

*Васильев А. И., канд. экон. наук, доцент, первый проректор Московского финансово-промышленный университета «Синергия», AVasilev@s-university.ru*

## Конкуренция и конкурентоспособность: проблема взаимосвязи

Статья посвящена рассмотрению вопроса о применимости терминологического аппарата теории конкуренции к исследованию проблем конкурентоспособности предпринимательских структур в соответствии с современной методологией изучения проблем конкуренции. Поднимаются вопросы разворачивающейся в научной периодике дискуссии о содержании понятия «конкурентоспособность», приводится описание роли конкурентоспособности субъектов предпринимательства в развитии бизнеса в пространстве конкурентной среды российской экономики. Автор обращает внимание на необходимость исследования истории развития представлений о конкурентоспособности в российской экономической науке, что раскрывает причину текущего состояния теории конкурентоспособности экономических субъектов. Особое внимание уделяется вопросам определения уровней структур конкурентоспособности субъектов предпринимательства. В статье рассматриваются основные теоретические подходы к пониманию концепций конкурентоспособности, а также выявляются фундаментальные противоречия между ними, что позволяет успешно продвигаться в решении научной задачи по обоснованию конкурентоспособности российских предприятий и национальной экономики в целом. На основании разграничения конкурентности и конкурентоспособности субъектов предпринимательства автор приводит систему доказательств, направленных на формулирование оснований конкурентоспособности, а это позволяет сформировать непротиворечивое ядро системы теоретических представлений о конкурентоспособности в предпринимательстве.

**Ключевые слова:** поведенческая теория конкуренция, конкурентоспособность фирмы, конкурентоспособность продукции, конкурентные действия.

### Введение

Понятие «конкурентоспособность» прочно вошло в лексикон менеджеров и управленцев и часто употребляется на уровне обывателя в интуитивно-понятном смысле. При этом термин «конкурентоспособность» часто используется в нормативно-правовых актах и публичных выступлениях руководителей страны. Одновременно с этим идея конкурентоспособности не только не теряет научного содержания, но, наоборот, все чаще используется представителями научного сообщества в качестве предмета диссертационных и иных исследований.

Тем не менее совокупность научных представлений о конкурентоспособности не образует концептуального единства,

поэтому на сегодняшний день преждевременно говорить о единой теории, доктрине или концепции конкурентоспособности. Из-за популярности слова «конкурентоспособность» можно констатировать хаотичное и конъюнктурное использование этого термина в российской экономической науке без четкого понимания смысла и контекста употребления.

Следует согласиться с мнением М. И. Гельвановского, который пишет о конкурентоспособности следующее: «Российская экономическая наука пока оказалась не готова к эффективному использованию этой экономической категории, а экономическое руководство страны не сформировало достаточно ясной позиции, в которой содержались бы адекватные требования к науке, позволяющие обосновывать решения, прини-

маемые на разных уровнях экономического анализа» [Гельвановский, 2009, с. 15].

Действительно, в микроэкономике и теории отраслевых рынков термин «конкурентоспособность» практически не используется; в теории стратегического управления, теории предпринимательства и теории маркетинга он используется крайне редко и в общем контексте не имеет отдельного конструктивного содержания.

В данном случае исключением из всей сферы научного знания является поведенческая теория конкуренции, представители которой не оставляют попыток исследования, анализа и конструктивного использования термина «конкурентоспособность» в исследовательской практике.

Цель данной статьи состоит в том, чтобы раскрыть теоретические и методологические противоречия определения и использования понятия «конкурентоспособность», существующие на сегодняшний день в науке о конкуренции.

В статье будут представлены основные теоретические подходы к пониманию концепции конкурентоспособности и выявлено фундаментальное противоречие между ними. Так, будут освещены ключевые вопросы разворачивающейся в научной периодике дискуссии о содержании понятия «конкурентоспособность». Также в статье описывается история развития концепции конкурентоспособности в российской экономической науке, что раскрывает причину настоящего состояния научных представлений о конкурентоспособности экономических объектов.

## Научная дискуссия

В настоящее время в российской экономической науке можно наблюдать развитие научной дискуссии по вопросу содержания и операционной применимости категории конкурентоспособности.

Главный аргумент, предъявляемый критиками концепции конкурентоспособности,

представляется следующим: конкурентоспособность как свойство экономических объектов сложно однозначно использовать в методологии научных исследований. Понятие «конкурентоспособность» применяется разными учеными в качестве абстрактного аналога свойств ресурсообеспеченности, производительности, эффективности, качества и даже экономической безопасности. Причина невозможности уверенно использовать идею конкурентоспособности в оперативной научной практике кроется в том, что конкурентоспособность не имеет конвенционального содержания понятия.

Пытаясь провести семантический анализ понятия «конкурентоспособность», Е. М. Белый и С. В. Барашков пишут: «Прагматический аспект любого понятия в операционном плане определяется, прежде всего тем, насколько содержание этого понятия, набор его смыслообразующих признаков могут быть использованы в качестве основы при разработке методов и средств решения практических задач, связанных с этим понятием. Очевидно, что для обеспечения прагматики любого специального термина недостаточно определения в традиционном понимании. Требуется своего рода экспликация, которая бы устанавливала пусть на самом общем уровне взаимосвязь самого этого понятия и его компонентов с другими категориями предметной области. Мерилом полноты, непротиворечивости и практической ценности вводимой в научный и прикладной обиход категории может служить соответствие всех ее смыслообразующих компонентов и парадигматических связей с компонентами обобщенной качественной модели, которая принимается в качестве базы для дальнейших исследований» [Светульников и др., 1999].

Научная дискуссия о содержании и прагматике понятия конкурентоспособности происходит и развивается между сторонниками двух противоположных позиций.

Имеется *релятивистская позиция*, выражающаяся в том, что конкурентоспособ-

ность означает разные свойства в зависимости от того, к какому объекту этот термин применяется. Так, например, Ю. Ф. Кормнов пишет: «Универсального определения конкурентоспособности нет и быть не может, а все зависит от того, применительно к какому объекту (предмету) или субъекту оно относится» [Кормнов, 1997, с. 39].

Также В. Ш. Каганов считает, что конкурентоспособность — это результат методологического приема, когда конкурентно-сопоставительный подход распространяется на разные множества объектов, а «все элементы одного множества уподобляются конкурирующим хозяйствующим субъектам на едином конкурентном поле. При этом сама конкурентоспособность представляется как аналогия успеха, лидерства, превосходства, преобладания, преимущества одних объектов над другими, независимо от того, к какому множеству объектов применяется концепция» [Каганов, 2011, с. 101].

Действительно, в настоящее время можно найти исследования конкурентоспособности: цивилизаций, культур, религий, идей и идеологий, стран и союзов, отраслей и отраслевых комплексов, регионов, отраслевых рынков, институтов, предприятий, персонала, индивидов и в целом населения, компетенций, бизнес-моделей, ресурсов, технологий, стратегий, программ, систем управления, продукции, мероприятий и акций, нормативно-правовых актов, технических документов, стандартов, политических партий и отдельных политиков, спортивных клубов и отдельных спортсменов и др. И в каждом случае конкурентоспособность» как отмечалось автором ранее [Васильев, 2009, с. 7, 12], служит обозначением какого-либо определенного свойства, содержательно больше связанного с носителем, а не с конкурентоспособностью как таковой.

Например, конкурентоспособность применительна к культурам, регионам, институтам или стандартам, системам управления и др., содержательно не связана с конку-

ренцией как состоянием и структурой рынка или с деятельным конкурентным соперничеством предпринимателей.

С критикой такого взгляда на конкурентоспособность выступают представители специальной *теории поведенческой конкуренции*, согласно взглядам которых конкурентоспособность как понятие имеет четко зафиксированное содержание, связанное с процессом конкуренции и конкурентными действиями хозяйствующих субъектов. Следовательно, конкурентоспособность означает конкретное свойство строго очерченного круга объектов. Так, например, А. И. Коваленко считает, что отсутствие глубокого понимания изначального смысла и содержания понятия конкурентоспособности «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» [Коваленко, 2013, с. 65].

Также Ю. Б. Рубин пишет следующее: «Теоретическое понимание конкурентоспособности участников рынка как их совокупной способности к совершению конкурентных действий позволило бы данной актуальной теме прочно укорениться в составе специальной теории конкуренции. Теоретический отрыв конкурентоспособности от конкурентных действий чреват выхолащиванием самого понятия конкурентоспособности участников рынка и результатов их деятельности» [Рубин, 2010, с. 60].

Данная позиция представляется достаточно убедительной и обоснованной, так как она подтверждается множеством работ, в которых авторы либо определяют конкурентоспособность через конкуренцию, либо никак ее не определяют.

Следует отметить, что такая позиция иногда неверно трактуется как призыв к полному отождествлению понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность». Например, А. В. Пилипук именно так ошибочно интерпретирует точку зрения Ю. Б. Рубина и в попытке критически осмыслить его по-

зицию только подтверждает и развивает ее: «В научной литературе существует неоправданная идентификация подходов к пониманию понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность», что четко прослеживается, например, в рамках деятельного (поведенческого) подхода, где «конкуренция» представлена как конкурентная деятельность. Во-первых, в подобной интерпретации отпадает необходимость в понятии «конкурентоспособность» и связанных с ней теориях, во-вторых, изучение конкуренции с точки зрения ее участника (т. е. конкурентных действий) полностью эквивалентно современной теории и практике конкурентоспособности (например, классические труды М. Портера), ориентированным на выработку обоснованных решений на основе оценки ситуации и конкурентных сил, влияющих на нее. В данной связи целесообразно изучать конкурентные действия в рамках конкурентоспособности, характеризующей способность субъектов конкуренции функционировать (на разном уровне: от «на грани выживания» до «лидера рынка») в условиях конкуренции (такие условия представлены в первую очередь в структурном подходе) или «способность выдерживать конкуренцию». Установлено, что рассмотрение конкуренции как совокупности действий, с одной стороны, существенно сужает ее проявления до конкретных достаточно узких поведенческих форм индивидуальных игроков, а с другой, исключает из анализа нормы, правила и механизмы децентрализованного, добровольного и безопасного распределения и перераспределения редких благ, т. е. характеризует только ситуацию, без учета возможностей и условий конкурентного функционирования. Очевидно, что имеется явная связь конкуренции и конкурентоспособности в их результате. Важное отличие в том, что первое понятие определяет границу (коридор) возможного, потенциально достижимого результата в рамках некоторой экономической системы, тогда как второе характеризует собственную спо-

собность субъекта (проходимость, соответствие границам) в достижении результата» [Пилипук, с. 120].

### **О концепции конкурентоспособности**

В настоящее время существуют разные подходы к пониманию конкурентоспособности. Данный термин используется учеными в различных коннотациях, и это происходит не согласовано. Поэтому общей теории и единой концепции конкурентоспособности не существует. Анализ развернувшейся научной дискуссии показывает необходимость теоретического осмысления различных представлений о конкурентоспособности, которое приводило бы их «к общему знаменателю», на основании чего возникла бы единая концепция конкурентоспособности.

Однако в поиске общего теоретического основания возникает риск того, что несогласованные трактовки конкурентоспособности будут отброшены. Желание четко определить понятие «конкурентоспособность» связано с намерением прекратить широкое употребление этого термина в неуместном контексте, что в итоге приводит к необходимости отказаться от интерпретаций этого термина применительно к широкому кругу объектов.

В контексте обозначенной научной дискуссии главным является вопрос о том, связано ли содержание понятия конкурентоспособности с феноменом конкуренции.

Если на этот вопрос следует положительный ответ, значит у понятия «конкурентоспособность» есть четкое содержание, которое может быть выражено в едином определении. В таком случае справедливо и методологическое требование А. И. Коваленко о необходимости конкурентного контекста.

Если на этот вопрос следует отрицательный ответ, значит понятию «конкурентоспособность» можно приписывать разные содержания, которые будут выражены в отдельных частных определениях, не свя-

занных с конкуренцией. И в таком случае справедливо опасение Ю. Б. Рубина о выхолащивании понятия.

Например, А. И. Коваленко выдвигает методологическое требование: «Любое распространение концепции конкурентоспособности на отдельные элементы экономической системы — на носители конкурентоспособности — требует дополнительного обоснования и увязки с теорией конкуренции. Если исследователь не может определить, как конкурентоспособность рассматриваемого объекта связана с конкуренцией, ему не следует использовать этот термин и говорить о предмете своего исследования как о конкурентоспособности» [Коваленко, 2013, с. 71].

Представители поведенческой теории конкуренции буквально понимают конкурентоспособность как способность к конкуренции. При этом часто их аргументация строится от обратного — если понятие «конкурентоспособность» не связано с конкуренцией, то оно пусто и бессодержательно.

### Основания конкурентоспособности

Есть мнение, что данная логика не работает. Например, Е. М. Белый и С. В. Барашков, пытаясь определить понятие «конкурентоспособность» как экономическую категорию, сначала цитируют определение конкуренции из Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». После чего они приходят к интересному выводу: «Рыночная конкуренция или конкуренция в самоорганизующейся экономической системе — это борьба фирмы за ограниченный объем платежеспособного спроса со стороны потребителей, ведущаяся фирмами на доступном им сегменте рынка. Против ожидания приведенные определения не дают возможности каким-либо образом вывести особенности конкурентоспособности как исследуемой категории. Очевидно, требуется проведение анализа на иных основах» [Светульников и др., 1999].

В итоге Е. М. Белый и С. В. Барашков приходят к выводам, созвучным релятивистскому подходу: «Прежде всего, очевидно, что конкурентоспособность — это свойство практически любых экономических объектов. Независимо от физической природы и выполняемых функций все изделия, а также производственные системы, их изготавливающие и использующие, могут рассматриваться в контексте проблемы конкурентоспособности, причем такой аспект анализа диктуется не абстрактными соображениями, а сугубо практическими интересами конкретной экономической деятельности. Далее, конкурентоспособность, видимо, может в определенных условиях оказаться тождественной таким экономическим категориям, как качество, или эффективность. Отсюда следует, что с операционной точки зрения для решения проблемы конкурентоспособности могут привлекаться традиционные теоретические и практические методы и средства решения экономических задач, связанных в той или иной степени с проблематикой качества и эффективности. В неявной форме свидетельством, подтверждающим данное высказывание, является обнаруженное наличие парадигматических связей между общепринятыми экономическими категориями и конкурентоспособностью. Однако при всем при том остается открытым вопрос, когда возможно и оправданно свойство конкурентоспособности подменять свойством качества или эффективности, когда оно представляет самостоятельную категорию. Предварительно можно сделать предположение, что свойство конкурентоспособности проявляется независимо от произвола субъекта экономической деятельности, а определяется объективными процессами, протекающими в экономических системах. Из сказанного непосредственно вытекает, что конкурентоспособность является категорией динамической, причем ее динамика обусловлена, прежде всего, внешними факторами, значительная часть которых может рассматри-

ваться как управляемые параметры» [Светуных и др., 1999].

Итак, отказавшись от буквального определения конкурентоспособности как способности к конкуренции, авторы, пытаясь провести анализ «на иных основаниях», заключают, что конкурентоспособность есть «свойство практически любых экономических объектов». Такой вывод представляется далеко не бесспорным хотя бы потому, что из определения конкуренции можно выявить содержание понятия конкурентоспособности.

Несмотря на то, что определения основных понятий, используемые в нормативно-правовых актах, не корректно использовать в качестве научных дефиниций, уже отталкиваясь от определения конкуренции из Федерального закона «О защите конкуренции», можно сформировать определенное понимание конкурентоспособности.

В пункте 7 статьи 4 этого закона содержится следующее определение конкуренции: «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».

Из этого определения можно выделить понятия «рыночной власти» и «конкурентных действий».

Рыночная власть — это возможность фирмы в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке. Хозяйствующий субъект, обладающий рыночной властью, своими ценами задает потолок цен конкурентов, а своими объемами выпуска и продаж ограничивает продажи конкурентов. Более того, такой субъект, будучи лидером рынка, формирует «эталонное» рыночное предложение покупателям и поставщикам, которое является ориентиром для конкурентов и в итоге становится

с содержанием отраслевого консенсуса в части качества, сроков, дополнительных условий контракта. Самые успешные бизнес-модели и лучшие предпринимательские решения и практики быстро копируются отраслевыми конкурентами, что описывается феноменом «диффузии инноваций». Такая логика в рыночной модели, где фирмы применяют стратегию «следования за лидером», служит объяснением того, почему «отраслевой консенсус» является результатом не картельного сговора, а именно рыночной власти одного субъекта.

В этом контексте конкурентное действие — это действие фирмы, ограничивающее или исключаящее рыночную власть конкурента.

В свою очередь, конкурентоспособность фирмы можно определить как ее способность своими действиями ограничивать или исключать рыночную власть конкурентов.

Или же конкурентоспособность фирмы — это способность фирмы своими действиями увеличивать рыночную власть.

С точки зрения теории предпринимательства, конкурентоспособность фирмы определяется как способность фирмы своими действиями создавать и доставлять ценность потребителю лучше конкурентов.

### **История развития представлений о конкурентоспособности**

Категория конкурентоспособности использовалась еще в эпоху советской плановой экономики, при социалистическом строе, когда отсутствовал экономический феномен конкуренции. Каждое предприятие имело план выпуска продукции, который рассчитывался на основе анализа статистической информации о планируемом потреблении населения страны. Каждый производитель продукции имел гарантированный сбыт, так как все сбытовые цепочки были спроектированы заранее на уровне руководства страны. Цены реализации готовой продукции также утверждались в приказном

порядке на ведомственном уровне на основании данных о себестоимости ресурсов и затратах производства. В социалистической, плановой экономике с административно-командной системой управления, при отсутствии конкуренции за платежеспособный спрос для каждого отдельного предприятия приоритетными были показатели производительности, эффективности и нормы брака. Как результат, руководство предприятия фокусировалось на том, чтобы продукция соответствовала требованиям, определенным в стандартах качества, в товароведческой и технической документации [Долинская, Соловьев, 1991].

В советскую эпоху конкуренция касалась субъектов экономической деятельности только на международном уровне, когда возникала необходимость соответствовать потребительским ожиданиям, стандартам и требованиям к товарам и услугам, сформированным в конкурентных условиях рыночной экономики западных стран.

Не имея непосредственного опыта конкуренции на внутреннем рынке, предприятия сталкивались с проблемой измерения свойств и качеств результатов хозяйственной деятельности и их соотношения с результатами хозяйственной деятельности иностранных предприятий, функционирующих в жестких конкурентных условиях.

Советские предприятия должны были выдерживать конкуренцию с западными предприятиями, не испытывая при этом конкурентного напряжения на внутреннем рынке (из-за отсутствия рыночных отношений). Поэтому, не сталкиваясь с прямой конкуренцией, они фокусировались на обеспечении тех свойств и качеств продукции и услуг, которые могли бы в дальнейшем на уровне международной конкуренции сопоставляться и соответствовать результатам конкурентной деятельности западных компаний.

Из этой проблемы и опыта ее решения и возникло представление о конкурентоспособности как потенциальной способности конкурировать. И наоборот, не присутство-

вавшие в опыте хозяйственной деятельности советских предприятий конкурентность и конкуренция не нашли отражение в профессиональной терминологии. Их место заняли понятия «эффективность» и «социалистическое соревнование».

Поэтому конкурентоспособность изначально понималась как свойство, относящееся к результатам хозяйственной деятельности предприятий — к товарам, работам и услугам, и часто понималась как соответствие утвержденным стандартами показателям качественных характеристик. На сами предприятия конкурентоспособность распространялась опосредованно, через конкурентоспособность продукции.

В научной литературе уже обращалось внимание на лингвистическую особенность: в английском языке нет прямого перевода русского слова «конкурентоспособность» [Рубин, 2017, с. 130].

Так как в условиях конкуренции экономик западных стран не было необходимости в опосредованном сопоставлении результатов хозяйственной деятельности предприятий, аналога русского термина «конкурентоспособность» долгое время в английском лексиконе не существовало. Вместо него в английском языке используется слово «competitiveness» — конкурентность, обозначающее наличие конкуренции и функционирование в условиях конкуренции. Аналог русского термина «конкурентоспособность» — «competitive ability» используется в микробиологии для обозначения свойства устойчивости генов, вирусов и др.

С зарождением в России отношений рыночной экономики с ориентацией за развитие и защиту частного предпринимательства и конкуренции феномен конкурентного соперничества предприятий за платежеспособный спрос населения стал реальным фактом их хозяйственной деятельности. Цены и рынки стали конкурентными. В такой ситуации отпала необходимость в измерении потенциальной способности конкурировать, так как эта способность непосред-

ственно проверялась рынком. Тем не менее термин «конкурентоспособность» продолжает употребляться в отношении фирмы и продукции.

### **Конкурентность и конкурентоспособность**

По сути, конкурентное предприятие — это предприятие, функционирующее в конкуренции, то есть предприятие, по факту способное выдерживать конкуренцию. По той же логике конкурентная продукция — это конкурентоспособная продукция.

Поэтому разница между конкурентоспособностью и конкурентностью фирмы и продукта заключается в том, до или после совершения конкурентных действий происходит рассмотрение объекта. Конкурентоспособность относится к тому, что способно к конкуренции как к предстоящему процессу; конкурентность относится к тому, что является результатом процесса конкуренции. Конкурентоспособность — это потенциальная конкурентность, еще не проверенная рынком; конкурентность — это реализованная в действиях конкурентоспособность.

Однако в отношении рынка или отрасли термин «конкурентность» указывает на процессы конкуренции, формирующие и организующие рынок или отрасль. А конкурентность цены означает, что цена сформировалась на конкурентном рынке.

Так, краеугольным камнем в идее конкурентоспособности является ее потенциальный характер. И в данном случае важен вопрос о том, что отличает реализованную конкурентоспособность от нереализованного потенциала конкурентности. Каким образом можно вычленить тот механизм, который превращает ресурсный потенциал конкурентных действий в реализованную конкурентоспособность, фактически проявившуюся в успешных конкурентных действиях, в росте показателей продаж, доли рынка и прибыльности фирмы? И если

между конкурентоспособностью и конкурентностью есть «зазор» потенциальности, то можно ли достоверно обосновать любую оценку конкурентоспособности, не подтвержденную позже результатами конкуренции? Можно ли верифицировать вероятность трансформации показателей конкурентоспособности в реализованное конкурентное лидерство? Как выявить коэффициент превращения потенциальности оценок конкурентоспособности в фактический конкурентный статус рыночного успеха? Если отказаться от содержательной связи между конкуренцией и конкурентоспособностью, найти ответы на эти вопросы будет затруднительно.

### **Заключение**

Следует констатировать, что в настоящее время в научных работах идея конкурентоспособности чаще всего используется в отрыве от теории конкуренции, что резко снижает логичность, обоснованность выводов и значимость результатов таких использований. Тем не менее призывы к системности и последовательности научных исследований конкурентоспособности разного типа элементов экономической системы не находят должного понимания и необходимого согласия в среде русскоязычных ученых в экономической науке — среде, характеризующейся крайним плюрализмом мнений. Поэтому пока нельзя назвать успешными попытки представителей поведенческой теории конкуренции более четко задать границы понятия «конкурентоспособность».

Этот термин все чаще употребляется в контексте, в котором не предполагается прямой конкуренции хозяйствующих субъектов. При этом в самом представлении о конкурентоспособности всегда подразумевается некоторое опосредованное и предстоящее сопоставление мнимо соперничающих объектов, которых иногда называют носителями конкурентоспособности и однородные множества которых образуют уровни конку-



рентоспособности, из уровней в разном порядке ученые выстраивают пирамиду конкурентоспособности.

В контексте научного исследования предпринимательской деятельности фирм использование понятия «конкурентоспособность» в неявной форме подразумевает в качестве своей цели оценку способов достижения фирмой лучших результатов в конкуренции.

Но в любом другом случае, когда нет прямой конкурентной конфронтации объектов, понятие конкурентоспособности используется в том смысле, который передался российской экономической науке от советской доктрины плановой экономики, где прямая конкуренция невозможна, а сопоставление отдельных параметров объектов является лишь мыслительным экспериментом — умственным упражнением, представляющим конкурентное соперничество в своем основании, но не имеющим его в качестве реальной экономической феномена объективной действительности.

Другими словами, для того чтобы исследовать их конкурентоспособность, продукты, регионы, стандарты и компетенции могут сопоставляться в научном исследовании как конкурирующие, но в объективной действительности каждый день своими действиями и их результатами конкурируют именно хозяйствующие предпринимательские субъекты.

Поэтому важно отличать реальную экономическую конкуренцию хозяйствующих субъектов от мнимого противопоставления любых элементов экономической системы иного рода. В первом случае конкурентоспособность не требует дополнительного обоснования, так как конкуренция имманентно присутствует. Во втором случае исследование конкурентоспособности базируется на отличных от конкуренции основаниях, а чаще всего это значит, что за термином «конкурентоспособность» скрывается какое-либо другое, подразумеваемое свойство объектов исследования.

Представляется, что именно на основаниях поведенческой теории конкуренции теоретические представления о конкурентоспособности могут обрести концептуальное единство, а в отрыве от конкуренции концепция конкурентоспособности не может быть создана.

### Список литературы

1. Васильев А. И. Российский оборонно-промышленный комплекс на рынке вооружений: управление конкурентоспособностью. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2009. — 26 с.
2. Гельвановский М. И., Рожков К. Л., Скрябина Н. И. Конкурентоспособность национальной экономики: проблемы статистического сопровождения. Поиск методологической адекватности / под общ. ред. М. И. Гельвановского. М.: ИИЦ «Статистика России», 2009. — 383 с.
3. Долинская М. Г., Соловьев И. А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. М.: Изд-во стандартов, 1991. — 125 с.
4. Каганов В. Ш. Корпоративное обучение как фактор обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур // Современная конкуренция. 2011. №6 (30). С. 101–107.
5. Коваленко А. И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях // Современная конкуренция. 2013. №6 (42). С. 65–79.
6. Корминов Ю. Ф. Ориентация экономики на конкурентоспособность // Экономист. 1997. №1. С. 39.
7. Пилипук А. В. Механизм и модели конкурентного функционирования // Современная конкуренция. 2016. №3 (57). С. 119–142.
8. Рубин Ю. Б. Конкуренция: влияние личностного начала лидеров компаний // Современная конкуренция. 2017. №3 (63). С. 118–143.
9. Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. №3 (21). С. 38–67.
10. Светульников С. Г., Белый Е. М., Барашков С. В. и др. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью. СПб.: Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та экономики и финансов, 1999. — 227 с. Энциклопедия маркетинга. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/1.htm>.

### References

1. Vasilev A. I. *Rossiiskii oboronno-promyshlennyi kompleks na rynke vooruzhenii: upravlenie konkurentosposobnost'iu* [Russian military-industrial complex in the arms market: management competitiveness]. Moscow, Voennyi universitet Publ., 2009.
2. Gelvanovsky M. I., Rozhkov K. L., Skryabin N. I. *Konkurentosposobnost' nazional'noj ekonomiki: problemy statisticheskogo soprovozhdeniya. Poisk metodologicheskoy adekvatnosti* [Competitiveness of the national economy: problems of statistical support. The search for methodological adequacy]. Moscow, Statistics of Russia, 2009. 383 p.

3. Dolinskaya M. G., Soloviev I. A. *Marketing I konkurentosobnost' promyshlennykh predpriyatij* [Marketing and Competitiveness of an Industrial Enterprise]. Moscow, Standarts, 1991, pp. 216–217.
4. Kaganov V. Sh. Corporate training as a fact or in the competitiveness of business organizations. *Journal of Modern Competition*, 2011, no. 6, pp. 101–107 (in Russian).
5. Kovalenko A. I. Theoretical and methodological aspects of application the concept of «competitive ability» in scientific researches. *Journal of Modern Competition*, 2013, no. 6, pp. 65–79 (in Russian).
6. Kormnov Yu. F. *Oriantaziya ekonomiki na konkurentosobnost'* [Orientation of the economy towards competitiveness]. *Economist*, 1997, no. 1, p. 39.
7. Pilipuk A. V. Mechanism and models of competitive performance. *Journal of Modern Competition*, 2016, vol. 10, no. 3 (57), pp. 119–142 (in Russian).
8. Rubin Yu. B. Competition: the Influence of Personality of the Companies Leaders. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 3 (63), pp. 118–143 (in Russian).
9. Rubin Yu. B. Discussion questions of modern competition theory. *Journal of Modern Competition*, 2010, vol. 4, no. 3 (21), pp. 38–67 (in Russian).
10. Svetunkov S. G., Belyi, E. M., Barashkov, S. V., etc. *Informazionnoe obespechenie upravleniya konkurentosobnost'yu* [Information support of management competitiveness]. Sankt-Peterburg, Izd-vo S.-peterb. State University for Economics and Finance, 1999, p. 227. Available at: <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/1.htm>.

---

A. Vasilev, MFPU «Synergy», Moscow, Russia, [AVasilev@s-university.ru](mailto:AVasilev@s-university.ru)

## Competitiveness and competition: the problem of interrelationship

The paper considers how a applicability of terminological apparatus of the theory of competition to studying problems of competitiveness of entrepreneurial structures can be applied in accordance with the modern methodology. It discusses the issues unfolding in the scientific periodicals of the discussion on the concept of «competitiveness», describes the role of competitiveness of business actors in the development of business in the space of the competitive environment of the Russian economy. The author draws attention to the need to study the history of the development of ideas about competitiveness in the Russian economic science that reveals the cause of the current status of the theory of competitiveness of economic actors. Special attention is given to questions of determination of level structures the competitiveness of entrepreneurial actors. The article examines the main theoretical approaches to the understanding the concepts of competitiveness and identified fundamental contradictions between them, which allows to successfully progress in solving the scientific problems in the substantiation of competitiveness of the Russian enterprises and the national economy as a whole. On the basis of differentiation of competition and competitiveness of entrepreneurial actors, the author gives the evidence to formulate grounds of competitiveness, and this helps to form a consistent core of the system of theoretical ideas about competitiveness in entrepreneurship.

**Keywords:** behavioral competition, firm competitiveness, product competitiveness, competitive action.

### About authors:

A. Vasilev, *PhD in Economics, Associate professor*

### For citation:

Vasilev A. Competitiveness and competition: the problem of interrelationship. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 5 (65), pp. 130–139 (in Russian, abstr. in English).