

Коваленко А. И., канд. экон. наук, доцент кафедры теории и практики конкуренции МФПУ «Синергия», alkovalenko@mfp.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ» В НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

В статье описываются основные проблемы, возникающие перед исследователями конкурентоспособности объектов экономической системы. На примере наиболее часто исследуемых объектов конкурентоспособности: фирма, товар, отрасль, рынок, персонал — ставятся методологические вопросы, призванные увязать концепцию конкурентоспособности с общей теорией конкуренции. Раскрывается разница между конкурентностью и конкурентоспособностью, предлагается общее определение конкурентоспособности: способность субъекта конкуренции в определенной сфере деятельности совершать конкурентные действия сравнительно лучше конкурирующих субъектов. Излагаются и обосновываются признаки экономической конкурентоспособности: относительность, обусловленность, объективность, динамичность. В заключении указано на направления дальнейших исследований конкурентоспособности в контексте общей теории конкуренции.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентность, признаки конкурентоспособности, теория конкуренции, научные исследования.

Введение

Конкурентоспособность — это понятие, которое в настоящее время широко используется как в научной литературе, так и в популярных изданиях и средствах массовой информации. Несмотря на то что это сложное слово, тяжелое в произношении и написании, оно прочно вошло не только в профессиональный лексикон, но и в бытовую речь, перекочевав туда из бизнес-литературы в области маркетинга, где изначально употреблялось больше в метафорическом, поэтическом, чем в строгом и прямом, прагматическом смысле.

Теперь, как продукт бездумного заимствования англоязычного бизнес-термина с неверным переводом на русский язык,

данное существительное очень часто используется экономистами, маркетологами, бизнес-консультантами, экспертами, учеными и академическими исследователями (аспирантами, докторантами). Оно ставится в центр аналитических рассуждений и нередко является основным предметом теоретических, методологических и прикладных исследований, но без глубокого понимания его изначального смысла и содержания.

Обычно отсутствие такого понимания приводит к излишне широкому использованию термина, в частности, к его использованию в риторических ситуациях, в которых концепт конкурентоспособности не может быть применим по своей сути.

В этом контексте справедливо звучит мнение М. И. Гельвановского, согласно ко-