить в должность британского короля Георга VI. Измученный страшным нервным заиканием и сомнениями в своих способностях руководить страной, Георг обращается за помощью к неортодоксальному логопеду	Личностная конкурентоспособность, конкуренция с собой, саморазвитие
«Философы: урок выживания»	В международной школе учитель философии в качестве выпускного экзамена предлагает 20 студентам провести эксперимент: используя только силу логики, студенты должны выбрать, кто из них будет достоин получить место в подземном бункере – единственном месте, где можно спастись от приближающейся ядерной катастрофы. Бункер рассчитан на десять человек, а значит, тех, кого не выбирают, ожидает смерть. Реальность классной комнаты эффектно перетекает в воображаемый мир надвигающегося апокалипсиса	Личностная конкурентоспособность, саморазвитие

1	2	3
«Работодатель»	Пять кандидатов прошли собеседование на работу в большой, успешный конгломерат, чей бизнес окутан тайной. В ночь перед последним этапом собеседования их похищают. На следующий день они просыпаются вместе в запертой комнате...	Личностная конкурентоспособность, корпоративная (групповая) конкурентоспособность, конкуренция соискателей работы, соотязание, сотрудничество, конфликт, коммуникации
«Здесь курят»	Работа у Ника Нэйлора не из легких. Он должен лоббировать табакокурение всеми возможными способами. Казалось бы, абсурдно вступать в конфликт с ярыми противниками курения и пытаться доказать полезность последнего. Но такая у Ника работа, и он в ней добился немалых результатов. Однако сам Ник никогда не считал курение полезным занятием. Он рекламировал сигареты, чтобы было на что жить и растить сына	Личностная конкурентоспособность, конкурентоспособный специалист, коммуникативные качества, дискуссия, дебаты

Более подробно разберем вопросы конкуренции на примере художественного фильма «Здесь курят». В основе его показана «научная деятельность» «Академии по изучению табака», финансируемая магнатами, производящими сигареты, и отравляющая население. Она лоббирует свои интересы через главного героя, который на протяжении фильма претерпевает классическую трансформацию в духе «добро – зло», «деньги – совесть».

Конкуренция в фильме «Здесь курят» представлена многослойно:

1) конкуренция ценностей: жажда заработка любой ценой против здоровья нации;

2) конкуренция риторики: «Если споришь правильно, то ты прав!» и «Если ты не прав, то прав уже я в глазах общества!»;

3) конкуренция внутри организации за способы воздействия на общественность: выбор тех или иных масс-медиа, итоговый выбор: «Вложить секс в сигареты (через фильмы), а вы (остальной штат топ-менеджмента) пока бейтесь головами об стол в поисках решений!»;

4) конкуренция лжи: ложь лоббиста главного героя и позиция журналистки, хитрым путем узнавшей все тайны, перехитрившей его на определенном этапе;

5) конкуренция человеческих ценностей: технический голливудский хэппи-энд на фоне принявшего «правильное решение» главного героя, вышедшего из зоны комфорта; многомиллиардные потери магнатов, производящих табачную продукцию;

6) конкуренция как перенос вектора вредности на третьи лица: «Настоящий убийца – холестерин! Давайте навесим знак черепа на сыр «Чеддер!» и др.

Таким образом, в отечественных и зарубежных фильмах прямо или косвенно отражены вопросы конкуренции: личностная конкурентоспособность, корпоративная (групповая) конкурентоспособность, конкуренция соискателей работы, конкуренция с собой, конкуренция с другими, рыночная конкуренция, добросовестная конкуренция, мировая конкуренция, конкурентоспособность специалиста, конкурентоспособность личности и др.

3.6. Конкуренция в сказках и художественных произведениях

У тебя – своя сказка, а у меня – своя.

Домовенок Кузя

Базовые понятия: теория сценариев.

Французский театровед Ж. Польти написал книгу «Тридцать шесть драматических ситуаций», посвященную доказательству того, что все драматические произведения основываются на какой-либо из 36 сюжетных коллизий. Две из них – соперничество близких и соперничество неравных.

Примеров использования именно этих сюжетных коллизий в художественных произведениях отечественных и зарубежных авторов огромное множество.

Начнем анализ с детских произведений, поскольку, как утверждают психоаналитики, воспоминания из детства влияют на всю жизнь. Мысль о том, что человеческая жизнь следует образцам, известным по мифам, легендам и сказкам, высказана в книге Эрика Берна «Люди, которые играют в игры»: «сложно поверить,

что вся судьба человека, все его взлеты и падения написаны ребенком не старше шести лет, а то и трехлетнего возраста, но именно это утверждает теория сценариев» [238].

В детстве создаются первые варианты жизненных сценариев. В нормальных условиях формированию правильных из них помогают сказки и рассказы о людях, сказочных персонажах, животных, которые ребенку читают родители, а затем и он сам. Они дают ему целый набор новых типажей.

В детских сказках прямо и косвенно поднимаются вопросы конкуренции. Например, тема конкуренции косвенно поднимается в сказке С.В. Михалкова «Три поросенка», в которой три героя, поставленные в равные условия, имеют равные стартовые возможности. Однако у каждого из них получился разный результат труда. Какой вывод можно сделать? В выигрыше остается тот, кто вкладывает больше сил, времени и знаний в свою деятельность.

В сказке «Золушка» в редакции Шарля Перро фея-крестная предоставляет Золушке искусственное конкурентное преимущество перед остальными участницами бала, но, как и в бизнесе, – искусственно сформированное конкурентное преимущество создает ценность, которой Золушка не может воспользоваться (часы бьют, она убегает); принц использует башмачок как бенчмарк для идентификации самой конкурентной компетентности. Даже псевдоконкуренция нашла свое отражение в данной сказке. Ее описывает тот момент, когда Принц искал обладательницу найденной им туфельки, а к нему выстроилось огромное количество претенденток, заведомо знавших, что это не предмет их женского гардероба, однако пытавшихся поучаствовать в конкуренции в надежде, что им подойдет хрустальный башмачок.

В сказках А.С. Пушкина часто демонстрируется конкуренция в различных ее проявлениях. Так, в детском произведении «*О мертвой царевне и семи богатырях*» царица спрашивала у зеркальца: «Кто на свете всех милее, всех румяней и белее?..» – и как только она узнала, что есть милее красавица-девица, задумала ее со свету белого свести – яркий пример деструктивной конкуренции.

Напомним также слова сказки Александра Сергеевича «*Сказка о царе Салтане, о сыне его славном и могучем богатыре князе Гвидоне Салтановиче и о прекрасной царевне Лебеди*»:

Три девицы под окном
Пряли поздно вечерком.
«Кабы я была царица, –
Говорит одна девица, –
То на весь крещеный мир
Приготовила б я пир».
«Кабы я была царица, –
Говорит ее сестрица, –
То на весь бы мир одна
Наткала я полотна».
«Кабы я была царица, –
Третья молвила сестрица, –
Я б для батюшки-царя
Родила богатыря».
Только вымолвить успела,
Дверь тихонько заскрипела,
И в светлицу входит царь,
Стороны той государь.
Во все время разговора
Он стоял позадь забора;
Речь последней по всему
Полюбилася ему.

Если попытаться перевести слова этой сказки на современный лад, то получится примерно следующее: в ходе изучения конкурентных предложений трех претендентов на исполнение функции царицы была осуществлена оценка полученных предложений и определен победитель тендера.

Обратим внимание, что в детских сказках и рассказах поднимаются не только вопросы личной конкуренции, но и экономической конкуренции на рынке. Так, в сказке А.С. Пушкина «*О попе и о работнике его Балде*» главный герой, не проведя должным образом анализа рынка, повелся на монопольно низкое предложение одного из хозяйствующих субъектов.

Жил-был поп,
Толоконный лоб.
Пошел поп по базару
Посмотреть кой-какого товару.
Навстречу ему Балда
Идет, сам не зная куда.
«Что, батька, так рано поднялся?
Чего ты взыскался?»
Поп ему в ответ: «Нужен мне работник:
Повар, конюх и плотник.
А где найти мне такого
Служителя не слишком дорогого?»
Балда говорит: «Буду служить тебе славно,
Усердно и очень исправно,
В год за три щелка тебе по лбу,
Есть же мне давай вареную полбу».

Почти в каждой сказке есть плохие и хорошие герои, роли «победителей» и «побежденных», иногда эти роли объединяются, например, Хороший –

Победитель, Плохой – Победенный. Хороший означает храброго, решительного, честного и чистого; Плохой может означать трусливого, нерешительного или мошенника. Как правило, Победитель – это тот, кто выживает; Победенный – тот, кого убили или отравили в ссылке.

В художественных произведениях также достаточно часто поднимаются вопросы конкуренции.

В комедии А.С. Грибоедова «*Горе от ума*» можно найти любовную конкуренцию между двумя героями. Чацкий и Молчалин заинтересованы во внимании расположения Софьи.

В романе И.С. Тургенева «*Отцы и дети*» тоже демонстрируется конкуренция на любовном фронте. На страницах произведения описывается дуэль между двумя героями. Оба участника конкуренции равнодушны к одной и той же женщине. Кроме этого в романе продемонстрировано невольное соперничество старшего и младшего поколений, обусловленное изменяющимся духом времени.

Любовную конкуренцию можно встретить и в романе Ф.М. Достоевского «*Идиот*», где за обладание сердцем Настасьи Филипповны борются князь Мышкин и Парфен Рогожин.

Яркий пример конкуренции можно проследить в повести «*Поединок*» А.И. Куприна. В произведении описывается история конкуренции молодого подпоручика Ромашова со старшим офицером, развивающаяся на фоне столкновения романтического мировоззрения интеллигентного юноши с миром захолустного пехотного полка, с его провинциальными нравами, муштрой и пошлостью офицерского общества.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в большом количестве сказок и художественных произ-

ведений поднимаются вопросы конкуренции, а именно: конструктивной и деструктивной, адаптивной и неадаптивной конкуренции, добросовестной и недобросовестной конкурентной борьбы, и даже псевдоконкуренции.

3.7. Конкуренция в фольклоре

*Когда в игре умов ты только пешка,
К тебе удача не придет сама,
И злая над соперником насмешка
Всего лишь признак скудости ума.*

Э.А. Севрус

Базовые понятия: фольклор, фольклористика, народные сказки.

Фольклор (англ. *folk-lore* народная мудрость) – устное словесное и музыкальное народное творчество.

В более широком смысле кроме словесных жанров сюда включают все народное творчество, проявления духовной, а иногда и материальной культуры народа – язык, верования, обряды, ремесла и многое другое.

Во второй половине XIX в. в Англии был введен термин «*фольклористика*» для обозначения науки о фольклоре.

Важнейшими признаками фольклора является его коллективный характер, поскольку фольклор является коллективным народным творчеством, а также традиционность (приверженность традициям), устность (использование изобразительно-выразительных приемов и средств устного исполнения) и др.

Если обобщить все выше названные признаки фольклора, то можно сделать вывод о том, что фольклор – это традиционное коллективное устное художественное творчество народа.

Народное творчество, зародившееся в глубокой древности, – историческая основа всей мировой художественной культуры, источник национальных художественных традиций, способ выражения народного самосознания.

Анализируя фольклорные тексты, можно заметить, что большинство из них очень часто описывают жизненные ситуации с элементами конкуренции.

Народные сказки

Народные сказки – вид фольклора, один из способов познания окружающей действительности для детей. Они на протяжении многих десятилетий передавались из уст в уста, а на сегодняшний день многие народные сказки сохранились для следующего поколения на бумажных и электронных носителях.

На протяжении длительного времени создавалось множество сказаний, которые отражают те или иные проблемы человечества. Проблемы конкуренции здесь не исключение. Испокон веков люди размышляли над тем, что такое хорошо, и что такое плохо; как достичь счастья, как воспитывать детей. Также устное народное творчество постигало проблему всестороннего развития личности, пытаясь дать важные советы, как стать мудрым, успешным и сильным.

В результате этого появилась масса поучительных сказок, поговорок и притч, помогающих человеку получить ответы на самые разные интересующие его вопросы.

Жанрами фольклора являются былины, сказки, песни, пословицы, загадки и многое другое.

Итак, давайте рассмотрим тему конкуренции на примере одного из жанров фольклора – русская народная сказка.

Например, в самой известной народной сказке «Царевна-Несмеяна» из сборника собирателя фольклора Александра Афанасьева царская дочь обещана в жены тому, кто сможет ее рассмешить (то есть царь задает условие конкуренции). После чего начинается конкурентная борьба между претендентами за руку и сердце царевны.

Сказка «Царевна-лягушка» также отражает конкуренцию, но уже между потенциальными невестами сыновей царя.

Царь позвал сыновей и сказал:

– Хочу посмотреть, которая из ваших жен лучшая...

Пускай сошьют мне к завтрашнему дню по рубашке.

Старший сын развернул рубашку, царь принял ее и сказал:

– Эту рубашку, в черной избе носить.

Средний сын развернул рубашку, царь сказал:

– В ней только, в баню ходить.

Иван-царевич развернул рубашку, изукрашенную золотом-серебром, хитрыми узорами. Царь только взглянул:

– Ну, вот это рубашка – в праздник ее надевать.

Царь сказал сыновьям:

– Пускай ваши жены испекут мне к завтраму хлеб. Хочу узнать, которая лучше стряпает.

Царь принял хлеб от старшего сына, посмотрел и отослал в людскую.

Принял от среднего сына и туда же отослал.

А как подал Иван-царевич, царь сказал:

– Вот это хлеб, только в праздник его есть.

И приказал царь трем своим сыновьям, чтобы завтра явились к нему на пир вместе с женами.

Вот старшие братья приехали с женами, разодетыми, разубранными, накуранными, насурьмленными. Стоят да над Иваном-царевичем смеются:

– Что же ты без жены пришел? Хоть бы в платочке ее принес. Где ты такую красавицу выискал? Чай, все болота исходил.

Подлетела к царскому крыльцу золоченая карета о шести белых лошадях, и выходит оттуда Василиса Премудрая: на лазоревом платье – частые звезды, на голове – месяц ясный, такая красавица – ни вздумать, ни взгадать, только, в сказке сказать.

Стали гости есть, пить, веселиться. Василиса Премудрая испила из стакана да последки себе за левый рукав вылила. Закусила лебедем да косточки, за правый рукав бросила.

Жены больших-то царевичей увидали ее хитрости и давай то же делать.

Попили, поели, настал черед плясать. Василиса Премудрая подхватила Ивана-царевича и пошла. Уж она плясала, плясала, вертелась, вертелась – всем на диво. Махнула левым рукавом – вдруг сделалось озеро, махнула правым рукавом – поплыли по озеру белые лебеди. Царь и гости диву дались.

А старшие невестки пошли плясать: махнули рукавом – только гостей забрызгали, махнули другим – только кости разлетелись, одна кость царю в глаз попала. Царь рассердился и прогнал обеих невесток.

Жизнь полна препятствий и конкуренции, трудна и терниста дорога к цели, только смелому и отважному она по плечу. Иван-царевич и Василиса-Премудрая прошли через многое, чтобы добиться поставленной цели, в отличие от других невесток-конкурок. То есть, имея одинаковые стартовые возможности (лук и одна стрела), в конкурентной борьбе выиграл самый младший при помощи не физического, а духовного капитала.

В сказке «Колобок» главного героя пытаются съесть разные звери (заяц, волк, медведь). Можно ли сказать, что звери конкурируют между собой? Конечно, да. Конкуренция – это соперничество за ограниченный ресурс. Ресурс – колобок, действительно, один на всех. Однако Колобка обманывает и уничтожает только лиса – символ хитрости, обмана и коварства. Можно ли сказать, что лиса продемонстрировала недобросовестную конкуренцию? Пожалуй, нет.

В сказке «Кощей бессмертный» главный герой агрессивен и вероломен, ему присущ дух конкуренции и соперничества, он дерзко покушается на чужих жен и невест. Этот персонаж демонстрирует приверженность принципу силы – «побеждает сильнейший». Он бросает вызов героям сказок (пример недобросовестной конкуренции – нарушение общепринятых ее правил и норм), конкурируя с Иваном-царевичем.

В сказке «Иван-царевич и серый волк» главный герой конкурирует со своими братьями за обладание половиной царства и царевной. Царь сказал своим сыновьям, что тот, кто поймает и принесет ему жар-птицу, получит полцарства. Иван-царевич с помощью серого волка выполнил условие, а братья его обманули, умертвили и забрали жар-птицу, коня и царевну. Явный пример недобросовестной конкуренции.

В сказке «Морозко» соревнуются две сестры, Настенька и Марфушка. Это показано в сцене, где Настенька приезжает к отцу с женихом и богатым приданым, а Марфушка от зависти велит и ее отвезти к Деду Морозу. Чем кончилась эта сказка, все прекрасно знают.

Вопросы конкуренции поднимаются даже в пословицах и поговорках. Например, два медведя в одной берлоге не живут. Смысл пословицы в том, что даже

два зверя, будут соперничать в одной берлоге за общий ресурс (место, тепло и т.п.). При наличии двух лидеров в одном пространстве, будет происходить постоянная борьба за лидерство.

Упоминания о соперничестве есть и в былинах. Например, былины, где два богатыря, русский и чужеземец, борются между собой, а друг против друга стоят два враждующих войска, и от исхода этого боя будет зависеть, кто победит. Войны – это всегда конкуренция, за обладание территориями и ресурсами.

Тема любовной конкуренции ярко отражена в частушках.

Я любила, ты отбила,
Так люби облюбочки.
И целуй после меня
Целованные губочки.

В частушках на тему любви очень часто поднимаются вопросы конкуренции. В данной частушке девушки любят одного парня, и та, которую бросил, делает язвительное замечание другой, которая отбила.

Во все времена в фольклоре были упоминания о соперничестве и конкуренции. Человек всегда хотел иметь лучшее, чем у других, быть лучше всех. В народном творчестве отражено в основном соперничество в любви, за верность Родине и, конечно же, за власть и богатство.

Выводы по главе 3

Вопросы конкуренции, конкурентоспособности и конкурентной среды отражены в следующих основных нормативно-правовых документах: Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ, Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ УК РФ, Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 12.11.2019), Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 № 381-ФЗ, Распоряжение Правительства РФ от 03.06.2019 № 1188-р «Об утверждении Стратегии развития спортивной индустрии до 2035 года» и др. Анализ перечисленных документов позволяет определить, что государство заинтересовано в регулировании вопросов конкуренции: обществу и государству нужна конкуренция не вообще, а конкуренция, достигаемая законными методами и средствами.

Правовое регулирование вопросов конкуренции в различных отраслях российского права оказывает положительное влияние на совершенствование и развитие правовой системы в целом, делая систему права более полной и логически завершенной.

Нормативно-правовое регулирование вопросов конкуренции оказывает положительное влияние и на деятельность хозяйствующих объектов. В свою очередь, эффективное управление изменениями становится ключевым фактором повышения конкурентоспособности предприятий. Это требует разработки новых технологий, повышения качества конечных результатов деятельности и, конечно, внедрения новых,

более эффективных методов управления и организации работы на предприятиях.

В научном обороте даже появился специальный термин, характеризующий все вышесказанное – конкурентоспособность менеджмента.

Под конкурентоспособностью менеджмента понимают сравнительную характеристику качества менеджмента на предприятии и у конкурентов, это различия в квалификации, мотивации, организации управления.

С позиции маркетинга также изучаются понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность».

Так, с точки зрения маркетинга конкурентоспособность раскрывается через систему показателей, к которым относятся те свойства и характеристики продукта, которые, с одной стороны, делают продукт привлекательным для потребителя и, с другой стороны, способствуют совершению акта покупки.

Поскольку конкурентоспособность является ключом к рыночному успеху любого продукта и его производителя, в маркетинге весьма пристальное внимание уделяется разработке конкурентных стратегий. Ядром такого рода стратегий является создание (желательно подавляющих) конкурентных преимуществ.

Говоря о спортивной деятельности, также невозможно не затронуть вопросы конкуренции. Спорт представляет собой род физической и интеллектуальной активности, которая совершается с целью соревнования, конкуренции между командами либо одиночными спортсменами. Однако конкурентная борьба наблюдается не только между ними, но и между странами, спортивными организациями, видами спорта, организаторами спортивных соревнований

и многими другими, кто прямо либо косвенно связан с этой деятельностью. За последнее время спорт перестал быть просто развлечением, формой досуга или зрелищем. Теперь это динамично развивающаяся индустрия, новый сектор экономики, в которой существует неизбежно высокий уровень конкуренции.

Ни один из видов спорта не обходится без соперничества, или конкуренции. Причем речь идет не только об индивидуальных видах спорта, когда спортсмены конкурируют между собой за место на пьедестале. В коллективных видах спорта тоже наблюдается конкуренция как между командами, так и между представителями одной из них, например, практически во всех командах между игроками существует конкуренция за место в основном составе.

Сюжеты в кино тоже строятся вокруг темы конкуренции. В отечественных и зарубежных фильмах прямо или косвенно отражены вопросы конкуренции, а именно: личностной конкурентоспособности, корпоративной (групповой) конкурентоспособности, конкуренции соискателей работы, конкуренции с собой, конкуренции с другими, рыночной конкуренции, добросовестной конкуренции, мировой конкуренции, конкурентоспособности специалиста, конкурентоспособности личности и др.

Драматические произведения также основываются на соперничестве близких и неравных, поднимая вопросы конструктивной и деструктивной, адаптивной и неадаптивной конкуренции, добросовестной и недобросовестной конкурентной борьбы и даже псевдоконкуренции.

Человек всегда хотел иметь лучшее, чем у других, быть лучше всех. В связи с этим, анализируя фольклорные тексты, можно заметить, что большинство из них очень часто описывают жизненные ситуации с элементами соперничества и конкуренции. Во все времена в фольклоре были упоминания о них.

Можно сделать вывод о том, что конкуренция присутствует в разных сферах и видах деятельности: в менеджменте, маркетинге, спорте, а также отражается в произведениях киноискусства и литературы, в сказках, фольклоре и многом другом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

*Ученик никогда не превзойдет учителя,
если видит в нем образец, а не соперника.*

В.Г. Белинский

Монография «Междисциплинарный характер конкурентологии» состоит из трех глав: теоретические основы конкурентологии, связь конкурентологии с другими областями научных знаний, конкуренция в разных сферах и видах деятельности.

Рассмотренные в настоящей монографии главы и параграфы не являются единственно достаточными для изучения конкурентологии как научного направления и не исчерпывают всех аспектов содержания исследуемой проблемы, однако данная информация обладает относительной полнотой с точки зрения теоретической направленности в области изучения конкурентологии.

Из изложенной в монографии информации можно сделать следующие выводы:

1. Конкуренция охватывает все стороны общественной жизни, все элементы процесса труда и жизнедеятельности человека, живой природы и не живых систем. Конкурентоспособность – явление многомерное и многофакторное. Конкуренция выполняет производственно-экономическую, социально-политическую, воспитательную функции, а также является частью естественного отбора среди представителей живой природы.

2. Конкуренция – естественная форма взаимоотношений между государствами, городами, предприятиями, людьми, товарами, услугами, животными и пр.

3. Человеческой деятельности изначально присуще стремление к конкуренции. На протяжении всей своей жизни у человека возникает масса стимулов, побуждающих его к конкурентной борьбе, чтобы превзойти других.

4. В современных рыночных условиях конкуренция – это объективная реальность, а формирование конкурентоспособности личности/товара/услуги – насущная необходимость.

5. Объектом исследования в области конкурентологии является процесс и результат становления конкурентоспособности в условиях конкурентной деятельности, которая осуществляется в контексте любой другой (предпринимательской, спортивной, образовательной, научной, профессиональной и т.д.), в которой происходит борьба за качество и лидерство в этом виде деятельности.

6. Предметом исследования в области конкурентологии являются закономерности, условия, принципы, методы и правила конкурентной деятельности.

7. Цель конкурентологии как науки – выявление и систематизирование междисциплинарного научного знания о конкуренции и конкурентоспособности, открытие закономерностей, обоснование и формулирование базовых законов, условий, принципов, методов и правил конкурентной деятельности.

8. Назначение конкурентологии как науки в следующем: описывает специфику конкурентной деятельности; с учетом достижений смежных наук (философии, математики, экономики, биологии, психологии, педагогики, юриспруденции и т.д.) объясняет и устанавливает закономерности конкурентной деятельности.

9. Конкурентология, будучи прикладной наукой, разрабатывает принципы, правила, обеспечивающие

эффективность конкурентной деятельности с точки зрения разных областей наук. Обладая определенными прогностическими функциями, она позволяет выявить определенные тенденции своего дальнейшего развития.

10. Законы конкурентологии: 1) закон успешности и эффективности конкурентной деятельности в условиях глубокого осознания ее значимости; 2) закон выявления приоритетов в конкурентной деятельности и конкурентной борьбе; 3) закон самоактуализации и самоусложнения задач; 4) закон оправданного риска; 5) закон отсроченной победы.

11. Основной принцип конкурентосинергизма заключается в следующем: человек должен быть конкурентоориентированным, а конкуренция – человеческой.

12. Стремление к качеству конечного продукта деятельности должно быть основой конкурентоспособности.

13. В процессе реализации конкуренции исключительно важное значение имеет реализация принципа меритократичности, агонистики и создание конкурентной среды. Конкурентология должна решать вопросы преодоления негативных сторон конкуренции, т.е. вопросы создания таких условий соревнования, которые позволяют объективно сравнивать объекты, оценивать сопоставляемые способности, не нарушая законы, правила, моральные принципы и т.д.

Представленная монография «Междисциплинарный характер конкурентологии» имеет определенный уровень теоретической и научной значимости. Дальнейшими шагами по исследованию проблемы конкурентологии могут быть следующие: расширение диагностического аппарата по оценке уровня конкурентоспособности в различных сферах; управления

конкурентными преимуществами участников конкуренции; изучение конкурентного позиционирования, ролевых функций и ролевого статуса конкурентов; определение способов управления конкурентными ситуациями; описание источников и методов сбора информации о конкурентах; формирование конкурентной стратегии поведения в различных областях и многое другое.

Материалы монографии могут быть полезны исследователям разных областей наук, изучающим проблемы конкурентологии; студентам, аспирантам, докторантам, а также широкому кругу специалистов, интересующихся проблемой интеграции знаний.

ГЛОССАРИЙ

Агон – неудержимое стремление к любым состязаниям почти во всех сферах общественной жизни [184].

Агонистика (от греч. *agon* бой, борьба) – упражнения и борьба атлетов [185].

Акмеология (от древнегреч. *akme* высшая точка, острое, расцвет, зрелость, лучшая пора и *logia*, от греч. *logos* учение) – наука, изучающая феноменологию, закономерности и механизмы развития человека на степени его профессиональной зрелости [146].

Диалектика – учение о наиболее общих законах развития природы и общества, теория и метод познания (и исследования) явлений действительности в их становлении, развитии и самодвижении [184].

Конкурентная деятельность – совокупность нападающих и защитных действий, направленных на достижение и удерживание наилучшего для себя положения относительно конкурентов [206].

Конкурентология – наука о конкуренции, конкурентах и конкурентоспособности [9].

Конкурентология (как учебная дисциплина) – это дисциплина, позволяющая направить процесс обучения и воспитания на развитие или формирование конкурентоспособности личности или специалиста [9].

Конкурентоспособная личность – это личность, обладающая такими интегральными характеристиками, как гибкость (интеллектуальная, эмоциональная, поведенческая), направленность и компетентность, позволяющими ей добиваться успехов в деятельности, общении и самосознании [124].

Конкурентоспособность будущего специалиста – цель и результат качества его подготовки [68].

Конкурентоспособность (в общем виде) – способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкурентам [137].

Конкурентоспособность (с точки зрения маркетинга) – совокупность качественных (неценовых) и стоимостных характеристик, обеспечивающих удовлетворение конкретных потребностей клиентов.

Конкурентоспособность товаров (услуг) – комплекс потребительских и стоимостных характеристик товаров (услуг), которые определяют его успех на рынке [48].

Конкурентоспособный специалист – это профессионал, готовый адекватно ситуации и времени найти оптимальный и эффективный метод решения и выполнения задачи [68].

Конкурентоспособный специалист – это профессионал, готовый адекватно ситуации и времени найти оптимальный и эффективный метод решения и выполнения задачи [68].

Конкуренция (в общем виде) (от лат. *concurrere* сталкиваться; соперничать) – соревнование за ограниченный ресурс, вражда с целью получения выгоды [174].

Конкуренция (в биологии) – любые антагонистические отношения, связанные с борьбой за существование, за доминирование, за пищу, пространство и другие ресурсы между организмами или видами, нуждающимися в одних и тех же ресурсах [229].

Конкуренция (в экономике) – это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства [26].

Конструктивная конкуренция – это стремление участников рыночного процесса добиться преимуществ на рынке за счет создания лучших возможностей для об-

щества; за счет лучшей, чем у других на данный момент, организации производства; за счет снижения затрат на единицу продукта, а также за счет повышения качества продукции. Это созидательный процесс, он зависит от свободы его участников [44].

Конфликт – актуализированное противоречие, столкновение противоположно направленных интересов, целей, позиций, мнений, взглядов субъектов взаимодействия или оппонентов [79].

Конфликтология (от лат. *conflictus* столкновение и греч. *logos* слово, понятие, учение) – особая междисциплинарная область, объединяющая теоретические, методологические и методические подходы к описанию, изучению и развитию практики работы с конфликтными явлениями разного рода, возникающими в различных областях человеческого взаимодействия [80].

Кооперация (лат. *cooperatio* сотрудничество) – форма организации труда, при которой определенное количество людей (предпринимателей, хозяйственников) или предприятий совместно участвуют либо в одном и том же их общем трудовом, производственном процессе, или же в различных, но связанных между собой процессах труда/производства [33].

Корпоративная конкурентоспособность – признание личностью приоритетности удовлетворения коллективных потребностей по сравнению с индивидуальными для более полного удовлетворения своих потребностей в будущем [30].

Личностная конкурентоспособность – форма межличностного взаимодействия, характеризующаяся достижением целей в условиях противоборства с добивающимися этих же целей другими индивидами или группами [215].

Междисциплинарность – свойство исследования, замысел, исполнение, представление и осмысление результатов которого связаны с опорой на фундамент по крайней мере двух научных дисциплин и с преодолением барьеров, разделяющих науки по объекту, предмету и методу [191].

Меритократичность – свойство системы организации труда, при которой доминирует ориентация на поощрение достижений и эффективности (каждому по способностям) [56].

Меритократия (букв. (eng.) *merit* – заслуга, достоинство. (eng.); *meritocracy* – система, при которой положение существа в обществе определяется исключительно его способностями) – принцип управления, согласно которому руководящие посты должны занимать наиболее способные люди, независимо от их социального и экономического происхождения [85]

Продуктивная конкуренция – частный случай конкурентного взаимодействия, когда оно приводит к обогащению среды и росту собственного потенциала не только у победителей, но и у значительной части конкурентов [233].

Псевдоконкуренция – ситуация на рынке, когда конкуренция носит мнимый характер и когда создается видимость конкурентной борьбы при отсутствии явных нарушений антимонопольного законодательства; явление, которое противопоставляется реальной конкуренции, сопровождающееся сговором между ключевыми игроками рынка [42].

Соревнование – форма деятельности, борьба, соперничество за достижение превосходства, лучшего результата (выигрыша, признания и т.п.) или в целях поддержки биологического инстинкта выживания [137].

Состязание – соревнование в чем-нибудь [137].

Социалистическая соревнование – *специфичная* для социализма форма взаимного стимулирования активности людей в процессе их совместной общественной деятельности [218].

Тимос – платоновское понятие, введенное им в “*Respublica*” (4 гл.), которое, учитывая всевозможные интерпретации, можно перевести как «страстное (сердечное, неистовое) стремление к признанию и утверждению человеческого достоинства» [110].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Авакьян, С.А. Политический плюрализм и общественные объединения в Российской Федерации: конституционно-правовые основы / С.А. Авакьян. – Москва: Рос. юрид. изд. дом, 1996. – 359 с. – Текст: непосредственный.
2. Аверьянов, А.Н. Система: философская категория и реальность / А.Н. Аверьянов. – Москва: Мысль, 1976. – 188 с. – Текст: непосредственный.
3. Аверьянов, А.Н. Системное познание мира: методологические проблемы / А.Н. Аверьянов. – Москва: Политиздат, 1985. – 263 с. – Текст: непосредственный.
4. Адольф, В.А. Конкурентоспособность – показатель качества ВПО / В.А. Адольф, И.К. Степанова // Высшее образование в России, 2007. – № 6. – С. 77–79. – Текст: непосредственный.
5. Акулич, М.М. Каучсерфинг как социальная практика / М.М. Акулич, М.В. Батырева, Ю.И. Голованова // Вестник РУДН. Серия: Социология, 2017. – Т. 17. – № 4. – С. 568–577. – Текст: непосредственный.
6. Александрова, Л.М. Среда обучения – компонент образовательной среды / Л.М. Александрова, Д.Г. Колодан // Мир психологии, 2005. – № 1. – С. 210–220. – Текст: непосредственный.
7. Алтунин, В.В. Подготовка конкурентоспособных специалистов / В.В. Алтунин // Профессиональное образование. Столица, 2011. – № 7. – С. 34–36. – Текст: непосредственный.
8. Ангеловский, А.А. Формирование конкурентоспособности студентов в процессе профессиональной подготовки в вузе: дис. ... канд. пед. наук / А.А. Ангеловский. – Магнитогорск, 2004. – 193 с. – Текст: непосредственный.
9. Андреев, В.И. Конкурентология: учеб. курс для твор. саморазвития конкурентоспособности / В.И. Андреев; Министерство образования РФ, Поволж. отд-ние РАО, Казан. гос. ун-т. – Казань: Центр инновац. технологий, 2004. – 467 с. – ISBN 5-93962-053-4. – Текст: непосредственный.
10. Андреев, В.И. Педагогика высшей школы. Инновационно-прогностический курс: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 033400 – «Педагогика» и доп. квалификации «Преподаватель высш. школы» / В.И. Андреев. – Казань: Центр инновац. технологий, 2005: Центр инновац. Технологий. – 499 с. – ISBN 5-93962-093-7. – Текст: непосредственный.
11. Андрущак, Г.В. Эффекты сообучения и конкуренция в студенческой среде / Г.В. Андрущак. – Москва: ГУ ВШЭ, 2005. – 40 с. – Текст: непосредственный.
12. Античная агонистика и олимпизм: хрестоматия: для студентов институтов физической культуры / сост. К.Н. Ефременков. – Смоленск, 2002. – 254 с. – Текст: непосредственный.
13. Аристотель. Политика / Аристотель [пер. с древнегреч. С.А. Жебелева]. – Москва: Изд-во АСТ, 2016. – 381 с. – ISBN 978-5-17-099791-6. – Текст: непосредственный.
14. Аристотель – Сочинения в четырех томах. Т. 4 / пер. и ред. А.И. Доватура. – Москва: Мысль, 1983. – 830 с. – Текст: непосредственный.
15. Афанасьев, В.Г. Системность и общество / В.Г. Афанасьев. – МОСКВА: Политиздат, 1980. – 368 с. – Текст: непосредственный.

16. Базыкин, А.Д. Нелинейная динамика взаимодействующих популяций / А.Д. Базыкин. – Москва: Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2003. – 368 с. – ISBN 5-93972-244-X. – Текст: непосредственный.
17. Белкин, А.С. Витагенное образование. Многомерный голографический подход / А.С. Белкин, Н.К. Жукова. – Екатеринбург: Изд-во УрГППУ, 2001. – 108 с. – Текст: непосредственный.
18. Белкин, А.С. Основы возрастной педагогики: учеб. пособие для студентов высш. пед. учеб. заведений / А.С. Белкин. – Москва: Academia, 2000. – 187 с. – ISBN 5-7695-0658-X. – Текст: непосредственный.
19. Белкин, А.С. Создание ситуации успеха / А.С. Белкин. – URL: http://www.bishelp.ru/rich/anatomia/sozdaite_situaci.php?print=1. – Текст: электронный.
20. Бибик, И.А. Организационно-педагогические условия становления конкурентоспособного преподавателя вуза: дис. ... канд. пед. наук / И.А. Бибик. – Комсомольск-на-Амуре, 2010. – 168 с. – Текст: непосредственный.
21. Бибик, И.А. Формирование качеств конкурентоспособной личности профессионала в условиях специальной подготовки / И.А. Бибик // Образование и наука. – 2009. – № 11. – С. 41–47. – Текст: непосредственный.
22. Благов, Е.В. О проблеме конкуренции специальных норм в уголовном праве / Е.В. Благов // Известия высших учебных заведений. Правоведение. – 2005. – № 2 (259). – С. 4–9. – Текст: непосредственный.
23. Блауберг, И.В. Системный подход: предпосылки, проблемы, трудности / И.В. Блауберг, В.Н. Садовский,

- Э.Г. Юдин. – Москва: Знание, 1969. – 48 с. – Текст: непосредственный.
24. Богоявленская, Д.Б. Интеллектуальная активность как проблема творчества / Д.Б. Богоявленская; отв. ред. [и авт. предисл.] Б.М. Кедров. – Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. гос. ун-та, 1983. – 173 с.
25. Большая психологическая энциклопедия: самое полное современное издание: Более 5000 психологических терминов и понятий / А.Б. Альмуханова и др. – Москва: Эксмо, 2007. – 542 с. – ISBN 978-5-699-20617-9. – Текст: непосредственный.
26. Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А.М. Прохоров. – 3-е изд. – Москва: Советская энциклопедия, 1978. – Текст: непосредственный.
27. Большой толковый словарь русского языка: [БТС: А–Я] / гл. ред. С.А. Кузнецов; Рос. акад. наук, Ин-т лингвист. исслед. – Санкт-Петербург: Норинт, 2004. – 1534 с. – ISBN 5-7711-0015-3. – Текст: непосредственный.
28. Большой толковый социологический словарь: в 2 т. / Д. Джери, Дж. Джери: Москва: АСТ, Вече, 1999. – Т. 1. – 544 с. – Текст: непосредственный.
29. Бурдые, П. Социология политики: пер. с фр. / сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. – Москва: Socio-Logos, 1993. – 336 с. – Текст: непосредственный.
30. Валежанина, Т.В. Формирование конкурентоспособности будущих педагогов профессионального обучения в социальном партнерстве вуза и малых инновационных предприятий: дис. ... канд. пед. наук / Т.В. Валежанина. – Екатеринбург, 2014 – 218 с. – Текст: непосредственный.
31. Васильева, С.В. Политическая конкуренция в теории и действии: к вопросу о сложности ее правовых

- оценок / С.В. Васильева // Сравнительное конституционное обозрение. – 2012. – № 1(86). – С. 16–24. – Текст: непосредственный.
32. Верас, Д. Истории севарамбов / Д. Верас. – URL: http://www.libma.ru/filosofija/istorija_sevarambov/p1.php. – Текст: электронный.
33. Википедия – сводная энциклопедия. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%8F>. – Текст: электронный.
34. Вишневский, Б.Л. Политическая конкуренция в России: хроника снижения / Б.Л. Вишневский // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2007. – Т. 3. – № 2. – С. 287–295. – Текст: непосредственный.
35. Власова, А.А. Формирование конкурентоспособности будущих педагогов: дис. ... канд. пед. наук / А.А. Власова. – Калининград, 2002. – 182 с. – Текст: непосредственный.
36. Возрастная психология: Детство, отрочество, юность: Хрестоматия: учеб. пособие для студ., обучающихся по пед. специальностям / сост. и науч. ред. В.С. Мухина, А.А. Хвостов. – Москва: Academia, 1999. – 623 с. – ISBN 5-7695-0447-1. – Текст: непосредственный.
37. Вольтерра, В. Математическая теория борьбы за существование / В. Вольтерра; пер. с франц. О.Н. Бондаренко; под ред. и с послесл. [с. 245–283] Ю.М. Свирижева. – Москва: Наука, 1976. – 286 с. – Текст: непосредственный.
38. Гайдамашко, И.В. Положительные и отрицательные аспекты конкуренции в условиях современной экономики / И.В. Гайдамашко, Ю.И. Жемерикина,

- О.И. Жемерикин // Человеческий капитал. – 2014. – № 12 (72). – С. 93–96. – Текст: непосредственный.
39. Гегель, Г. Лекции по истории философии: [перевод с немецкого: 16+] / Г. Гегель. – Москва: Эксмо, 2018. – 255 с. – ISBN 978-5-04-095595-4. – Текст: непосредственный.
40. Гельвеций, К.А. О человеке, его умственных способностях и его воспитании / Акад. наук СССР, Ин-т философии. – Москва: Соцэкгиз, 1938. – 486 с. – Текст: непосредственный.
41. Гоббс, Т. Избранные произведения: в 2 т.: [пер. с лат. и англ.] / Т. Гоббс. – Москва: Мысль, 1964. – Текст: непосредственный.
42. Голлай, И.Н. Псевдоконкуренция как результат использования мультибрендовой стратегии (на примере российского рынка соков и сокодержательной продукции) / И.Н. Голлай // Экономическая политика. – 2015. – № 7. – С. 34–39. – Текст: непосредственный.
43. Гольбах, П. Система природы, или о законах мира физического и мира духовного / пер. П. Юшкевича. – Москва: Соцэкгиз, 1940. – 456 с. – Текст: непосредственный.
44. Горев, В.П. Формирование и развитие конструктивной конкуренции в национальной экономике России: дис. ... д-ра. экон. наук / В.П. Горев. – Санкт-Петербург, 2004. – 266 с. – Текст: непосредственный.
45. Грейсон, Дж.К. Американский менеджмент на пороге XXI в. / Дж.К. Грейсон, К. О’Делл. – Москва: Экономика, 1991. – 319 с. – ISBN 5-282-00774-6. – Текст: непосредственный.
46. Григорьев, С.И. Виталистская социология: парадигма настоящего и будущего : избранные статьи

- по неклассической социологии / С.И. Григорьев. – Барнаул : Изд-во АРНИЦ СО РАН, 2001. – 229 с. – ISBN 5-93957-003-8. – Текст: непосредственный.
47. Гришин, А.В. Актуализация социально-педагогической инициативы и развитие профессиональной конкурентоспособности специалистов средней профессиональной школы: монография / А.В. Гришин. – Магнитогорск: Изд-во Магнитогорского гос. ун-та, 2007. – 185 с. – ISBN 978-5-86781-552-3. – Текст: непосредственный.
48. Гуляев, Г.Ю. Конкуренция: сущность и структура взаимосвязанных категорий / Г.Ю. Гуляев // Научное обозрение. – 2014. – № 12. – С. 229–236. – Текст: непосредственный.
49. Гумплович, Л. Основы социологии / Л. Гумплович ; пер. с нем. под ред. В.М. Гессена. – Изд. 3-е [репр.]. – Москва: URSS : Ленанд, сор. 2016. – 360 с. – Текст: непосредственный.
50. Дарвин, Ч. Происхождение видов путем естественного отбора / Ч. Дарвин. – Москва : Изд-во АН СССР, 1939. – 270 с. – Текст: непосредственный.
51. Девяткин, Е.А. Теория и практика конкуренции: учеб.-метод. комплекс / Е.А. Девяткин. – Москва: ЕАОИ, 2008. – 232 с. – ISBN 978-5-374-00123-5. – Текст: непосредственный.
52. Длугач, Т.Б. Подвиг здравого смысла, или Рождение идеи суверенной личности: (Гольбах, Гельвеций, Руссо) / Т.Б. Длугач. – Москва: Канон+, 2008. – 335 с. – ISBN 978-5-88373-080-0. – Текст: непосредственный.
53. Домбровская, И.С. Метод незаконченных предложений в исследовании социальной экзистенции и его возможности при подборе персонала /

- И.С. Домбровская // Консалтинг: поиски жанра / сост. Л.М. Кроль, Е.А. Пуртова. – Москва: Класс, 2004. – Текст: непосредственный
54. Дьюи, Дж. Демократия и образование // Дж. Дьюи. – Москва: Педагогика-пресс, 2000. – 382 с. – ISBN 5-7155-0773-1. – Текст: непосредственный.
55. Евплова, Е.В. Личностная (индивидуальная) и корпоративная конкурентоспособность будущего специалиста: сходства и различия / Е.В. Евплова, Т.В. Зарева // Вестник ВЭГУ, 2017. – № 4 (90). – С. 32–40. – Текст: непосредственный.
56. Евплова, Е.В. Конкурентология: синтез междисциплинарных знаний / Е.В. Евплова, С.С. Демцура, Е.В. Рябинина, В.Р. Якупов. – Челябинск: ЮУрГГПУ, 2021. – 254 с. – ISBN: 978-5-907409-95-8. – Текст: непосредственный.
57. Евплова, Е.В. Конкурентология: учебно-методическое пособие / Е.В. Евплова. – Челябинск: Изд-во Южно-Урал. гос. гуман.-пед. ун-та, 2016. – 96 с. – ISBN 978-5-906908-14-8. – Текст: непосредственный.
58. Евплова, Е.В. Конкурентология: формирование личностной и корпоративной конкурентоспособности будущего специалиста: монография / Е.В. Евплова. – Челябинск: Изд-во Южно-Урал. гос. гуман.-пед. ун-та, 2018. – 239 с. – ISBN 978-5-6042129-1-2. – Текст: непосредственный.
59. Евплова, Е.В. Формирование конкурентоспособности будущего педагога профессионального обучения: дис. ... канд. пед. наук / Е.В. Евплова. – Челябинск, 2012. – 170 с. – Текст: непосредственный.
60. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Глоссарий педагогических терминов. – URL: <http://www.edu.ru/>. – Текст: электронный.

61. Емельянова, Л.А. Концепция конкуренции и конкурентоспособности коллективных субъектов профессиональной деятельности: социально-психологический подход : монография / Л.А. Емельянова. – Москва : ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2013. – 343 с. – Текст: непосредственный.
62. Емельянова, Л.А. Основы конкуренции как социального явления и ее особенности в профессиональной деятельности / Л.А. Емельянова // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2018. – Т. 24. – № 4. – С. 237–255. – Текст: непосредственный.
63. Еременко, А.С. Применение гражданского закона. Пропедевтический очерк / А.С. Еременко. – Москва: Ваш полиграфический партнер, 2010. – 216 с. – ISBN 978-5-4253-0069-0. – Текст: непосредственный.
64. Ершов, В.В. Трудовой договор: учеб. пособие для образоват. учреждений Мин-ва юстиции Рос. Федерации / В.В. Ершов, Е.А. Ершова. – Москва: Дело, 2001. – 350 с. – ISBN 5-7749-0128-9. – Текст: непосредственный.
65. Жемерикина, Ю.И. Конкуренция как движущая сила в процессе допрофессионального развития человека / Ю.И. Жемерикина, С.А. Падалка // Человеческий капитал. – 2017. – № 4 (100). – С. 17–19. – Текст: непосредственный.
66. Жемчужины мысли. – URL: <https://www.inpearls.ru/468843>. – Текст: электронный.
67. Закон Краснодарского края от 27 марта 2007 г. № 1217-КЗ «Об организации транспортного обслуживания населения таксомоторами индивидуального пользования в Краснодарском крае» (ред. от 09.06.2010) // Информационный бюллетень

- Законодательного собрания Краснодарского края. – № 52 (123) от 12.04.2007. – Текст: непосредственный.
68. Зеер, Э.Ф. Психология профессионального образования: учеб. пособие для студентов вузов / Э.Ф. Зеер. – Москва: Изд-во Моск. гос. псих.-соц. института, 2003. – 478 с. – ISBN 5-89502-341-X. – Текст: непосредственный.
69. Зиммель, Г. Избранное. Проблемы социологии / сост. С.Я. Левит. – Москва; Санкт-Петербург: Университетская книга, Центр гуманитарных инициатив, 2015. – 416 с. – Текст: непосредственный.
70. Кабзова, Н.В. Цифровая компетентность как фактор обеспечения конкурентоспособности работника на рынке труда / Н.В. Кабзова // Экономика и региональное управление: сб. ст. междунар. научно-практ. конф. – 2017. – С. 623–626. – Текст: непосредственный.
71. Карпенко, М.П. Образовательная среда и интеллектуальный потенциал обучаемых / М.Н. Карпенко, Е.В. Чмыхова, Н.Ф. Шляхта // Инновации в образовании, 2005. – № 4. – С. 84–103. – Текст: непосредственный.
72. Кейнс, Д.М. Избранные произведения / Дж.М. Кейнс; предисл., с. 5–24, сост. А.Г. Худокормова; имен. указ., коммент. Ю.Н. Калашнова. – Москва: Экономика, 1993. – 540 с. – ISBN 5-282-01544-7. – Текст: непосредственный.
73. Кинзерская, И.Л. Влияние электоральных институтов и практик на развитие политической конкуренции в России : автореф. дис. ... канд. пол. наук : 23.00.02 / С.-Петерб. гос. ун-т. – Санкт-Петербург, 2009. – 22 с. – Текст: непосредственный.
74. Клепач, Н.Я. Экономические функции социалистического соревнования / Н.Я. Клепач,

- В.М. Кузнецов. – Москва: Мысль, 1980. – 232 с. – Текст: непосредственный.
75. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ // Российская газета. – № 256. – 31.12.2001. – Текст: непосредственный.
76. Колпак, Е.П. Математические модели конкуренции на трофическом ресурсе / Е.П. Колпак, Е.В. Горыня // Междунар. науч.-исслед. журн. – 2019. – № 4 (82). – С. 14–22. – Текст: непосредственный.
77. Кампанелла, Т. Город Солнца. – URL: <http://iknigi.net/avtor-tommazo-kampanella/42124-gorod-solnca-tommazo-kampanella/read/page.html>. – Текст: электронный.
78. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 04.07.2020). – Текст: непосредственный.
79. Конфликт. Большой психологический словарь. – URL: <https://psychological.slovaronline.com/820-KONFLIKT>. – Текст: электронный.
80. Конфликтология. Социальная энциклопедия. – URL: <https://rus-social-enc.slovaronline.com/497-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F>. – Текст: электронный.
81. Королев, Ф.Ф. В.И. Ленин и педагогика / Ф.Ф. Королев. – Москва: Педагогика, 1971. – 398 с. – Текст: непосредственный.
82. Корнейченко, Н.В. Формирование конкурентоспособности специалиста гостиничного сервиса в про-

- цессе обучения в колледже: дис. ... канд. пед. наук / Н.В. Корнейченко. – Магнитогорск, 2009. – 187 с. – Текст: непосредственный.
83. Кошель, Д.И. Политическая конкуренция в современной России: аспекты политико-правовой регуляции : дис. ... канд. пол. наук : 23.00.02 / Сев.-Кавказ. акад. гос. службы. – Ростов-на-Дону, 2005. – 153 с. – Текст: непосредственный.
84. КПСС в резолюциях и решениях. – Москва: Госполитиздат, 1954. – Т. 10. – 488 с. – Текст: непосредственный.
85. Краткий политический словарь / под общ. ред. Н.В. Шишлина, Л.А. Оникова. – Москва: Политиздат, 1978. – 415 с. – Текст: непосредственный.
86. Кудрявцев, В.Н. Общая теория квалификации преступлений / В.Н. Кудрявцев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрист, 2001. – 301 с. – ISBN 5-7975-0170-8. – Текст: непосредственный.
87. Кудрявцев, В.Н. Теоретические основы квалификации преступлений / В.Н. Кудрявцев. – Москва: Госюриздат, 1963. – 324 с. – Текст: непосредственный.
88. Кузнецов, О.Л. Синтез междисциплинарных знаний и устойчивое развитие в системе Пространство – Время / О.Л. Кузнецов, П.Г. Кузнецов, Б.Е. Большаков. – Москва: Изд-во Русского Космического Общества, 2018. – 276 с. – Текст: непосредственный.
89. Курзаева, Л.В. Развитие конкурентоспособности будущих специалистов по информационным технологиям в процессе профессиональной подготовки в вузе: дис. ... канд. пед. наук / Л.В. Курзаева. – Магнитогорск, 2009. – 196 с. – Текст: непосредственный.

90. Куксин, И.Н. К вопросу о соотношении коллизии и конкуренции в праве / И.Н. Куксин, В.А. Уфимцева // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2018. – Т. 43. – № 2. – С. 293–301. – Текст: непосредственный.
91. Кукушин, В.С. Общие основы педагогики: учеб. пособие для студ. пед. вузов / В.С. Кукушин. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2002. – 218 с. – ISBN 5-241-00123-9. – Текст: непосредственный.
92. Курманаевский, В.И. Анализ аспектов понятия «личная конкурентоспособность». – URL: <http://www.meggatech.ru/List/46/86/>. – Текст: электронный.
93. Лавриненко, В.Н. Проблема социальных интересов в ленинизме / В.Н. Лавриненко. – Москва, 1978. – 188 с. – Текст: непосредственный.
94. Лапкин, В.В. Освоение институтов и ценностей демократии украинским и российским массовым сознанием (Предварительные итоги) / В.В. Лапкин, В.И. Пантин. – Полис. Политические исследования. 2005. – № 1. – С. 50–62. – Текст: непосредственный.
95. Лебедев, М.С. Сущность феномена социальной конкуренции / М.С. Лебедев // Дискуссия. – 2015. – № 10 (62). – С. 109–113. – Текст: непосредственный.
96. Левин, И.Д. Современная буржуазная наука государственного права : Критика основных направлений / Акад. наук СССР. Ин-т государства и права. – Москва : Изд-во Акад. наук СССР, 1960. – 399 с. – Текст: непосредственный.
97. Ленин, В.И. Полное собрание сочинений / В.И. Ленин. – Т. 36. – Москва, 1918. – 151 с. – Текст: непосредственный.

98. Леонтьев, А.Н. Лекции по общей психологии: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Психология» / А.Н. Леонтьев. – Москва: Смысл, 2000. – 509 с. – ISBN 5-89357-015-4. – Текст: непосредственный.
99. Личность и профессия: психологическая поддержка и сопровождение: учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по специальностям 031000 «Педагогика и психология», 031300 – Социал. педагогика, 033400 – Педагогика / под ред. Л.М. Митиной. – Москва: Academia, 2005. – 334 с. – ISBN 5-7695-1515-5. – Текст: непосредственный.
100. Лопатников, Л.И. Экономико-математический словарь: слов. совр. экон. науки / Л.И. Лопатников; под ред. Г.Б. Клейнера. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации: Дело, 2003. – 519 с. – ISBN 5-7749-0275-7. – Текст: непосредственный.
101. Лосев, А.Ф. История античной эстетики. В 8 т. / А.Ф. Лосев. – Москва: АСТ, 2000. – Т. 4. Аристотель и поздняя классика. – ISBN 5-17-002575-0. – Текст: непосредственный.
102. Лукьянова, Е.А. Конкуренция в политике = конкуренция в бизнесе / Е.А. Лукьянова // Современная конкуренция. – 2007. – № 3(3). – С. 61–69. – Текст: непосредственный.
103. Лысак, И.В. Междисциплинарность: преимущества и проблемы применения. – URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=25376>. – Текст: электронный.
104. Любченко, О.А. Формирование конкурентоспособности педагога в процессе его профессиональной подготовки в вузе / О.А. Любченко // Вестн. Мос.

- гор. пед. ун-та. – 2010. – № 3 (13). – С. 110–120. – Текст: непосредственный.
105. Любченко, О.А. Формирование экономической культуры будущего педагога как значимого элемента его конкурентоспособности на рынке труда: дис. ... канд. пед. наук / О.А. Любченко. – Москва, 2010. – 189 с. – Текст: непосредственный.
106. Макарин, А.В. Политическая конкуренция vs политическая стабильность в современной России / А.В. Макарин // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. – 2016. – № 1. – С. 28–39. – Текст: непосредственный.
107. Макконелл, К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконелл, С.Н. Брю. – Москва: ИНФРА-М, 1999. – 974 с. – ISBN 5-16-000001-1. – Текст: непосредственный.
108. Макконелл, К.Р. Экономикс / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю. – Москва: Республика, 1992. – Т. 1. – 399 с. – ISBN 5-250-01534-4. – Текст: непосредственный.
109. Малков, В.П. Конкуренция уголовно-правовых норм и ее преодоление / В.П. Малков // Советское государство и право. – 1975. – № 3. – С. 59–66. – Текст: непосредственный.
110. Маргиналий I (эсхатологический). – URL: <https://uchebnikfree.com/russkaya-filosofiya-knigi/marginaliy-eshatologicheskii-27368.html>. – Текст: электронный.
111. Маршалл, А. Принципы экономической науки / А. Маршалл; авт. вступ. ст. Дж.М. Кейнс. – Москва: Прогресс; Москва: Фирма «Универс». – 2010. – 309 с. – ISBN 5-01-004201-0. – Текст: непосредственный.

112. Мальцов, В.А. Соревнование и личность / В.А. Мальцов. – Москва: Мысль, 1983. – 157 с. – Текст: непосредственный.
113. Мануйлов, Ю.С. Средовой подход в воспитании / Ю.С. Мануйлов. – Москва: Нижний Новгород: Ун-т Рос. акад. образования, 2002. – 155 с. – ISBN 5-85152-230-5. – Текст: непосредственный.
114. Мартенс, Р. Социальная психология и спорт / Р. Мартенс. – Москва: Физкультура и спорт, 1979. – 176 с. – Текст: непосредственный.
115. Материалы XXVI съезда КПСС. – Москва, 1981. – 58 с. – Текст: непосредственный.
116. Мезинов, В.Н. Ориентация педагогического образования на подготовку конкурентоспособного учителя / В.Н. Мезинов // Высшее образование в России. – 2007. – № 4. – С. 79–83. – Текст: непосредственный.
117. Мезинов, В.Н. Формирование конкурентоспособности будущего учителя в образовательном процессе университета: автореф. дис. ... д-ра. пед. наук / В.Н. Мезинов. – Елец, 2009. – 44 с. – Текст: непосредственный.
118. Мезинов, В.Н. Формирование конкурентоспособности будущего учителя в образовательном процессе университета: дис. ... д-ра пед. наук / В.Н. Мезинов. – Елец, 2009. – 517 с. – Текст: непосредственный.
119. Методика проведения антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов (утв. Постановлением Правительства РФ от 26.02.2010 № 96) // Собрание законодательства РФ. – 08.03.2010. – № 10. – Ст. 1084. – Текст: непосредственный.

120. Методические рекомендации по выявлению и расследованию преступлений, предусмотренных статьей 177 Уголовного кодекса Российской Федерации (злостное уклонение от погашения кредиторской задолженности) (утв. ФССП России 21.08.2013 № 04-12) (ред. от 03.10.2016). – Текст: непосредственный.
121. Милль, Д.С. Основы политической экономии с некоторыми приложениями к социальной философии / Д.С. Милль; пер. с англ.: [В.Б. Бобров и др.]. – Москва: Эксмо, 2007. – 1037 с. – ISBN 978-5-699-19313-4. – Текст: непосредственный.
122. Минзарипов, Р.Г. Гуманитарная среда классического университета и формирование конкурентоспособной личности / Р.Г. Минзарипов, Г.В. Ившина // Высшее образование в России, 2009. – № 5. – С. 42–50. – Текст: непосредственный.
123. Митина, Л.М. Психология личностно-профессионального развития субъектов образования / Л.М. Митина. – Москва; Санкт-Петербург: Нестор-История, 2014. – 376 с. – ISBN 978-5-4469-304-7. – Текст: непосредственный.
124. Митина, Л.М. Психология развития конкурентоспособной личности / Л.М. Митина. – Москва: МПСИ, 2002. – 400 с. – ISBN: 5-89502-284-7. – Текст: непосредственный.
125. Мор, Т. Утопия. – URL: <http://iknigi.net/avtor-tomas-mor/65257-utopiya-tomas-mor/read/page-1.html>. – Текст: электронный.
126. Морелли, Н. Кодекс природы, или Истинный дух ее законов / Н. Морелли; пер. с фр. М.Е. Ландау; под ред. и с коммент. Ф.Б. Шуваевой. – Москва: Изд-

- во Академии наук СССР, 1956. – 300 с. – Текст: непосредственный.
127. Мюррей, Дж. Математическая биология / Дж. Мюррей; пер. с англ. Л.С. Ванаг и А.Н. Дьяконовой; под науч. ред. Г.Ю. Ризниченко. – Москва; Ижевск: Ин-т компьютерных исслед.: R&C Dynamics, 2009. – ISBN 978-5-93972-743-3. – Текст: непосредственный.
128. Найт, Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / Ф.Х. Найт; пер. с англ. М.Я. Каждана; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, Россия центр эволюц. экономики. – Москва: Дело, 2003. – 359 с. – ISBN 5-7749-0306-0. – Текст: непосредственный.
129. Научно-технический энциклопедический словарь. Математическая модель. – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ntes/2649/%D0%9C%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%9C%D0%90%D0%A2%D0%98%D0%A7%D0%95%D0%A1%D0%9A%D0%90%D0%AF>. – Текст: электронный.
130. Немировский, В.Г. Конкуренция как ценность работающей молодежи Тюменской области / В.Г. Немировский, А.В. Мальцева // Вестник Института социологии. – 2019. – Т. 10. – № 4. – С. 187–201. – Текст: непосредственный.
131. Немировский, В.Г. Социальная конкурентоспособность: шансы на успех у молодежи и взрослых / В.Г. Немировский, А.В. Немировская // Социологический журнал. – 2018. – Т. 24. – № 2. – С. 135–149. – Текст: непосредственный.
132. Немов, Р.С. Психологический словарь / Р.С. Немов. – Москва: Владос, 2007. – 559 с. – ISBN 978-5-691-01515-1. – Текст: непосредственный.

133. Николаева, Е.М. Политический консюмеризм, или «пустая» объективация / Е.М. Николаева, О.Я. Ившина // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2009. – Т. 151. – № 1. – С. 51–57. – Текст: непосредственный.
134. Никонов, В.А. Основы теории квалификации преступлений (алгоритмический подход): учеб. пособие / В.А. Никонов. – Тюмень: Изд-во Тюм. гос. ун-та, 2001. – 201 с. – ISBN 5-88081-254-5. – Текст: непосредственный.
135. Новикова, И.П. Конкуренция правовых норм в процессе конкретизации права / И.П. Новикова // Права и свободы человека и гражданина: теоретические аспекты и юридическая практика: материалы Международ. научной конф. памяти проф. Ф.М. Рудинского / под общ. ред. Д.А. Пашенцева. – 2016. – С. 325–327. – Текст: непосредственный.
136. Оганесов, В.А. Подготовка конкурентоспособного специалиста в условиях диверсификации высшего образования: дис. ... канд. пед. наук / В.А. Оганесов. – Ставрополь, 2003. – 187 с. – Текст: непосредственный.
137. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка 80000 слов и фразеол. выражений / С.И. Ожегов. – Москва: Азбуковник, 1997. – 939 с. – ISBN 5-89285-003-X. – Текст: непосредственный.
138. Олпорт, Г. Становление личности: избр. тр. / Г. Олпорт; пер. с англ. Л.В. Трубицыной и Д.А. Леонтьева; под общ. ред. Д.А. Леонтьева. – Москва: Смысл, 2002. – 461 с. – ISBN 5-89357-098-7. – Текст: непосредственный.

139. Определение Верховного Суда РФ от 25.04.2022 № 305-ЭС22-4781 по делу № А40-82590/2021. – Текст: непосредственный.
140. Определение Конституционного Суда РФ от 07.07.2016 № 1423-О // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://www.pravo.gov.ru>, 19.07.2016. – Текст: электронный.
141. Определение Конституционного Суда РФ от 17.01.2017 № 1-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы акционерного общества «Управляющая компания «Арсатера» на нарушение конституционных прав и свобод статьями 32 и 42 Федерального закона «Об акционерных обществах» // Вестник Конституционного Суда РФ. – 2017. – № 4. – Текст: непосредственный.
142. Осипов, П.Н. ГОС СПО как условие повышения конкурентоспособности и профессиональной мобильности выпускников на рынке труда / П.Н. Осипов // Среднее профессиональное образование. – 2002. – № 3. – С. 18–20. – Текст: непосредственный.
143. Основы политической экономии с некоторыми приложениями к социальной философии / сост. Джон Стюарт Милль; пер. с англ. В.Б. Боброва и др. – Москва: Эксмо, 2007. – 1037 с. – ISBN 978-5-699-19313-4. – Текст: непосредственный.
144. Оуэн, Р. Избранные сочинения. – URL: <http://pada-read.com/?book=106081>. – Текст: электронный.
145. Педагогический словарь: учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений / под ред. В.И. Загвязинского, А.Ф. Закировой. – Москва: Академия, 2008. – 343 с. – ISBN 978-5-7695-4652-5. – Текст: непосредственный.

146. Педагогический энциклопедический словарь / гл. ред. Б.М. Бим-Бад. – Москва: Большая российская энциклопедия, 2002. – 527 с. – ISBN 5-85270-230-7. – Текст: непосредственный.
147. Пилюгина, Е.И. Акмеологические факторы развития конкурентоспособной личности в условиях обучения в вузе / Е.И. Пилюгина, Л.В. Верниенко, Н.Д. Суховеева. – Текст : непосредственный // Образование и воспитание. – 2015. – № 3(3). – С. 44–46. – URL: <https://moluch.ru/th/4/archive/9/121/>. – Текст: электронный.
148. Пичугина, В.К. Развитие антропологического дискурса «Заботы о Себе» в истории античной педагогики: дис. ... д-ра пед. наук / В.К. Пичугина. – Волгоград, 2013. – 363 с. – Текст: непосредственный.
149. Политические партии и политическая конкуренция в демократических и недемократических режимах / Международный республиканский институт; под редакцией Ю.Г. Коргунюка, Е.Ю. Мелешкиной, Г.М. Михалевой. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью Товарищество научных изданий КМК, 2010. – 212 с. – Текст: непосредственный.
150. Полицинская, Е.В. Цифровые компетенции основа конкурентоспособности современного специалиста / Е.В. Полицинская, Л.В. Тимофеева // Современные технологии принятия решений в цифровой экономике: сб. трудов Всероссийской научно-практ. конф. студ., аспирантов и молодых ученых. – 2018. – С. 66–68. – Текст: непосредственный.
151. Потапова, Е.В. Развитие профессиональной конкурентоспособности студентов туристского вуза

- в процессе учебно-производственной практики: дис. ... канд. пед. наук / Е.В. Потапова. – Москва, 2007. – 176 с. – Текст: непосредственный.
152. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 28.11.2019 № 09АП-56841/2019 по делу № А40-142986/2019. – Текст: непосредственный.
153. Постановление Конституционного Суда РФ от 13.07.2010 № 16-П // Вестник Конституционного Суда РФ. – 2010. – № 5. – Текст: непосредственный.
154. Постановление Конституционного Суда РФ от 19.04.2010 № 8-П // Собрание законодательства РФ. – 03.05.2010. – № 18. – Ст. 2276. – Текст: непосредственный.
155. Постановление Конституционного Суда РФ от 22.05.2019 № 20-П // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 24.05.2019. – Текст: непосредственный.
156. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27.12.2002 № 29 (ред. от 16.05.2017) «О судебной практике по делам о краже, грабеже и разбое» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – № 2. – 2003. – Текст: непосредственный.
157. Приговор Московского районного суда города Санкт-Петербурга от 23 декабря 2019 г. по делу № 1-1041/2019. – Текст: непосредственный.
158. Радаев, В.В. Социология рынков: к формированию нового направления / В. В. Радаев ; Гос. ун-т Высш. шк. экономики. – Москва : ГУ ВШЭ, 2003. – 324 с. – ISBN 5-7598-0246-1. – Текст: непосредственный.
159. Радаев, В.В. Что такое конкуренция? / В.В. Радаев // Экономическая социология. – 2003. – Т. 4. – № 2. – С. 16–25. – Текст: непосредственный.

160. Раецкая, О.В. Информационная подготовка конкурентоспособных рабочих в учреждении начального профессионального образования: дис. ... канд. пед. наук / О.В. Раецкая. – Самара, 2008. – 189 с. – Текст: непосредственный.
161. Рассадина, Т.А. Некоторые дисфункциональные аспекты социальной конкуренции в вузах / Т.А. Рассадина // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2021. – Т. 21. – № 2. – С. 150–155. – Текст: непосредственный.
162. Расторгуева, Н.Ф. Качество образования – залог конкурентоспособности выпускника / Н.Ф. Расторгуева // Высшее образование в России, 2009. – № 1. – С. 87–90. – Текст: непосредственный.
163. Райс, Ф. Психология подросткового и юношеского возраста: учеб. пособие для студ. высших учеб. заведений, обучающихся по направлению 050700 – Педагогика / Ф. Райс, К. Долджин; пер. с англ. под науч. ред. Е.И. Николаевой. – 12-е изд. – Москва: Питер, 2014. – 812 с. – ISBN 978-5-496-00999-7. – Текст: непосредственный.
164. Резник, С.Д. Основы личной конкурентоспособности: учеб. пособие / С.Д. Резник, А.А. Соколова; под общ. ред. С.Д. Резника. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2010. – 250 с. – ISBN 978-5-16-003702-8. – Текст: непосредственный.
165. Решение Железнодорожного районного суда города Пензы от 17 июля 2020 г. по делу № 12-193/2020. – Текст: непосредственный.
166. Решение Рязанского областного суда от 22 декабря 2020 г. по делу № 21-230/2020. – Текст: непосредственный.

167. Рикардо, Д. Сочинения Давида Рикардо / пер. Н. Зибера; с прил. переводчика. – Санкт-Петербург: Л.Ф. Пантелеев, 1882. – 691 с. – Текст: непосредственный.
168. Ричард Бах. Мост через вечность / Р. Бах. – URL: <https://rbach6.bib.bz/>. – Текст: электронный.
169. Робинсон, Д.В. Экономическая теория несовершенной конкуренции: пер. с англ. / Д.В. Робинсон; вступ. ст. и общ. ред. И.М. Осадчей. – Москва: Прогресс, 1986. – 471 с. – Текст: непосредственный.
170. Роджерс, К.Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека / К.Р. Роджерс; пер. с англ. М.М. Исениной; общ. ред. и предисл. Е.И. Исениной. – Москва: Прогресс: Универс, 1994. – 479 с. – ISBN 5-01-004150-2. – Текст: непосредственный.
171. Рожков, М.И. Воспитание толерантности у школьников: учеб.-метод. пособие / М.И. Рожков, Л.В. Байбородова, М.А. Ковальчук. – Ярославль: Академия развития, 2003. – 191 с. – ISBN 5-9285-0303-2. – Текст: непосредственный.
172. Российская Конституция: нормы и жизнь. Труды кафедры конституционного и муниципального права. Вып. 6 / под ред. М.А. Краснова, Е.К. Глушко. – Москва: ТЕИС, 2011. – 176 с. – Текст: непосредственный.
173. Российская социологическая энциклопедия / РАН. Ин-т социал.-полит. исслед.; под общ. ред. акад. РАН Г.В. Осипова. – Москва: НОРМА-ИНФРА-М, 1998. – 664 с. – ISBN 5-89123-163-8. – Текст: непосредственный.
174. Рубин, Ю.Б. О конструктивной теории конкуренции в предпринимательстве / Ю.Б. Рубин // Современная конкуренция. – 2017. – Т. 11. – № 5 (65). – С. 114–129. – Текст: непосредственный.

175. Рылкина, А.П. Политическая конкуренция: термин, понятие, форма деятельности / А.П. Рылкина, В.Н. Шилов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2011. – № 13(108). – С. 176–184. – Текст: непосредственный.
176. Рябинина, Е.В. Конфликтология профессионального образования: монография / Е.В. Рябинина. – Челябинск: Цицеро, 2017. – 127 с. – ISBN 978-5-91283-854-5. – Текст: непосредственный.
177. Сапун, В.А. Теория правовых средств и механизм реализации права : дис. ... д-ра юрид. наук : 12.00.01. – Нижний Новгород, 2002. – 321 с. – Текст: непосредственный.
178. Седова, Н.Е. Подготовка конкурентоспособного специалиста в процессе обучения иностранному языку на основе электронной версии учебника / Н.Е. Седова, Н.А. Капустина // Высшее образование сегодня. – 2010. – № 1. – С. 66–67. – Текст: непосредственный.
179. Семенов, М.Ю. Виртуальная конкурентоспособность: оценка молодежи / М.Ю. Семенов // Образование и наука. – 2018. – Т. 20. – № 3. – С. 100–116. – Текст: непосредственный.
180. Семькин, В.А. Роль научно-педагогических школ в подготовке конкурентоспособных специалистов / В.А. Семькин, П.В. Лебедчук // Alma mater (Вестн. высш. шк.). – 2009. – № 10. – С. 9–13. – Текст: непосредственный.
181. Сергеев, С.Ф. Обучающие и профессиональные иммерсивные среды / С.Ф. Сергеев. – Москва: Нар. образование, 2009. – 429 с. – ISBN 978-5-87953-256-2. – Текст: непосредственный.

182. Сергеев, С.Ф. Средо-ориентированное обучение / С.Ф. Сергеев // Новые ценности образования: тезариус для учителей и школьных психологов. – Москва, 1995. – С. 94–96. – Текст: непосредственный.
183. Сливина, Т.А. Формирование конкурентоспособной личности будущего специалиста в образовательном процессе вуза: дис. ... канд. пед. наук / Т.А. Сливина. – Красноярск, 2008. – 182 с. – Текст: непосредственный.
184. Словари онлайн. – URL: <https://slovaronline.com/> – Текст: электронный.
185. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка: Материалы для лексической разработки заимствованных слов в рус. лит. речи: с портр. и краткой биогр. А.Н. Чудинова / сост. под ред. А.Н. Чудинова. – 3-е изд., тщательно испр. и знач. доп. – Санкт-Петербург: В.И. Губинский, 1910. – 676 с. – Текст: непосредственный.
186. Словарь русского языка / С.И. Ожегов; под ред. Н.Ю. Шведовой. – 20-е изд. – Москва: Рус. яз., 1988. – 748 с. – ISBN 5-200-00313-X. – Текст: непосредственный.
187. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов // А. Смит. – Москва: Эксмо, 2007. – (Серия: Антология экономической мысли) – 956 с. – ISBN 978-5-699-18389-0. – Текст: непосредственный.
188. Смысл жизни в русской философии, конец XIX – нач. XX в. / сост. и авт. послесл. В.Г. Безносков; отв. ред. и авт. предисл. А.Ф. Замалева. – Санкт-Петербург: Наука: Санкт-Петерб. изд. фирма,

1995. – 380 с. – ISBN 5-02-027361-9. – Текст: непосредственный.
189. Собкин, В.С. Современный подросток в социальных сетях / В.С. Собкин // Педагогика, 2016. – № 8. – С. 61–73. – Текст: непосредственный.
190. Соревнование и конкуренция: критика антимарксистских взглядов / И.И. Чангли, В.Г. Смольков, Е.Д. Модржинская и др. – Москва: Политиздат, 1983. – 256 с. – Текст: непосредственный.
191. Социология молодежи: электронная энциклопедия под ред. проф. В.А. Лукова. – URL: <http://socmol.ru/encyclopaedia/methods/40-mezhdisciplinarnost.html>. – Текст: электронный.
192. Спенсер, Г. Опыты научные, политические и философские / Г. Спенсер; [пер. с англ. под ред. Н.А. Рубакина]. – Минск : Совр. литератор, 1998. – 1407 с. – Текст: непосредственный.
193. Спорт, духовные ценности, культура. Выпуск первый. Исторические и теоретико-методологические основания / сост. и ред.: академ. РАО В.В. Кузин, д-р философ. наук В.И. Столяров, канд. пед. наук Н.Н. Чесноков. – Москва: СпАрт РГАФК, 1997. – 202 с. – Текст: непосредственный.
194. Статьи на букву «К» (ч. 2, «КОЛ»–«КОН») // Энциклопедия социологии / сост. А. Антинази. – URL: <http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/socio/fc/slovar-202-2.htm>. – Текст: электронный.
195. Стиглер, Д.Д. Гражданин и государство: эссе о регулировании / Д.Д. Стиглер. – Москва: Изд-во Инта Гайдара, 2017. – 329 с. – ISBN 978-5-93255-488-3. – Текст: непосредственный.
196. Столяров, В.И. Спорт – духовность – культура: Комплекс. прогр. воспитания здорового обра-

- за жизни в системе школ. образования: Один из аспектов работы эксперим. площадки на базе СОШ № 119 в рамках спартанского движения: метод. пособие. – Уфа: Изд-во БИРО, 2002. – 57 с. – ISBN 5-7159-0579-6. – Текст: непосредственный.
197. Столяров, В.И. Концепция спартанского движения / В.И. Столяров // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2001. – № 1. – С. 4–6. – Текст: непосредственный.
198. Сухова, Л.В. Коммуникативно-ориентированное обучение иностранному языку и языковая среда как его системно-образующий фактор / Л.В. Сухова // ИЯШ, 2007. – № 5. – С. 15–18. – Текст: непосредственный.
199. Тамарская, Н.В. Конкурентоспособность будущего педагога / Н.В. Тамарская // Высшее образование в России, 2004. – № 3. – С. 118–121. – Текст: непосредственный.
200. Толстой, Л.Н. Об истине, жизни и поведении. – URL: <http://bookonline.com.ua/read.php?book=5218&page=169>. – Текст: электронный.
201. Трухановский, С.Б. От конкурентоспособности образовательного учреждения – к конкурентоспособности выпускника / С.Б. Трухановский, Л.М. Табатадзе, С.В. Максимов // Профессиональное образование. Столица, 2010. – № 1. – С. 16–17. – Текст: непосредственный.
202. Тюмасева, З.И. Словарь-справочник современного общего образования: акмеологические, валеологические и экологические тайны / З.И. Тюмасева, Е.Н. Богданов, Н.П. Щербак. – Санкт-Петербург: Питер, 2004. – 464 с. – ISBN 5-469-00231-4. – Текст: непосредственный.

203. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ (ред. от 31.07.2020) // Собрание законодательства РФ. – 24.12.2001. – № 52 (ч. I). – Ст. 4921. – Текст: непосредственный.
204. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 31.07.2020) // Собрание законодательства РФ. – 17.06.1996. – № 25. – Ст. 2954. – Текст: непосредственный.
205. Указ Президента РФ от 21.12.2017 № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://www.pravo.gov.ru> – 22.12.2017. – Текст: электронный.
206. Управление конкурентными действиями. – URL: http://studbooks.net/1526937/marketing/upravlenie_konkurentnymi_deystviyami. – Текст: электронный.
207. Условия признания доминирующим положения кредитной организации (утв. Постановлением Правительства РФ от 26.06.2007 № 409) // Собрание законодательства РФ. – 02.07.2007. – № 27. – Ст. 3296. – Текст: непосредственный.
208. Ушинский, К.Д. Материалы к третьему тому «Педагогической антропологии». – URL: http://dugward.ru/library/pedagog/ushinskiy_chelovek3.html. – Текст: электронный.
209. Файзрахманов, И.М. Формирование готовности будущего учителя к конкурентным отношениям в процессе коммуникативной деятельности: дис. ... канд. пед. наук / И.М. Файзрахманов. – Йошкар-Ола, 2010. – 183 с. – Текст: непосредственный.

210. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: эксклюзив. технологии формирования стратегии повышения конкурентоспособности орг.: теория, методика, практика: учеб. пособие / Р.А. Фатхутдинов. – Москва: ЭКСМО, 2004. – 541 с. – ISBN 5-699-05104-X. – Текст: непосредственный.
211. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 19.12.2016). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/. – Текст: электронный.
212. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://pravo.gov.ru> – 08.04.2013. – Текст: электронный.
213. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Российская газета. – № 164. – 31.07.2007. – Текст: непосредственный.
214. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 24.04.2020) «О защите конкуренции» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2020) // Собрание законодательства РФ. – 31.07.2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3434. – Текст: непосредственный.
215. Фетискин, Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп: учеб. пособие для студ. вузов / Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов. – Москва: Изд-во Ин-та психотерапии, 2002. – 488 с. – ISBN 5-89939-086-7. – Текст: непосредственный.

216. *Философский словарь* / под ред. И.Т. Фролова. – Москва: Политиздат, 1986. – 588 с. – Текст: непосредственный.
217. *Философский словарь* / под ред. И.Т. Фролова. – 4-е изд. – Москва: Политиздат, 1980. – 445 с. – Текст: непосредственный.
218. *Философская энциклопедия*. В 5 т. / гл. ред. Ф.В. Константинов. – Москва: Советская энциклопедия. – 1960 – 1970 с. – Текст: непосредственный.
219. Фукуяма, Ф. *Конец истории и последний человек* / Ф. Фукуяма; пер. с англ. М.Б. Левина. – Москва: АСТ, 2004. – 588 с. – ISBN 5-170-21219-4. – Текст: непосредственный.
220. Хайек, Ф.А. *Индивидуализм и экономический порядок* / Ф.А. фон Хайек. – Москва: Изограф: Начала-Фонд, 2000. – 287 с. – ISBN 5-87113-087-9. – Текст: непосредственный.
221. Хацринова, О.В. *Педагогическая подготовка как фактор конкурентоспособности инженера* / О.В. Хацринова, В.И. Иванова // *Высшее образование в России*, 2008. – № 8. – С. 51–55. – Текст: непосредственный.
222. Хейзинга, Й. *Homo ludens: В тени завтрашнего дня* / Йохан Хейзинга; пер. с нидерл. и примеч. В.В. Ошиса; общ. ред. и послесл. Г.М. Тавризян. – Москва: Прогресс – Академия, 1992. – 458. – ISBN 5-01-002053-X. – Текст: непосредственный.
223. Чангли, И.И. *Труд: Социалистические аспекты и методологии исследования* / И.И. Чангли. – Москва: Наука, 1973. – 588 с. – Текст: непосредственный.
224. *Человек и общество. (Культурология) Словарь-справочник*. Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 544 с. – Текст: непосредственный.

225. Черданцев, А.Ф. *Системность норм права* / А.Ф. Черданцев // *Сборник ученых трудов. Сборник ученых трудов СЮИ.* – Свердловск, 1970. – Вып. 12. – С. 47–63. – Текст: непосредственный.
226. Черноушек, М. *Психология жизненной среды: пер. с чеш.* / М. Черноушек. – Москва: Мысль, 1989. – 174 с. – ISBN 5-244-00305-4. – Текст: непосредственный.
227. Чупрова, О.Ф. *Формирование конкурентоспособности личности учителя в процессе экспертно-аналитической деятельности: дис. ... канд. пед. наук* / О.Ф. Чупрова. – Иркутск, 2004. – 207 с. – Текст: непосредственный.
228. Шанин, Ю.В. *Олимпия. История античного атлетизма: монография* / Ю.В. Шанин; под общ. ред. В.И. Кузищина. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2001. – 191 с. – ISBN 5-89329-354-1. – Текст: непосредственный.
229. Шилов, И.А. *Экология: учеб. для студ. биол. и мед. фак. и спец. вузов* / И.А. Шилов. – Москва: Высшая школа, 1997. – 509 с. – ISBN 5-06-003366-X. – Текст: непосредственный.
230. Шиловцев, А.В. *Социальная конкуренция в контексте социальной безопасности личности* / А.В. Шиловцев // *Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке.* – 2018. – Т. 7. – № 2 А. – С. 107–113. – Текст: непосредственный.
231. Широбоков, С.Н. *Оценка качества подготовки конкурентоспособного специалиста в педагогическом вузе: дис. ... канд. пед. наук* / С.Н. Широбоков. – Омск, 2000. – 188 с. – Текст: непосредственный.
232. Шкроб, Н.В. *Философские основания понятия «информационная реальность»: дис. ... канд. филос.*

- наук / Н.В. Шкроб. – Красноярск, 1999. – 163 с. – Текст: непосредственный.
233. Шмелев, А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции / А.Г. Шмелев. – Москва: Магистр, 1997. – 55 с. – ISBN 5-89317-028-8. – Текст: непосредственный.
234. Шмыгановский, А.В. Конституционно-правовые основы политической конкуренции : дис. ... канд. юр. наук : 12.00.02 / Всерос. гос. ун-т юстиции. – Москва, 2016. – 143 с. – Текст: непосредственный.
235. Шуткина, Ж.А. Организационно-педагогические условия формирования конкурентоспособности выпускников негосударственного вуза: дис. ... канд. пед. наук / Ж.А. Шуткина. – Н. Новгород, 2008. – 178 с. – Текст: непосредственный.
236. Лопатников, Л.И. Экономико-математический словарь: словарь соврем. экон. науки / Л.И. Лопатников; под ред. Г.Б. Клейнера. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дело, 2003. – 519 с. – ISBN 5-7749-0275-7. – Текст: непосредственный.
237. Энциклопедия профессионального образования. В 3 т. Т. 2. / руководитель авт. кол., науч. и лит. ред. С.Я. Батышев. – Москва: Рос. акад. образования: Проф. образование, 1999. – 440 с. – ISBN 5-85449-102-8. – Текст: непосредственный.
238. Эрик, Берн Игры, в которые играют люди : Психология человек. взаимоотношений; Люди, которые играют в игры : Психология человек. судьбы : Пер. с англ. / Эрик Берн; общ. ред. М.С. Мацковского; [Послесл. Л.Г. Ионина, М.С. Мацковского]. – Санкт-Петербург : Лениздат, 1992. – 399 с. – ISBN 5-289-01230-3. – Текст: непосредственный.

239. Эйдман, Е.В. Развитие средств волевой регуляции деятельности / Е.В. Эйдман // Вестник МГУ. Серия 14: Психология. – 1986. – № 4. – Текст: непосредственный.
240. Ясвин, В.А. Образовательная среда от модернизации к проектированию / В.А. Ясвин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Смысл, 2001. – 366 с. – ISBN 5-89357-090-1. – Текст: непосредственный.
241. Ясвин, В.А. Экспертиза школьной образовательной среды / В.А. Ясвин; отв. ред. М.А. Ушакова. – Москва: Сентябрь, 2000. – 125 с. – ISBN 5-88753-032-4. – Текст: непосредственный.
242. Ясин, Е.Г. Приживется ли демократия в России / Е.Г. Ясин. – Москва : Новое издательство, 2005. – 384 с. – Текст: непосредственный.
243. Antonio Garcia-Martinez J., Sanchez-Soriano Competitiveness C., Sanchez-Soriano J. Competitiveness, cooperation, and strategic interaction a classroom experiment on oligopoly. *Revista internacional de sociologia*, 2012. Vol. 70. № 1. P. 167–187.
244. Blight M.G., Ruppel E.K., Schoenbauer K.V. Sense of Community on Twitter and Instagram: Exploring the Roles of Motives and Parasocial Relationships Cyberpsychology. *Behavior, and Social Networking*. 2017. № 20 (5). P. 314–319.
245. Boyd D.M., Ellison N.B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007. № 13 (1). P. 210–230.
246. Djeudo A.B. Concepts That Shape Politics and Government In Cameroon: A Handbook of Political

- Theory for Stakeholders. Bloomington : AuthorHouse UK Ltd., 2013. 360 p.
247. Droppe A. Soderfeldt B. What is academic quality? On the decline of academic autonomy. *Sociologisk Forskning*, 2010. T. 47. № 3. P. 57–74.
248. EncBook.ru: dictionaries and encyclopedias. URL: <http://encbook.ru/content196807/>.
249. Field J. *Social Capital*. London; New York: Routledge, 2008. 168 p.
250. Frison E., Eggermont S. Browsing, Posting, and Liking on Instagram: The Reciprocal Relationships between Different Types of Instagram Use and Adolescents' Depressed Mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2017. № 20 (10). P. 603–609.
251. Garcia-Martinez A.J., Gutierrez-Hita C., Sanchez-Soriano J. Competitiveness, cooperation, and strategic interaction a classroom experiment on oligopoly. *Revista internacional de sociologia*. 2012. Vol. 70. № 1. P. 167–187.
252. Jafarzadeh-Kenarsari F., Pourghane P. College students' experiences on smart phone technology usage: A qualitative content analysis study. *Qualitative Report*. 2017. Issue 22. P. 2864–2880.
253. King R.B., McInerney D.M., Watkins D.A. Competitiveness is not that bad... at least in the East: Testing the hierarchical model of achievement motivation in the Asian setting. *International journal of intercultural relations*, 2012. Vol. 36. № 3. P. 446–457.
254. Kohn A. Instagram as a naturalized propaganda tool: The Israel Defense Forces Web site and the phenomenon of shared values. *Convergence*. 2017. № 23 (2). P. 197–213.

255. Mead M. Introduction. *In: Cooperation and competition among primitive peoples*. New York; London, 1937.
256. Merton R.K. The Normative Structure of Science, in *The Sociology of Science*. *University of Chicago Press*. Chicago, IL, 1973.
257. Pike J., Bateman P., Butler B. “You Saw THAT?: Social Networking Sites, Self-Presentation, and Impression Formation in the Hiring Process”. *AMCIS 2012*.
258. Porter M. *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. New York: The Free Press, 1980. 397 p.
259. Ricardo, D. The principles of political economy and taxation. URL: <http://www.econlib.org/library/Ricardo/ricPCover.html>.
260. Shi-Ming T., Fang-Miao Sh., Chen X. Career Competitiveness of College Graduates: Issues and Problem Solving. *International Conference on Sociology and Psychology (ICSP)*. Changsha, PEOPLESRCHINA, 2015. P. 171–175.
261. Wakefield M.A., Rice C.J. The impact of cyber communication on today's youth. (ACAPCD-14). Alexandria, VA: American Counseling Association, 2008.
262. Weber M. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Berkeley, 1978. P. 38.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица

Выдержки из содержания нормативно-правовых документов, составляющих базу источников конкурентного права

<p>Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)</p>	<p>Статья 8 1. В Российской Федерации гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, <i>поддержка конкуренции</i>, свобода экономической деятельности. Статья 34 1. Каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. 2. Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и <i>недобросовестную конкуренцию</i></p>
<p>Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»</p>	<p>Статья 1. Предмет и цели настоящего Федерального закона 1. Настоящий Федеральный закон определяет организационные и правовые основы <i>защиты конкуренции</i>, в том числе предупреждения и пресечения: 1) монополистической деятельности и <i>недобросовестной конкуренции</i>; 2) <i>недопущения, ограничения, устранения конкуренции</i> федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации.</p>

	<p>2. Целями настоящего Федерального закона являются обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита <i>конкуренции</i> и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков. Статья 3. Сфера применения настоящего Федерального закона 1. Настоящий Федеральный закон распространяется на отношения, которые связаны с <i>защитой конкуренции</i>, в том числе с предупреждением и пресечением монополистической деятельности и <i>недобросовестной конкуренции</i>, и в которых участвуют российские юридические лица и иностранные юридические лица, организации, федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, иные осуществляющие функции указанных органов органы или организации, а также государственные внебюджетные фонды, Центральный банк Российской Федерации, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели. Статья 4. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе: 7) <i>конкуренция</i> – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.</p>
--	--

	<p>9) <i>недобросовестная конкуренция</i> – любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – <i>конкурентам</i> либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации;</p> <p>10) <i>монопольная деятельность</i> – злоупотребление хозяйствующим субъектом, группой лиц своим доминирующим положением, соглашением или согласованные действия, запрещенные антимонопольным законодательством, а также иные действия (бездействие), признанные в соответствии с федеральными законами монопольно-деятельностью;</p> <p>17) <i>признаки ограничения конкуренции</i> – сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на товарном рынке, рост или снижение цены товара, не связанные с соответствующими изменениями иных общих условий обращения товара на товарном рынке, отказ хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, от самостоятельных действий на товарном рынке, определение общих условий обращения товара на товарном рынке соглашением между хозяйствующими субъектами или в соответствии с обязательствами для исполнения ими указаниями иного лица либо в результате согласования хозяйствующих субъектов, необходимых обстоятельств, создающих возможность для хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товара на товарном рынке, а так</p>
--	--

<p>Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ</p>	<p>входящими в одну группу лиц, своих действий на товарном рынке, иные же установление органами государственной власти, органами местного самоуправления, организациями, участвующими в предоставлении государственных или муниципальных услуг, при участии в предоставлении таких услуг требований к товарам или к хозяйствующим субъектам, не предусмотренных законодательством Российской Федерации;</p> <p>21) Экономическая концентрация – сделки, иные действия, осуществление которых оказывает влияние на состояние <i>конкуренции</i></p>
<p>Статья 178. Ограничение конкуренции</p> <p>1. Ограничение конкуренции путем заключения между хозяйствующими субъектами-конкурентами ограничивающего конкуренцию соглашения (картеля), запрещенного в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации, если это деяние причинило крупный ущерб гражданам, организациям или государству либо повлекло извлечение дохода в крупном размере, – наказываются штрафом в размере от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до двух лет, либо принудительными работами на срок до трех лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до одного года или без такового, либо лишением свободы на срок до трех лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью до одного года либо без такового.</p> <p>2. Те же деяния:</p> <p>а) совершенные лицом с использованием своего служебного положения;</p> <p>б) сопряженные с уничтожением или повреждением чужого имущества либо с угрозой его уничтожения или повреждения, при отсутствии признаков вымогательства;</p>	

	<p>в) причинившие особо крупный ущерб либо повлекшие извлечение дохода в особо крупном размере, – наказываются принудительными работами на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового либо лишением свободы на срок до шести лет со штрафом в размере до одного миллиона рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до пяти лет или без такового и с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок от одного года до трех лет или без такового.</p> <p>3. Деяния, предусмотренные частями первой или второй настоящей статьи, совершенные с применением насилия или с угрозой его применения, – наказываются принудительными работами на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок от одного года до трех лет либо лишением свободы на срок до семи лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок от одного года до трех лет. Так, О.Ю. Победенная, А.А. Брагина, Л.Л. Радченко были привлечены к уголовной ответственности в соответствии с п. «а» ч. 2 ст. 178 УК РФ. Каждая была признана виновной в совершении ограничения конкуренции путем заключения между хозяйствующими субъектами-конкурентами ограничивающего конкуренцию соглашения (картеля).</p> <p>ООО «НикаМед», ООО «МедЛОН-ДВ» и ООО «МедЛОН» заключили антиконкурентное соглашение (картель) с целью поддержания цен на товарах, проводимых медицинскими учреждениями системы здравоохранения Республики Карелия.</p> <p>Общий доход участников незаконного соглашения (картеля) (ООО «НикаМед», ООО «МедЛОН», ООО «МедЛОН-ДВ») в результате побед, достигнутых на торгах по контрактам, и заключения государственных контрактов составил 73 322 500,76 руб. [157]</p>
--	---

<p>Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ</p>	<p>Статья 14.9. Ограничение конкуренции органами власти, органами местного самоуправления</p> <p>1. Действия (бездействие) должностных лиц федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции указанных лиц органов или организаций, государственных внебюджетных фондов, а также организаций, участвующих в предоставлении государственных или муниципальных услуг, которые недопустимы в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации и приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, а равно к ограничению свободного перемещения товаров (работ, услуг), свободы экономической деятельности, за исключением случаев, предусмотренных частью 7 статьи 14.32 настоящего Кодекса, – влекут наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от пятнадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей.</p> <p>2. Действия должностных лиц, указанных в части 1 настоящей статьи, которые недопустимы в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации и приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, а равно к ограничению свободного перемещения товаров (работ, услуг), свободы экономической деятельности, если такие должностные лица были ранее подвергнуты административному наказанию за аналогичное административное правонарушение, влекут дисквалификацию на срок до трех лет.</p>
--	---

Статья 14.32. Заключение ограничивающего конкуренцию соглашения, осуществление ограничивающих конкуренцию согласованных действий, координация экономической деятельности

1. Заключение хозяйствующим субъектом соглашения, признаваемого в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации картелем, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи, либо участие в нем – влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от сорока тысяч до пятидесяти тысяч рублей или дисквалификацию на срок от одного года до трех лет; на юридических лиц – от трех сотых до пятидесяти сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено административное правонарушение, либо размера суммы расходов правонарушителя на приобретение товара (работы, услуги), на рынке которого совершено административное правонарушение, но не менее ста тысяч рублей.

2. Заключение хозяйствующим субъектом недопустимого в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации соглашения, если такое соглашение приводит или может привести к повышению, снижению или поддержанию цен на товарах, либо заключение недопустимого в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации соглашения между организаторами торгов и (или) заказчиками с участниками этих торгов, если такое соглашение имеет своей целью либо

приводит или может привести к ограничению конкуренции и (или) созданию преимущественных условий для каких-либо участников, либо участие в них – влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей или дисквалификацию на срок до трех лет; на юридических лиц – от одной десятой до одной второй начальной стоимости предмета торгов, но не более одной двадцатой пятой совокупного размера суммы выручки правонарушителя от реализации всех товаров (работ, услуг) и не менее ста тысяч рублей.

3. Заключение хозяйствующим субъектом недопустимого в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации «вертикального» соглашения либо участие в нем – влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от пятнадцати тысяч до тридцати тысяч рублей или дисквалификацию на срок до одного года; на юридических лиц – от одной сотой до пяти сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено административное правонарушение, либо размера суммы расходов правонарушителя на приобретение товара (работы, услуги), на рынке которого совершено административное правонарушение, но не менее ста тысяч рублей, а в случае, если сумма выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено административное правонарушение, либо сумма расходов правонарушителя на приобретение товара (работы, услуги), на рынке которого совершено административное правонарушение, превышает 75 процентов совокупного

	<p>совокупного размера суммы выручки правонарушителя от реализации всех товаров (работ, услуг) или административное правонарушение совершено на рынке товаров (работ, услуг), реализация которых осуществляется по регулируемым в соответствии с законодательством Российской Федерации ценам (тарифам), – от одной тысячи до одной сотой размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено административное правонарушение, но не менее пятидесяти тысяч рублей.</p> <p>7. Заключение федеральным органом исполнительной власти, органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, органом местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органом или организацией либо государственным внебюджетным фондом недопустимого в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации соглашения либо осуществление указанными органами или организациями недопустимых в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации согласованных действий – влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей или дисквалификацию на срок до трех лет.</p> <p>Например, генеральный директор ООО «<скрыто>» Волошенко И.П. привлечен к административной ответственности, предусмотренной ч. 2 ст. 14.32 КоАП РФ, и подвергнут наказанию в виде административного штрафа в размере 20 000 рублей. Основанием для привлечения Волошенко И.П. к административной ответственности послужило заключение соглашения</p>
--	--

	<p>между хозяйствующими субъектами – конкурентами ООО «<скрыто>», ООО «<скрыто>», ООО «<скрыто>» ограничивающего конкуренцию соглашения, которое привело к повышению (поддержанию) цены при проведении электронного аукциона № на право заключения договора на выполнение подрядных работ по строительству автомобильной дороги: от автодороги «<скрыто>», подъезд: Фролово в Старожилковском и Рязанском районах Рязанской области, 1 пусковой комплекс, 2 пусковой комплекс, что является нарушением п. 2 ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции [166].</p> <p>Статья 14.33. Недобросовестная конкуренция</p> <p>1. Недобросовестная конкуренция, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, за исключением случаев, предусмотренных статьей 14.3 настоящего Кодекса и частью 2 настоящей статьи, – влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.</p> <p>2. Недобросовестная конкуренция, выражающаяся во введении в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, средств индивидуализации продукции, работ, услуг, – влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере двадцати тысяч рублей либо дисквалификацию на срок до трех лет; на юридических лиц – от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено правонарушение, но не менее ста тысяч рублей.</p>
--	--

	<p>Так, постановлением руководителя УФАС по Пензенской области от 26 марта 2020 г. генеральный директор ООО «Скай» Новгородская О.А. признана виновной в недобросовестной конкуренции по ч. 2 ст. 14.33 КоАП РФ, и ей назначено наказание в виде административного штрафа в размере 20 000 рублей. О.А. Новгородской совершены деяния, способные вызвать смешение с деятельностью конкурента путем имитации фирменного стиля группы компаний "Согатравел" и незаконного использования обозначений во внешнем оформлении офиса, сходного до степени смешения с товарным знаком № 504368 [165]</p>
<p>Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»</p>	<p>Статья 1. Цели и сфера применения настоящего Федерального закона 2. Целями настоящего Федерального закона являются: 2) развитие торговой деятельности в целях удовлетворения потребностей отраслей экономики в произведенной продукции, обеспечения доступности товаров для населения, формирования <i>конкурентной среды</i>, поддержки российских производителей товаров</p>

<p>Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»</p>	<p>Статья 6. Принципы контрактной системы в сфере закупок Контрактная система в сфере закупок основывается на принципах открытости, прозрачности информации о контрактной системе в сфере закупок, обеспечения <i>конкуренции</i>, профессионализма заказчиков, стимулирования инноваций, единства контрактной системы в сфере закупок, ответственности за результативность обеспечения государственных и муниципальных нужд, эффективности осуществления закупок. Статья 8. Принцип обеспечения <i>конкуренции</i> 1. Контрактная система в сфере закупок направлена на создание равных условий для обеспечения <i>конкуренции</i> между участниками закупок. Любое заинтересованное лицо имеет возможность в соответствии с законодательством Российской Федерации и иными нормативными правовыми актами о контрактной системе в сфере закупок стать поставщиком (подрядчиком, исполнителем). 2. <i>Конкуренция</i> при осуществлении закупок должна быть основана на соблюдении принципа добросовестной ценовой и неценовой конкуренции между участниками закупок в целях выявления лучших условий поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг. Запрещается совершение заказчиками, специализированными организациями, их должностными лицами, комиссиями по осуществлению закупок, членами таких комиссий, участниками закупок, операторами электронных площадок, операторами специализированных электронных площадок любых действий, которые противоречат требованиям настоящего Федерального закона, в том числе приводят к ограничению конкуренции, в частности к необоснованному ограничению числа участников закупок</p>
--	--

<p>Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»</p>	<p>Статья 6. Основные цели и принципы государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации</p> <p>2. Основными целями государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации являются:</p> <p>1) развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в целях <i>формирования конкурентной среды</i> в экономике Российской Федерации</p>
<p>Указ Президента РФ от 21.12.2017 № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции»</p>	<p>В целях укрепления национальной экономики, дальнейшего развития <i>конкуренции</i> и недопущения монополистической деятельности постановляю:</p> <p>1. Считать активное содействие развитию <i>конкуренции</i> в Российской Федерации приоритетным направлением деятельности Президента Российской Федерации, Федерального Собрания Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, Центрального банка Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти, законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, а также органов местного самоуправления.</p> <p>2. Определить, что целями совершенствования государственной политики по развитию <i>конкуренции</i> являются:</p> <p>а) повышение удовлетворенности потребителей за счет расширения ассортимента товаров, работ, услуг, повышения их качества и снижения цен;</p> <p>б) повышение экономической эффективности и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, в том числе за счет обеспечения равного доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий и государственным услугам, необходимым для ведения предпринимательской деятельности, стимулирования инновационной активности хозяйствующих</p>

	<p>субъектов, повышения доли наукоемких товаров и услуг в структуре производства, развития рынков высокотехнологичной продукции;</p> <p>в) стабильный рост и развитие многоукладной экономики, развитие технологий, снижение издержек в масштабе национальной экономики, снижение социальной напряженности в обществе, обеспечение национальной безопасности.</p> <p>3. Определить в качестве основополагающих принципов государственной политики по развитию <i>конкуренции</i>:</p> <p>а) сокращение доли хозяйствующих субъектов, учреждаемых или контролируемых государством или муниципальными образованияами, в общем количестве хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на товарных рынках;</p> <p>б) обеспечение равных условий и свободы экономической деятельности на территории Российской Федерации;</p> <p>в) обеспечение развития малого и среднего предпринимательства;</p> <p>г) направленность государственных инвестиций на развитие <i>конкуренции</i>;</p> <p>д) обеспечение условий для привлечения инвестиций хозяйствующих субъектов в развитие товарных рынков;</p> <p>е) недопустимость сдерживания экономически оправданного перехода в сфер естественных монополий из состояния естественной монополии в состояние конкурентного рынка;</p> <p>ж) государственное регулирование цен (тарифов), основанное на openness организаций, осуществляющих регулируемые виды деятельности, при снижении издержек и повышении их эффективности, обеспечивающее интересы потребителей в долгосрочной перспективе;</p>
--	--

	<p>з) недопустимость государственного регулирования цен (тарифов), осуществляемого посредством определения (установления) цен (тарифов) или их предельного уровня на конкурентных товарных рынках, за исключением случаев, предусмотренных законодательством Российской Федерации;</p> <p>и) развитие <i>конкуренции</i> в сферах экономической деятельности государственных предприятий, предприятий с государственным участием;</p> <p>к) сочетание превентивного и последующего контроля для целей защиты <i>конкуренции</i>;</p> <p>л) стимулирование хозяйствующих субъектов, в том числе занимающих доминирующее положение на товарных рынках, внедряющих систему внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства;</p> <p>м) открытость антимонопольной политики;</p> <p>н) ответственность органов государственной власти и органов местного самоуправления за реализацию государственной политики по развитию <i>конкуренции</i>;</p> <p>о) измеримость результатов государственной политики по развитию <i>конкуренции</i>;</p> <p>п) стимулирование со стороны государства добросовестных практик осуществления хозяйственной деятельности;</p> <p>р) развитие организованной (биржевой) торговли в Российской Федерации;</p> <p>с) информационная открытость деятельности инфраструктурных монополий;</p>
--	---

	<p>т) обеспечение прозрачности закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд, а также закупок товаров, работ и услуг инфраструктурными монополиями и компаниями с государственным участием;</p> <p>у) внедрение риск-ориентированного подхода в деятельности органов государственного контроля (надзора);</p> <p>ф) совершенствование антимонопольного регулирования в условиях развития цифровой экономики и ее глобализации в целях эффективного пресечения нарушений антимонопольного законодательства, носящих трансграничный характер, и повышения конкурентоспособности российских компаний на мировых рынках.</p> <p>4. Определить основополагающими принципами осуществления деятельности федеральных органов исполнительной власти:</p> <p>а) запрет на введение и (или) сохранение ограничений, создающих дискриминационные условия в отношении отдельных видов экономической деятельности, производства и оборота отдельных видов товаров, оказания отдельных видов услуг, за исключением случаев, предусмотренных федеральными законами, правовыми актами Президента Российской Федерации, правовыми актами Правительства Российской Федерации;</p> <p>б) запрет на необоснованное вмешательство в свободное функционирование товарных рынков, издание актов, принятие решений, которые могут привести к недопущению, устранению <i>конкуренции</i>.</p>
--	---

Сведения об авторах

Евплова Екатерина Викторовна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры экономики, управления и права ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет». В 2009 г. окончила ГОУ ВПО «Челябинский государственный педагогический университет» по специальности «Профессиональное обучение (экономика и управление)», в 2012 г. защитила кандидатскую диссертацию по специальности 13.00.08 – Теория и методика профессионального образования на тему «Формирование конкурентоспособности будущих педагогов профессионального обучения», с 2018 года доцент Высшей аттестационной комиссии по специальности 13.00.08 – Теория и методика профессионального образования.

Адрес электронной почты: ekaterina@evplova.ru.

Якупов Валерий Рамильевич – кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры экономики, управления и права ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет». В 2010 г. окончил ГОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» по специальности «Юриспруденция», в 2014 г. защитил кандидатскую диссертацию по специальности 12.00.14 – Административное право; административный процесс на тему «Административная ответственность юридических лиц за правонарушения, совершаемые на организованных торгах», с 2020 г. доцент Высшей аттестационной комиссии по специальности 12.00.03 – Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право.

Адрес электронной почты: yakupovvr@cspu.ru.

Научное издание

**Евплова Екатерина Викторовна
Якупов Валерий Рамильевич**

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ХАРАКТЕР КОНКУРЕНТОЛОГИИ

Монография

ISBN 978-5-907611-49-8

Работа рекомендована РИС ЮУрГГПУ
Протокол № 1/22, 2022

Издательство ЮУрГГПУ
454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 69

Редактор О.Э. Карпенко

Подписано в печать 22.09.2022

Формат 60×84^{1/16}

Уч.-изд. л. 12,65. Усл. п.л. 20,63

Тираж 500 экз. Заказ № 345

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии ЮУрГГПУ
454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 69.

