

УДК: 330.341.13

DOI 10.52928/2070-1632-2023-63-1-88-93

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В РАКУРСЕ СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ЕДИНСТВА

канд. экон. наук, доц. Н.П. ЧЕТЫРБОК
(Брестский областной институт развития образования)

В статье рассмотрены вопросы синергетического единства понятий конкурентоспособности различных уровней: конкурентоспособности товара, предприятия и экономики страны в целом. Проанализирована пирамида конкурентоспособности, рассмотрены основные подходы ученых к определению категорий конкурентоспособности. Предложен авторский подход к трактованию структуры пирамиды конкурентоспособности с позиции её синергизма, основанного на определенных постулатах и принципах, первые из которых детерминируют синергетическую структуру конкурентоспособности, а вторые – взаимосвязь её составляющих, что в итоге позволило представить автору синергетическую пирамиду конкурентоспособности. Исследованы институциональные условия формирования макроэкономической конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, синергия, пирамида конкурентоспособности, постулаты, конкурентоспособность продукта, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность макроэкономики, институциональные условия конкурентоспособности.

Введение. Вопрос актуальности изучения конкурентоспособности стоит на данном этапе развития достаточно жестко. На этапе постиндустриального развития конкуренция принимает все более жесткие формы. Банкротство, уход с рынка, отсутствие возможности выступить лидером в конкурентной борьбе актуализирует вопросы изучения причинно-следственных связей взаимосвязи конкурентоспособности разных уровней. Есть ли единство среди категорий конкурентоспособности, какие взаимозависимости присущи комплексному подходу к определению данной дефиниции? Присуща ли пирамиде конкурентоспособности синергетическая составляющая? Если да, то в чем она выражается? В рамках данной статьи попытаемся ответить на эти вопросы.

Основная часть. Пирамида конкурентоспособности – классическое трактованные. Согласно [1, с. 187] конкурентоспособность любого субъекта рынка необходимо исследовать с учетом многообразия конкурентных отношений, возникающих на его микро-, мезо- и макроуровне, а также с учетом внешних и внутренних факторов формирования конкурентных преимуществ. С этой целью целесообразно использовать такой теоретический концепт, как «пирамида конкурентоспособности», который достаточно широко используется сегодня в научной терминологии. В то же время, если в подходах к числу и иерархии структурных уровней данной пирамиды нет принципиальных отличий, то их содержание и взаимосвязь могут толковаться в достаточно широких пределах, что требует их более глубокого рассмотрения.

Пирамида конкурентоспособности представляет собой интерпретацию иерархии наиболее часто употребляемых экономических понятий: конкурентоспособность продукции, предприятия, отрасли, экономики и страны в целом (рисунок 1).

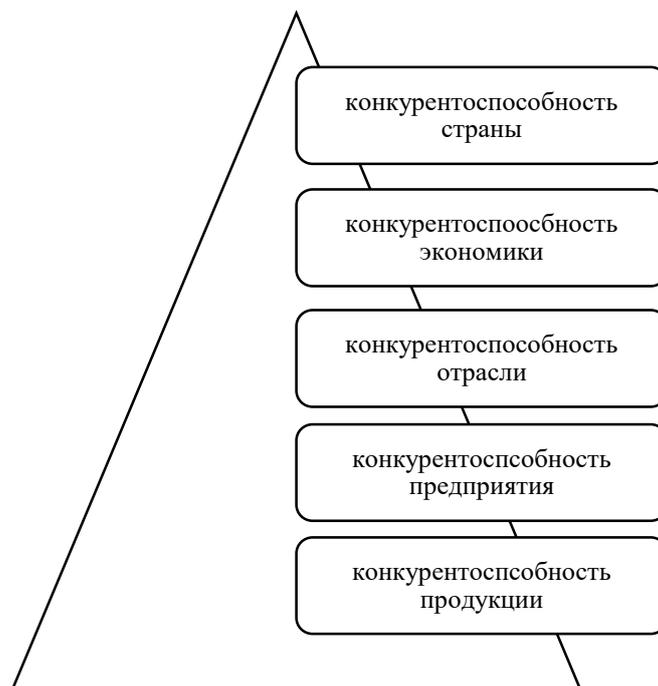


Рисунок 1. – Пирамида конкурентоспособности

По мнению российского исследователя И.И. Дюкова, «в основании этой пирамиды лежит конкурентоспособность товара. На втором уровне находится конкурентоспособность компаний. Конкурентоспособность компаний определяет конкурентоспособность отрасли, в которой они функционируют. Конкурентоспособность отраслей определяет конкурентоспособность экономики, которая, в свою очередь, наряду с другими составляющими, вносит определенный вклад в конкурентоспособность всей страны» [2, с. 8–9]. Точно такой же точки зрения придерживаются Л.В. Макарова [3, с. 6] и И.В. Моисеева¹.

Пирамида конкурентоспособности – авторский подход. Однако, несмотря на внешнюю очевидность предложенной схемы, она, скорее, дезориентирует читателя, чем вносит необходимую ясность в предложенную парадигму. Дело в том, что автор и его последователи де-факто не обосновывают, а лишь констатируют заданную ими внешнюю реальность. В этом случае возникает естественный вопрос: что в предложенном контенте означают термины «находится», «определяет»? В какой мере «определенный вклад» детерминирует состояние исследуемого объекта? Есть ли каузальная связь между используемыми в нем понятиями, и что такое «другие составляющие»? То есть, с нашей точки зрения, в данной интерпретации отсутствует как самодостаточность, так и интегральная взаимообусловленность её структурных составляющих. В результате, априори привнесенная в исходную посылку имплицитность нивелирует конгруэнтность конечного результата, что не соответствует целеполагающему началу любого анализа.

Что же касается приведенной выше на рисунке 1 пятиступенчатой пирамиды конкурентоспособности, – ее можно упростить до трехуровневой без какого-либо ущерба для последующих выводов:

– Во-первых, понятия конкурентоспособности страны и конкурентоспособности экономики при проведении теоретических исследований, по нашему мнению, целиком взаимозаменяемы. Не вникая в детальную структуру составляющих национальной конкурентоспособности, можно с полной уверенностью утверждать, что её основополагающим началом является конкурентоспособность экономики, а политическая и социальная составляющая как базовые элементы цивилизационной триады «государство – общество – экономика» присутствуют в ней в форме институциональных регулятивных механизмов, которые интегрируют в себе любой ракурс её рассмотрения.

– Во-вторых, совершенно очевидно, что конкурентоспособность отрасли есть конкурентоспособность её предприятий и представляет интерес (*как и конкурентоспособность региона*) только при рассмотрении её в конкретном целевом аспекте.

Поэтому искомую нами пирамиду можно свести до уже упомянутой выше трехуровневой структуры, включающей в себя только базовые понятия, относящиеся к конкурентоспособности продукции, предприятия и экономики. Рассмотрим их подробнее.

Конкурентоспособность продукции. Очевидно, что базовым элементом в структуре понятийного аппарата конкурентоспособности является «конкурентоспособность продукции». Критериями её «пирамидальной принадлежности» выступают: качество и уровень новизны изделия, его технические и потребительские характеристики, отвечающие запросам покупателя, наличие полезных опций, бренд и, конечно же, цена реализации [4, с. 55]. Конкурентоспособность продукции – чисто рыночный показатель, в основе которого лежат технико-технологические инновации. Чем выше степень прогрессивности инноваций, используемых при производстве продукции (модификационные, трансформационные, радикальные), тем выше уровень конкурентоспособности продукции [5, с. 51]. Только благодаря внедрению продуктовых и процессных (технико-технологических) инноваций можно повысить качество изделия, улучшить его эксплуатационные характеристики, обеспечить привлекательный дизайн и органолептику, сформировать новые потребительские функции, понизить издержки производства.

Конкурентоспособности предприятия. Конкурентоспособность продукции является главной, но не единственной составляющей конкурентоспособности предприятия. Кроме нее, компания должна обладать набором конкурентных преимуществ, относящихся к его базовым компетенциям, и обладать способностью использовать их в конкурентной борьбе. Согласно [4, с. 55] к ним относятся:

- инновационная восприимчивость и технологичность производства;
- низкий уровень материальных издержек;
- стабильность финансового состояния;
- высокая рентабельность продаж;
- профессиональность менеджмента;
- эффективность маркетинговой политики;
- узнаваемость бренда;
- следование инновационной стратегии развития.

В данном контексте украинские ученые М.Й. Малік, и О.А. Нужна, делают акцент на умелом использовании компанией организационно-управленческих, научно-технических, маркетинговых и других средств ведения эффективной экономической деятельности для реализации прибыльного бизнеса в условиях конкурентного рынка. Сказанное можно перефразировать таким образом, что все конкурентные компетенции создаются в результате разработки и внедрения на предприятии организационно-функциональных управленческих инноваций широкой направленности [6; 7, с. 52]. Вместе с продуктовыми и процессными инновациями они в результате

¹ URL: <http://sisupr.mrsu.ru/2008-1/pdf/19-moiseeva.pdf>.

создают компании конкурентные преимущества, позволяющие получать дополнительную инновационную ренту с продаж производимой продукции, обеспечивать свою финансовую устойчивость. Тогда конкурентоспособность предприятия можно представить как *характеристику субъекта конкурентных отношений, отражающую его потенциальные возможности по противодействию внешним вызовам путем использования имеющихся у него компетентных преимуществ* [8, с. 49]. Представим данный концепт графически (рисунок 2).

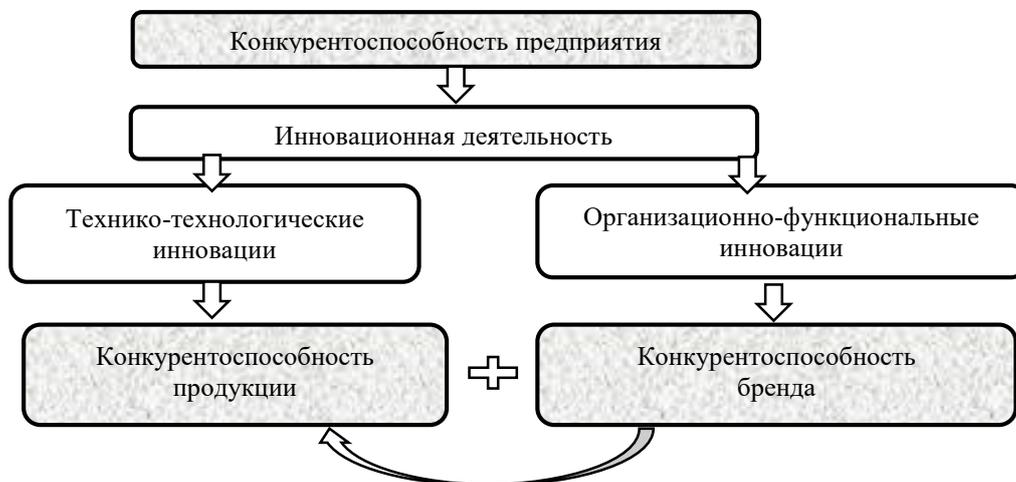


Рисунок 2. – Схема формирования конкурентоспособности предприятия

Таким образом, конкурентоспособность продукции не просто *определяет* конкурентоспособность компании, а *целиком переходит на следующий иерархический уровень* и становится его доминантой. Всё же, что дополняет её, суммируется с ней, образуя синергетическое единство, приобретающее свойство эмерджентности.

Конкурентоспособность экономики аналогичным образом можно интерпретировать как сумму конкурентоспособности предприятий и качественного состояния окружающей их инновационной, деловой и инвестиционной среды, формируемой институтами государства и общества (рисунок 3), нацеленной на устойчивое развитие и увеличение экспортного потенциала национальных производителей [9, с. 13].

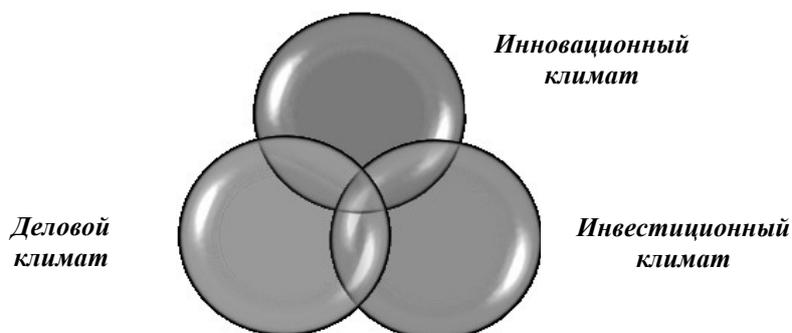


Рисунок 3. – Институциональные условия роста конкурентоспособности

Тогда по совокупности они будут в состоянии ответить на внешние вызовы, исходящие от глобального рынка, обеспечить стране интенсивный экономический рост и положительное сальдо платежного баланса.

Правда, необходимо отметить, что такой подход идет вразрез с точкой зрения Нобелевского лауреата М. Портера, который на основании своего масштабного исследования, посвященного конкурентным преимуществам стран, пришел к выводу, что в конечном счете глобальная конкурентоспособность последних представляет собой понятие, которое зиждется на интегральной позиции национальных компаний [10]. Но такая сентенция представляется нам весьма спорной. Поэтому мы целиком согласны с белорусским профессором А.В. Марковым, считающим, что «в случае акцента на компаниях, рассматриваемых в качестве конечных носителей конкурентоспособности, не учитывается тот очевидный факт, что одного их конкурентного потенциала совершенно недостаточно для достижения поставленных стратегических целей. Более того, он может быть вообще не реализован, если для этого не будут созданы необходимые институциональные условия». А эти условия, в свою очередь, должны формироваться с помощью государственных регулятивных механизмов, важность которых для развития экономики была убедительно доказана Дж. М. Кейнсом в его известной работе «Общая теория занятости, процента и денег» [4, с. 55; 11].

Институциональные условия конкурентоспособности. Под институциональными условиями мы понимаем основные нормы и правила, создающие определенные матрицы поведения для деятельности хозяйствующих субъектов, которые формируются экономическими, политическими и социальными институтами. Их структура в зависимости от масштаба воздействия (*фундаментальные, локальные*) представлена в таблице 1 [12].

Таблица 1. – Структура институтов, обуславливающих конкурентоспособность

Фундаментальные институты	Локальные институты
Экономические	собственности; предпринимательства и конкуренции; рынка; финансов; производства; управления
Политические	государства; права; парламентаризма; гражданского общества
Социальные	науки; образования; культуры

Источник: [13, с. 7].

На основании проведенного нами ранее исследования, касающегося роли институтов в формировании макроэкономической конкурентоспособности было определено, что характер их внешнего влияния можно структурировать с помощью таких понятий как: а) «условия» или косвенные методы управления (стимулирование, планирование) и б) «факторы» – прямые (организационные) методы [14, с. 87–114]. Согласно Словарю русского языка С.И. Ожегова, под условиями понимают *среду*, где возникает явление или реализуется процесс. То есть та реальность, которая объективно существует по отношению к объекту исследования. Под фактором (от лат. *factor* – ‘делающий, производящий’) – *причину*, порождающую то или иное явление или процесс, *движущую силу* последних². Такой подход, по нашему мнению, вполне правомерен, так как методологически верно будет разделять те из них, которые основаны преимущественно на административных подходах и принципах, и те, использование которых требует привлечения значительных материальных и финансовых ресурсов. Кроме того, он полностью коррелируется с содержанием парной категории диалектики «причина и следствие».

В том, что касается *конкурентоспособности предприятия*, то она будет складываться из двух составляющих: эндогенной и экзогенной. К первой относятся конкурентные компетенции, приобретенные в результате действий его менеджмента, ко второй – результат позитивных изменений, произошедших под воздействием внешних условий и факторов, сформированных правительством. То же следует сказать и *конкурентоспособности продукции*. Её стоимость и объемы продаж будут зависеть не только от имеющихся опций и уровня качества, но и от узнаваемости бренда предприятия-производителя, которая, в свою очередь, является отражением иерархического положения последнего на конкурентном рынке.

Синергизм пирамиды конкурентоспособности. Таким образом, можно констатировать, что, помимо восходящего (от нижнего к верхнему уровню пирамиды конкурентоспособности) суммирования конкурентных преимуществ и конкурентного потенциала, *имеет место нисходящее влияние конкурентных условий и факторов*, направленное от верхних уровней пирамиды к нижним.

Тогда можно говорить о некоем новом подходе к трактованию структуры пирамиды конкурентоспособности с позиции ее синергизма, основанного на определенных постулатах и принципах, первые из которых детерминируют синергетическую структуру конкурентоспособности, а вторые – взаимосвязь её составляющих. С нашей точки зрения, их можно сформулировать следующим образом.

Постулат № 1. *Конкурентоспособность объекта исследования нельзя рассматривать без её привязки к конкретному иерархическому (пирамидальному) уровню, от которого зависит её вид* (таблица 2).

Таблица 2. – Структура синергетической конкурентоспособности

Уровень	Вид	Форма
I	Продуктовая	Научно-технологическая
II	Корпоративная	Производственно-функциональная
III	Макроэкономическая	Институциональная
IV	Страновая	Интегральная

То есть I уровень относится к конкурентоспособности продукции, II – к конкурентоспособности предприятия, III – к конкурентоспособности экономики. При этом каждый из них имеет свою структуру и особенности формирования. Соответственно, и вид конкурентоспособности, характерный для данных уровней, мы определяем как «продуктовую», «корпоративную» и «макроэкономическую».

Каждый вид конкурентоспособности проявляется только в ему присущей специфической форме. Продуктовая конкурентоспособность реализуется преимущественно в научно-технологической области, так как именно от технических и технологических инноваций зависит качество изделий и их потребительские свойства. Корпоративная, главным образом, зависит от обоснованности принимаемых менеджментом компании управленческих решений и наличия действенной стратегии развития (производственно-функциональных инноваций). Макроэкономическая – от качества государственных институтов.

² URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Фактор>.

Отдельно следует отметить, что в приведенной таблице мы дополнительно выделили еще и страновой вид конкурентоспособности, хотя выше утверждали несколько иное. Тем не менее, здесь нет методологических противоречий. Выделением IV уровня мы лишь хотели подчеркнуть, что при интегральном ракурсе рассмотрения исследуемого объекта его необходимо оценивать с позиции парной категории диалектики «часть и целое», что в данном случае с некоторой степенью условности реализуется на иллюстративном уровне. При таком подходе страновая конкурентоспособность не имеет собственной формы, являясь, с учетом сделанных допущений (*рассмотрения макроэкономической конкуренции только с институциональных позиций*), синтезирующим показателем, объединяющим конкурентоспособность товаров, товаропроизводителей и экономики, характеризующим положение страны как субъекта глобальных международных отношений.

Постулат № 2. *Чем ниже уровень конкурентоспособности, тем более фундаментальный характер носит её вид.* Следовательно, базовым носителем конкурентоспособности является *продукция* (как конечное звено в цепочке последовательных взаимодействий). Остальные же уровни представляют собой, пусть и сложную, но надстройку, главная задача которых состоит в формировании у данного носителя детерминированных конкурентным рынком качеств и потребительских характеристик.

Постулат № 3. *Каждый вид конкурентоспособности складывается из эндогенной и экзогенной составляющих.* Первая из них характеризует имманентное содержание данного вида, вторая – его «защитную оболочку», формирующуюся под влиянием внешних воздействий.

Постулат № 4. По характеру своего влияния *внешние воздействия можно разделить на условия и факторы.* Первые из них создают благоприятную среду для формирования конкурентного потенциала субъекта конкурентных отношений и конкурентных преимуществ его предмета. Механизм их реализации носит опосредствованный (косвенный) характер. Вторые с помощью механизмов прямого действия непосредственно влияют на содержание регулируемого объекта. При этом и те, и другие в своей конкретной форме принадлежат носителю последующего уровня конкурентоспособности, будучи предназначенными для стимулирования предшествующего.

Представим изложенное графически в виде синергетической пирамиды конкурентоспособности (рисунок 4).

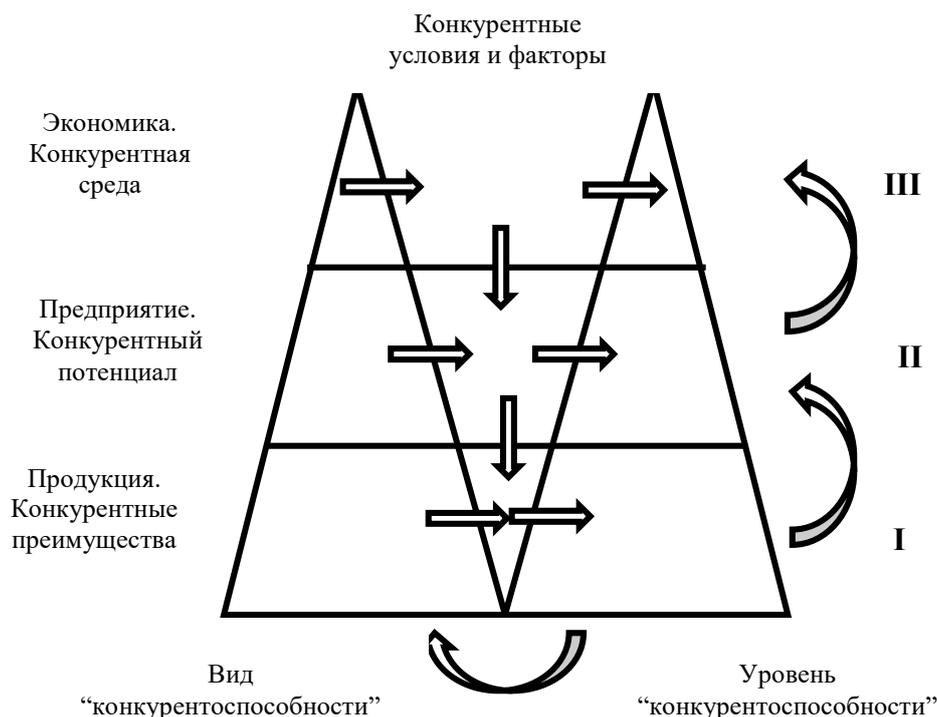


Рисунок 4. – Синергетическая пирамида конкурентоспособности

Тогда от постулатов синергии конкурентоспособности можно перейти к принципам её формирования, отражающим функциональный подход, закладываемый в пирамидальную схему представления о её интегральной сущности.

Принципы синергии:

1. Вид конкурентоспособности детерминирует конкурентные факторы и условия.
2. Конкурентные факторы и условия определяют уровень конкурентоспособности.
3. Уровень конкурентоспособности соответствует её виду.
4. Каждый последующий уровень конкурентоспособности интегрирует в себя предыдущий в восходящей последовательности.

5. Конкурентные условия и факторы имеют нисходящий характер. Конкурентная среда влияет на уровень конкурентного потенциала. Конкурентный потенциал формирует конкурентные преимущества.

Использование данной пирамидальной синергетической модели позволит, с нашей точки зрения, расширить представление о сущности конкуренции, формах, которые она может приобретать в зависимости от занимаемого ею иерархического уровня, а также функциональной взаимосвязи последних.

Заключение. Таким образом, проведенный анализ позволил нам сделать вывод о синергетической составляющей пирамиды конкурентоспособности, базирующейся на четырех ключевых постулатах. В рамках предложенной синергетической пирамиды конкурентоспособности выделяют три уровня: продукции, предприятия, экономики. Каждый уровень формирует свою конкурентную составляющую: экономика – конкурентную среду, предприятие – конкурентный потенциал, а на уровне продукции формируются конкурентные преимущества. При этом конкурентные факторы делятся в соответствии с вышеперечисленными уровнями и видами конкурентоспособности. Синергизм пирамиды конкурентоспособности заключается в том, что, помимо восходящего (от нижнего к верхнему уровню пирамиды конкурентоспособности) суммирования конкурентных преимуществ и конкурентного потенциала, имеет место нисходящее влияние конкурентных условий и факторов, направленное от верхних уровней пирамиды к нижним.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мокроносов А.Г., Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие. – Екатеринбург: Изд. УрФУ, 2014. – 194 с.
2. Дюков И.И. Управление конкурентоспособностью компании: учеб. пособие. – СПб: СПб ГУ ИТМО, 2011. – 100 с.
3. Макарова Л.В., Тарасов Р.В. Конкурентоспособность и качество: учеб. пособие. – Пенза: ПГУАС, 2016. – 152 с.
4. Марков А.В. Квантификация конкурентоспособности. Беларусь. // Иппокрена. – 2019. – № 1. – С. 53–77.
5. Инновационный менеджмент: теория и практика: / А.В. Марков и др.; под науч. ред. А.В. Маркова. – Минск: «Колорград», 2015. – 513 с.
6. Малік М.Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми. – К: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.
7. Марков А.В. Государственная инновационная политика: теоретические основы и механизм реализации. – Минск: Право и экономика, 2005. – 370 с.
8. Четырбок Н.П. Категорія «конкуренція» та конгруентність її понять // Наука та наукознавство. – 2021. – № 2. – С. 42–54.
9. Марков А.В., Четырбок Н.П. Формирование институциональных условий роста конкурентоспособности малого бизнеса в Беларуси // Институциональные механизмы развития малого и среднего бизнеса: материалы VIII междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 янв. 2021 г. / Ин-т парламентаризма и предпринимательства; редкол.: А.В. Горелик. – Минск: Иппокрена, 2020. – С. 11–20.
10. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран; пер. с англ., под ред. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
11. Кейнс Д.М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Изд. Юрайт, 2020. – 342 с.
12. The MIT dictionary of modern economics. 4-th ed. – 1994. – P. 209.
13. Марков А.В. Финансирование инновационной деятельности: учебное пособие. – Минск: Иппокрена, 2019. – 51 с.
14. Марков А.В., Четырбок Н.П. Эволюционная триада экономического развития. – Минск: Колорград, 2022. – 205 с.

Поступила 09.03.2023

COMPETITIVENESS FROM THE PERSPECTIVE OF SYNERGETIC UNITY

N. CHETYRBOCK

(Brest Regional Institute for the Development of Education)

The article deals with the issues of synergetic unity of the concepts of competitiveness of various levels: the competitiveness of goods, enterprises and the country's economy as a whole. The pyramid of competitiveness is analyzed, the main approaches of scientists to the definition of categories of competitiveness are considered. The author's approach to interpreting the structure of the pyramid of competitiveness from the standpoint of its synergy based on certain postulates and principles, the first of which determine the synergistic structure of competitiveness, and the second the relationship of its components, which ultimately allowed the author to present a synergistic pyramid of competitiveness. Also, the article explores the institutional conditions for the formation of macroeconomic competitiveness.

Keywords: *competitiveness, synergy, competitiveness pyramid, postulates, product competitiveness, enterprise competitiveness, macroeconomic competitiveness, institutional conditions for competitiveness.*