
КОНКУРЕНЦИЯ

КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ: ГЕНЕЗИС, ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ

В.Ю. Шутилин*

В работе рассмотрены вопросы развития и трансформации сущности и содержания понятия «конкурентный потенциал». Предложена авторская трактовка, отличительной чертой которой является включение в состав потенциала инструментов и механизмов трансформации ресурсов системы, что позволяет содержательно раскрыть возможностную компоненту потенциала. Показано, что конкурентный потенциал формируется на основе внутренних и внешних по отношению к системе ресурсов путем их трансформации соответствующими механизмами и инструментами, а его реализация возможна лишь в том случае, если сформированные внутренние возможности системы накладываются на внешние конкурентные возможности. Отличительной чертой конкурентного потенциала является изменчивость, обусловленная конкурентной динамикой, и относительность, понимаемая как уровень (степень) реализации целевой функции системы.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентный потенциал, конкурентные возможности.

JEL-классификация: B41, D40, D47, L19.

В последние десятилетия в научной экономической литературе появилось значительное число публикаций, посвященных различным аспектам формирования конкурентных преимуществ социально-экономических систем¹ различного уровня – от малых и средних предприятий до крупных транснациональных корпораций, региональных и межотраслевых кластеров и национальных экономик в целом. Катализаторами данного всплеска интереса к исследованию конкурентных преимуществ и конкурентных стратегий отдельных компаний и государств следует, очевидно, считать знаковые труды М. Портера 1980-х годов. Как правило, в подобного рода исследованиях довольно часто указывается на то, что эти конкурентные преимущества экономичес-

кий субъект в состоянии получить (достичь, сформировать) в том случае, если сумеет реализовать свой конкурентный потенциал. Однако данный термин, несмотря на кажущуюся очевидность и простоту понимания составляющих его элементов, не находит законченной и удовлетворительной трактовки, являясь в большинстве работ как бы «отсылочным», не акцентируемым. Эта ситуация приводит к усложнению понимания сути явления, поскольку и категория конкуренции имеет длительную научную ретроспективу, и конкурентные отношения на различных этапах развития экономических систем претерпели и продолжают претерпевать не одну качественную трансформацию – от классической борьбы за ресурсы, характерной для капитализма XIX – первой половины XX в., до отношений конкуренции, т. е. конкуренции с элементами сотрудничества, формирующейся в процессе взаимодействия ТНК и их субподрядчиков, а также компаний внутри сетевых структур, межотраслевых комплексов и кластеров. Аналогичным образом по-

¹ В рамках настоящей статьи под социально-экономическими системами разного уровня будем понимать объекты микро-, мезо- и макроуровня, включая обособленные хозяйственные единицы, их объединения и сетевые структуры различной степени интегрированности, субъекты управления которых имеют право принятия и реализации маркетинговых решений, а также регионы, государства и межгосударственные объединения (союзы).

* Шутилин Вячеслав Юрьевич (shutilin.v@tut.by), кандидат экономических наук, доцент, докторант кафедры экономики промышленных предприятий Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

нимание потенциальных свойств экономической системы различно у разных авторов. Основная цель настоящей статьи – попытаться проанализировать трансформацию категорийного аппарата и дать более четкое понимание конкурентного потенциала фирмы (либо системы более высокого уровня) как операционного термина современного стратегического менеджмента.

Трансформация взглядов на конкуренцию и конкурентные отношения – от абстрактной статической модели к динамическому процессу стратегического управления и концепции соконкуренции

Являясь одной из базовых экономических категорий, конкуренция и производные от нее категории претерпели и продолжают претерпевать в настоящее время онтологические и гносеологические изменения. Эволюцию категории конкуренции следует рассматривать с точки зрения преемственности, изменчивости и приспособляемости системы, в рамках которой она получает свое развитие – рыночного хозяйства. Безусловно, истоки конкурентных отношений лежат еще в докапиталистических способах хозяйствования, начиная от зарождения мелкотоварного производства (хотя и в более ранних укладах существовала конкуренция за ресурсы, однако мы не можем говорить о наличии полноценных экономических отношений в ту эпоху) и заканчивая зарождением капитализма. Отличительной чертой конкуренции того времени являлся ее спорадический, фрагментарный характер – конкуренция возникала спонтанно, а способы ведения конкурентной борьбы и устранения противоречий могли быть далекими от экономических.

Основы теории конкуренции и конкурентных отношений в современном представлении были заложены в работах А. Смита и получили свое дальнейшее развитие в трудах авторов, идентифицирующих себя с совершенно различными экономическими школами и направлениями.

У А. Смита (1962)* конкуренция выступает в качестве имманентно присущей рынку движущей силы, которая приводит его через взаимодействие спроса и предложения

к некоей абстрактной точке равновесия, где балансируется совокупность выгод и невыгод различного применения труда и капитала. По сути, конкуренция есть не что иное, как форма реакции рынка на появление некой новой силы на нем, и направлена эта реакция на достижение состояния нового равновесия. Соответственно, чем дольше время, в течение которого рынок приходит к новому равновесию, тем выше относительные конкурентные преимущества для одних участников и больше потери других.

Разумеется, реальные рыночные механизмы имели в то время и имеют сегодня значительное число ограничителей, которые не позволяют напрямую перенести идеи А. Смита в прикладную плоскость управления экономикой, однако именно в его работах впервые был сформулирован и обоснован тезис о конкуренции как о главной движущей силе экономического развития, показаны ее внутренние источники и внешние механизмы проявления.

Дальнейшее развитие теории конкуренции связано с именами Д. Рикардо и Дж. Милля. Д. Рикардо была предложена теоретическая модель совершенной конкуренции в долгосрочной перспективе, основанная на идее саморегулирования рынка в процессе поиска ценового равновесия. Такой подход был еще более абстрактен, чем у А. Смита, однако высокий уровень абстракции, используемый Д. Рикардо для объяснения сути конкуренции и механизмов рыночного равновесия, уже позволял формализовать предложенную им модель, что и было сделано Дж. Миллем.

Следующий этап в понимании сути конкуренции и конкурентных отношений связан с именем основоположника Кембриджской (неоклассической) школы – А. Маршалла. Как и его предшественники-классики, при рассмотрении рыночных механизмов он отталкивался от идеальных условий совершенной конкуренции, а отправными пунктами его теоретических выкладок были наличие точки равновесия и существование равновесной цены, а также объективная возможность достижения на рынке статического равновесного состояния (Маршалл, 1984. С. 24). В качестве антитезиса конкуренции как основного условия оптимально-

* Первое издание – в 1776 г.

го распределения ресурсов в экономике и роста благосостояния было использовано понятие монополии. А. Маршалл также обратил внимание на факторы, формирующие конкурентные преимущества.

Помимо А. Маршалла, неоклассический подход в развитии теории конкуренции характерен для работ О. Бем-Баверка, К. Менгера (т. н. австрийская школа), Дж.Б. Кларка (американская школа), Л. Вальраса, А. Курно и У. Джевонса (математическая школа). По поводу становления и развития в экономической науке математического направления следует отметить, что в основе первых более или менее сложных моделей лежали как раз «краеугольные» методологические установки неоклассической школы. В первую очередь, они подразумевали, что поведение и выбор рыночных агентов рациональны с точки зрения их экономических интересов (идея о т. н. «человеке экономическом»), а во-вторых, возможность существования равновесия, его единственность, устойчивость и детерминированность принимались в большинстве работ как аксиома. Таким образом, к началу XX в. можно говорить о формировании в западной экономической науке статической «дихотомической» (конкуренция – монополия) модели конкуренции.

Рассматривая эволюцию теории конкуренции на этом этапе, нельзя не упомянуть работы Дж.М. Кейнса, Р. Харрода, Е. Домара, Э. Хансена. Кейнсианская и неокейнсианская школы при анализе конкурентных отношений основной акцент сместили на государственное регулирование свободной конкуренции, полагая, что кризисы в капиталистической экономике вызваны излишними и неоправданными ожиданиями от саморегулирующей функции рынка (в то время как движущей силой саморегуляции, по мнению классиков и неоклассиков, как раз-таки и является конкуренция).

Следующим этапом развития теории конкуренции можно считать работы П. Сраффа и Дж. Робинсон, которые перевели дискуссию о монополии и совершенной конкуренции как о двух альтернативных формах конкурентной борьбы в иную плоскость, показав возможность существования неценовых форм конкуренции.

Первым автором, подвергнувшим обоснованной критике воздвигнутую предшественниками статическую конструкцию рынка совершенной конкуренции как идеала рыночной экономики, можно считать Э. Чемберлина, который предложил рассматривать конкуренцию как динамический процесс (1996), указав на то, что возрастающие потребности общества проявляются не только и не столько в росте объемов потребления (они, в конечном счете, ограничены по многим позициям), а в дифференциации запросов потребителей. Переход к неценовым формам конкурентной борьбы формирует объективные предпосылки для развития так называемой монополистической конкуренции, основные черты которой и были охарактеризованы Э. Чемберлином.

Очередной ключевой вехой в трансформации понимания конкурентных отношений явились работы Й. Шумпетера, который, развивая концепцию монополистической конкуренции, приходит к выводу, что источником экономического развития являются инновации, позволяющие дифференцировать не только сам продукт и технологии его производства, но и способы его продвижения к потребителям, и методы управления. Очевидно, что в представлении Й. Шумпетера содержание конкуренции и конкурентных преимуществ качественно меняется по сравнению с ранее господствовавшими воззрениями: стимулирует конкуренцию поиск нового знания, позволяющий получать на определенном временном интервале монополистическую прибыль путем создания новых продуктов, новых рынков, новых технологий и материалов, разработки новых маркетинговых и управленческих приемов. Безусловно, следует заметить, что борьба за ресурсы при этом никуда не исчезает, однако содержание этой борьбы все более смещается в сторону не только более эффективного использования ограниченных ресурсов, но и активного вовлечения таких ресурсов, ограниченность которых на данном этапе развития общества оценить не представляется возможным (знания, интеллект). Интересно, что монополию Й. Шумпетер не считает абсолютным злом, полагая, что

компания, создавшая новый продукт и новый рынок для него, априори становится на какое-то время монополистом. Кроме того, монопольное положение позволяет ей накопить ресурсы для поиска новых решений, инвестиций в НИОКР, создания инноваций, и этот процесс продолжается циклично и непрерывно (2008).

В модели конкуренции, предложенной Ф. Хайеком, совершенная конкуренция – лишь одно из множества вероятных состояний рынка. Особую роль в конкурентных отношениях Ф. Хайек отводит рыночным институтам, основную задачу которых он видит в поддержании конкуренции как таковой (формирование так называемого «конкурентного порядка») (1989).

С. Макконнелл, С. Брю, С. Фишер хоть и придерживались, в основном, взглядов неоклассической школы, тем не менее использовали несколько иную методологию исследования конкурентных отношений – структурный подход, выделив четыре типа рынка, различающихся количеством участников борьбы, степенью дифференциации продукта, барьерами проникновения на рынок. Таким образом, акцент в исследовании конкуренции был смещен с узкого понимания конкурентной борьбы как абстрактного соперничества на рынке в сторону изучения осмысленного конкурентного поведения фирм в кратко- и долгосрочном периоде, межфирменных отношений и процесса внутрифирменного управления.

Различные аспекты несовершенной конкуренции достаточно подробно рассматривались также и в теории отраслевых рынков. В частности, следует отметить вклад Э. Мэйсона, М. Спенса, А. Диксита, Р. Уилсона, А. Волинского, Б. Клейна, Р.Дж. Кроуфорда, А. Алчана, К. Шапира, М. Каца, других представителей неонституционализма.

Качественный скачок в развитии теории конкуренции связан с именем представителя американской экономической школы М. Портера. Развивая отраслевую теорию конкуренции, он предложил собственную модель пяти сил конкуренции, формирующих структуру отраслевого рынка. Ключевые параметры этой модели были подробно им охарактеризованы в работе

(2005) и ряде последующих публикаций, вплоть до настоящего времени. Не останавливаясь подробно на критическом анализе его работ, в рамках нашего исследования следует отметить важную отличительную черту методологии М. Портера. Она, на наш взгляд, состоит в том, что исследование отношений конкуренции окончательно перемещается с абстрактно-отвлеченного «условного рынка» на микро- и мезоуровень, непосредственно на фирму, вступающую в отраслевую и межотраслевую конкурентную борьбу, что является существенным шагом вперед по сравнению с теоретическими концепциями «неоклассиков», переключаясь в то же время с подходом австрийской школы. Кроме того, можно считать, что работы М. Портера в числе прочих положили начало исследованию проблем глобализации экономики, поскольку, рассматривая конкурентные отношения с позиции фирмы, американский экономист приходит к выводу о том, что конкуренция постепенно приобретает черты глобальной, где ее акторами выступают не только страны как таковые, но и отдельные фирмы, организующие бизнес в различных социально-экономических условиях. Подробно эти аспекты конкуренции освещены в работе (1993).

М. Портером впервые было введено и раскрыто понятие «конкурентная стратегия», понимаемая как целенаправленные действия по обеспечению превосходства над конкурентами через выявление своих конкурентных преимуществ, их углубление и совершенствование. Идея конкурентной стратегии «означает продуманный выбор ряда видов деятельности, которые позволят предоставлять уникальный портфель создаваемой ценности» (2005. С. 72). Особое внимание при этом было уделено так называемым конкурентным преимуществам «высшего порядка», таким как патентованная технология, дифференциация на основе уникальности товаров, репутация фирмы, маркетинговые и управленческие нововведения, интеграция с поставщиками сырья и потребителями готовой продукции. Указанные преимущества сложнее всего поддаются копированию со стороны конкурентов, являясь в современной терминологии «ключевыми компетенциями» фир-

мы (по определению Г. Хамела и К. Прахалада) (2002), а их достижение основано на непрерывности инновационно-инвестиционного цикла.

Важным вкладом в развитие теории конкурентных преимуществ является разработанная М. Портером концепция экономического кластера, характеризующего высокий уровень интеграции и сотрудничества фирм, «завязанных» на единую технологическую цепочку создания конечного для данной отрасли продукта. Концепция кластеров получила в дальнейшем самостоятельное развитие в рамках различных научных школ, часто достаточно тесно переплетаясь с работами в области формирования конкурентных преимуществ экономических систем.

В последние два десятилетия развитие теории конкуренции связано также с исследованиями в рамках формирующейся концепции «новой экономики», в качестве альтернативного названия которой часто упоминается словосочетание «постиндустриальная экономика», хотя, возможно, речь, скорее, следует вести о «неоиндустриальной» экономике. В данной области следует отметить работы уже упомянутых ранее К. Шапиро и М.А. Каца, а также Б. Артура, рассматривающего роль технологий и текущих рыночных позиций в конкурентной борьбе, в частности феномен возрастающей доходности крупных «игроков» рынка (Arthur, 1989). Среди других исследователей, развивающих теорию конкуренции в рамках «новой экономики» – Х. Вэриан, К. Келли, Дж. Стиглиц, Дж. Фаррелл.

Существенное внимание прикладным аспектам формирования конкурентных стратегий компаний применительно к отдельным отраслям и рынкам уделено в работах таких специалистов в области менеджмента, как Т. Питерс и Р. Уотерман-мл., Д. Тис, Г. Чесборо, а также ряда других исследователей.

Кроме того, в этот же период (примерно с середины 1990-х годов) начало оформляться такое новое направление, как исследования конкурентной динамики (competitive dynamics research). Становление данной научной школы, очевидно, следует связывать со знаковыми работами со-

временных представителей американской экономической мысли – К. Смита, С. Грима, М. Гэннона, М. Чена, У. Феррьеера, Дж. Баума, Х. Корна и др. (Smith et al., 1991; Smith et al., 1992; Smith et al., 2001; Baum, Korn, 1996; 1999; Chen, Miller, 2012). В настоящее время они продолжают развивать идеи М. Портера в рамках стратегического менеджмента и теории организационного поведения.

В научной литературе термин «конкурентная динамика» используется в различных контекстах. В биологии он применяется для описания борьбы видов за выживание; в терминологии менеджмента означает соперничество различных организационных форм за доминирование в определенных условиях рыночной среды; часто используется также в теории игр. В рамках стратегического управления ключевой задачей исследований конкурентной динамики является изучение и прогнозирование состояния межфирменной конкуренции исходя из поиска закономерностей в поведении компании и ее конкурентов на рынке на основе эмпирического анализа пар «рыночное действие – ответная реакция» (action-reaction), драйверов этих действий и их последствий в контексте стратегических и организационных возможностей участников конкурентной борьбы (Baum, Korn, 1996). Именно эмпирическая основа и отличает указанный подход к изучению конкурентных стратегий от, например, теории игр, где анализ основан на предварительно сформулированной логической модели (что характерно для объяснения конкуренции в рамках моделей неоклассической школы). Исходя из этого, для детерминации искомым закономерностей очень важна точная идентификация конкурентных действий фирм на рынке и ответной реакции их соперников. В этом плане универсальным концептуальным подходом к исследованию можно считать шумпетерианское «созидательное разрушение», определяемое как динамический процесс, посредством которого фирмы реагируют на взаимные конкурентные действия в поисках рыночных возможностей (Шумпетер, 1982). По сути, данное направление конкурентного анализа развилось из вполне закономерного воп-

роса: какова взаимосвязь конкурентного действия фирмы (т. е. действия, нарушающего равновесие на рынке) и ответной реакции других участников конкурентной борьбы? (Chen, Miller, 2012. P. 38). На данный момент можно говорить о том, что эта научная школа выработала собственную методологию исследования и методический инструментарий, пригодные как для целей прогнозирования конкурентного поведения на рынке, так и для формирования собственной конкурентной стратегии компании.

Разумеется, нельзя не отметить определенный вклад в развитие теории конкуренции исследователей из «русскоязычного» научного пространства, который был сделан ими в последние два десятилетия в контексте изучения экономик переходного периода. При всем многообразии использовавшихся и адаптируемых теоретико-методологических платформ основу большинства подобных исследований составляли, на наш взгляд, неоклассическая и неинституциональная парадигмы. Среди российских авторов, внесших вклад в развитие методологии формирования конкурентных отношений в условиях транзитивной экономики, следует отметить Г.Л. Азоева, С.И. Долгова, Ю.В. Шишкова, В.И. Бархатова, Г.П. Журавлеву, М.А. Дерябину, Г.В. Колодную, А.Ю. Юданова, Н.Ю. Конинову, Р.А. Фатхутдинова и др. Отдельно следует выделить работы Д.С. Львова и С.Ю. Глазьева, Б.З. Мильнера, А.Р. Горбунова, В.Е. Дементьева, использовавших в своих трудах идеи Й. Шумпетера, Н. Кондратьева и М. Портера.

Проблемы формирования конкурентных отношений в условиях малой открытой переходной экономики в том или ином аспекте рассматривались также представителями белорусской экономической науки (В.Н. Шимовым, А.А. Быковым, А.Н. Туром, А.А. Праневич, И.П. Воробьевой и Е.И. Сидоровой, И.А. Соболенко, Б.С. Калитиным и др.).

Таким образом, подводя итог обсуждению содержания категории конкуренции и конкурентных отношений в историческом контексте, необходимо отметить, что ее развитие объективно обусловлено соответствующей динамикой производитель-

ных сил и производственных отношений внутри капиталистического способа производства. Эволюция взглядов на природу конкуренции прошла путь от восприятия ее как простого соперничества участников обмена за более эффективное использование ограниченных ресурсов в границах «совершенного» рынка до сложных отношений «соконкуренции», которые возникают в рамках современных мультинациональных производственных структур с сетевой организацией на фоне формирования глобальных рынков капитала и усиления роли международных финансово-экономических институтов.

Второй аспект развития теории конкуренции связан, по нашему мнению, со все большим сближением теоретического, абстрактно-логического рассмотрения конкурентных отношений, с прикладным, эмпирическим подходом, ориентированным на решение вполне конкретных задач стратегического менеджмента на основе концептуального понимания механизмов конкуренции в конкретно-исторических условиях. В этом плане современное понимание конкуренции основано, прежде всего, на ее динамических и «отношенческих» характеристиках, подразумевающих непрерывный процесс обмена конкурентными действиями со стороны соперничающих на рынках фирм. Последняя особенность ставит вопрос о дальнейшем совершенствовании методологического и методического инструментария, позволяющего формулировать и решать адекватные текущей конкурентной ситуации задачи стратегического менеджмента на различных уровнях управления экономикой². Матрица для выработки такого инструментария может быть сформирована как раз в ходе диагностики конкурентного потенциала экономического субъекта и прогноза динамики его изменения, однако предлагаемый под-

² Возможности выработки стратегических решений на основе неких универсальных и стандартных правил, как, например, распространенных в последние два-три десятилетия методов SWOT-анализа, PERT-анализа, анализа 5 сил конкуренции М. Портера и т. п., в условиях возрастающего динамизма конкурентных отношений постепенно снижаются, а для высококонкурентных, динамично растущих отраслей «новой экономики» эти методы и модели становятся и вовсе малоприменимыми.

ход требует четкого понимания содержания данного понятия и разработки критериев и методов его оценки. Первая часть указанной проблемы будет освещена далее.

Конкурентный потенциал и его место в общей концепции социально-экономических потенциалов

Понятие «потенциал» в экономической науке до недавнего времени не было общеупотребимым, имея отношение в большей степени к наукам естественным. Считается, что его корни восходят к латинскому языку, где оно употреблялось в значении «сила», «запасы», а в современный русский было заимствовано из французского и в обиходе используется в значении «имеющий возможности», «могущий быть».

В русскоязычной экономической литературе термин «экономический потенциал» одним из первых использовал Р.А. Белоусов (1971). Авторами Большой Советской Энциклопедии он определяется как совокупная способность отраслей народного хозяйства производить различные виды продукции и услуг в определенный исторический момент³. В своей работе А.Б. Борисов (2003) трактует экономический потенциал как совокупную способность экономики, ее отраслей, предприятий, хозяйств осуществлять производственно-экономическую деятельность, выпускать продукцию, товары, услуги, удовлетворять запросы населения, общественные потребности, обеспечивать развитие производства и потребления. Схожее определение содержится и в Современном экономическом словаре Б.А. Райзберга (Райзберг и др., 1999). Коллектив авторов «Национальной экономики Беларуси» под ред. В.Н. Шимова приводит следующее определение: «На макроуровне под совокупным экономическим потенциалом понимается максимально возможная способность национальной экономики производить товары и услуги в соответствии с запросами внутреннего и внешних рынков» (Шимов, 2009. С. 44). Как видно из приведенных выше цитат, поня-

тие «экономический потенциал» чаще всего ассоциируется с *максимально возможной способностью* экономики страны производить продукцию и оказывать услуги.

В публикациях же западных авторов существует определенная дифференциация в использовании термина «экономический потенциал» применительно к макро- и микроуровням. На микроуровне он рассматривается как *ресурсная основа* деятельности компании – см., например, работу Д. Госселина, Я. Лейсена и Ж. Вербеке (Gosselin et al., 2007). Указанные авторы так формулируют ресурсную концепцию экономического потенциала фирмы: «Ресурсами являются все активы и возможности, напрямую или косвенно доступные фирме, которые позволяют ей разрабатывать и реализовывать стратегию, приводящую к устойчивым конкурентным преимуществам» (Там же. Р. 5). Как видим, в данном определении возможности фирмы ассоциируются с ее ресурсами. В контексте стратегического менеджмента ресурсный подход также развивается в трудах Э. Пенроуза (Penrose, 1959), Р. Амит и П. Шомэйкера (Amit, Schoemaker, 1993), З. Санчеса и А. Хина (Sanchez, Heene, 2003).

Что касается «макроэкономической» концепции потенциала, то в ней он рассматривается через призму уровня благосостояния нации. В соответствии с неоклассическими представлениями, уровень благосостояния нации (государства) есть функция конкурентоспособности страны, а мерой его измерения является показатель ВВП на душу населения. Вместе с тем М.Де Клерк определяет уровень благосостояния нации как степень удовлетворения потребностей на основе ограниченных ресурсов. Последние включают в себя оцененные и неоцененные, осязаемые и неосязаемые ресурсы, подвергнутые экономическому анализу (De Clercq, 2006. Р. 25). Экономический потенциал страны определяется набором текущих, стратегических и структурных детерминант, которые воздействуют на объемы и динамику уровня благосостояния нации. Последнее является приобретенным свойством, а не унаследованным, что обосновано в работе (Портер, 1993).

Надо отметить, что наиболее часто на макро- и мезоуровнях обсуждаемой пробле-

³ Большая Советская Энциклопедия. В 30 т. Москва: Советская энциклопедия. 1969–1978. Т. 20. С. 428.

мы упоминаются следующие виды потенциалов: народно-хозяйственный, оборонный, природно-ресурсный, промышленный (строительный, сельскохозяйственный и т. п.), потенциал социального развития, рекреационный потенциал и др. Как на макро-, так и на микро- и мезоуровнях используются термины: производственный, организационный, интеллектуальный, человеческий, кадровый, инфраструктурный, информационный, научно-технический, финансовый потенциалы. Несмотря на имеющиеся различия в их трактовке, общим трендом в публикациях последних десятилетий является признание того, что все перечисленные виды обладают, как минимум, двумя детерминантами: ресурсной и возможностной⁴. Причем в большинстве обсуждений наиболее часто освещается именно ресурсная составляющая, а возможностная, в свою очередь, представлена в некотором роде «черным ящиком», точное определение, а тем более количественное, измерение которой дать весьма затруднительно.

Остановимся более подробно на исследовании потенциальных свойств экономических систем микроуровня. В составе активов фирмы вышеупомянутые исследователи выделяют две большие группы – факторные активы (материальные, финансовые, трудовые и т. д.) и процессные, которые связаны с организационными процедурами. В некоторых источниках встречается и несколько иной подход к анализу структуры потенциала – все физически осязаемые ресурсы относятся к активам, а неосязаемые – к возможностям фирмы.

Тем не менее наша точка зрения состоит в том, что так называемые «процессные активы» не являются имманентно присутствующими экономической системе, как, например, факторы производства, и не могут быть просто приобретены путем акта обмена (например, купли-продажи на рынке). Данные активы создаются и возрастают в ходе формирования внутрикорпоративной культуры управления, выстраивания взаимоотношений с поставщиками, распределительной

сетью, потребителями, другими контрагентами, а потому уникальны, неповторимы и не копируемы в полном объеме. К «процессным активам» следует отнести и отношения сотрудничества с конкурентами, а также сетевые взаимодействия различного уровня, например внутри кластеров. Кроме того, к ним относятся используемые производственные и управленческие технологии и механизмы.

Что касается возможностной части потенциала, то в большинстве работ зарубежных авторов она соотносится со знаниями (явными и неявными), а также умениями и навыками как наиболее сложновоспроизводимыми элементами потенциала. В то же время, каково место этой компоненты в совокупном потенциале, как она связана с его ресурсной частью и в результате каких взаимодействий может проявляться и реализовываться, не указывается.

Мы считаем, что сами по себе знания и навыки являются достаточно сложными и неоднородными понятиями и не могут быть самостоятельным компонентом потенциала такой социально-экономической системы, каковой является фирма. В частности, прикладные знания, умения и навыки позволяют сформировать организационные механизмы и отдельные инструменты, основное назначение которых – комбинация и трансформация активов способом, позволяющим достичь наибольшей степени реализации совокупного потенциала системы (это, кстати, не обязательно будет максимальное использование, вовлечение в хозяйственную деятельность, имеющихся ресурсов). Что касается фундаментальных знаний, то они, скорее, относятся к ресурсной составляющей потенциала, поскольку могут быть вовлечены в непосредственную хозяйственную деятельность лишь при наличии необходимых инструментов (т. е. прикладных знаний в овеществленной и не овеществленной форме).

Рассматривая более детально конкурентный потенциал, следует отметить, что, по нашему мнению, он занимает в системе социально-экономических потенциалов особое и весьма специфичное место. Специфичность данного понятия обусловлена тем, что в отличие от других аналогичных категорий

⁴ В качестве синонимов употребляются также термины «достигнутый» и «перспективный» потенциал, реже – «реальный» и «абсолютный» потенциал. На наш взгляд, использование подобных выражений не совсем удачно.

относительность и динамичность конкурентного потенциала имеет двойное происхождение. Надо понимать, что, исходя из этимологии слова, потенциал системы – явление относительное по своей сути и изменчивое во времени, поскольку является носителем одновременно как ресурсной, так и инструментальной компонент. Последняя, как уже отмечалось, характеризует способность системы к трансформации ресурсов в возможности, которые и отражают максимально достижимый для данной системы уровень использования признака.

Наличие указанных двух компонент обуславливает относительность категории «потенциал» и является источником их внутренней динамики. Однако внутренняя структурная сложность конкурентного потенциала возрастает по сравнению с другими видами потенциалов еще и по причине относительности и динамичности самого характеризуемого признака – конкуренции. Как уже отмечалось в первой части статьи, конкуренция сама по себе является категорией относительной, поскольку не может возникнуть, проявиться и существовать в отсутствие других аналогичных систем, и одновременно – динамической, так как представляет собой непрерывный процесс действий и ответных реакций акторов рынка. При этом источник этой относительности и динамики является экзогенным по отношению к системе. Данный тезис, в нашем представлении, является достаточно важным для понимания содержания и структуры конкурентного потенциала, механизмов его оценки и формирования.

Несмотря на относительную новизну термина «конкурентный потенциал» и недостаточную его теоретическую проработку, определенные публикации по этой проблеме имеются.

В частности, Л.Ф. Чумак и Г.В. Котляр в работе (2013) определяют конкурентный потенциал предприятия через пять групп так называемых «возможностей»: производственно-технологические, маркетинговые, интеллектуальные, трудовые, финансово-экономические. Каждая из них, в свою очередь, связана с другой единственной связью (см. рис. 2 в работе (Чумак, Котляр, 2013)) и формирует другие виды потенци-

алов. Так, например, трудовые возможности формируют кадровый и мотивационный потенциал, финансово-экономические возможности – инновационный, финансовый и инвестиционный потенциал и т. д. На наш взгляд, в данном определении конкурентного потенциала не раскрывается его содержательная сторона, а предлагаемая авторами линейная связь, например «конкурентный потенциал» – «интеллектуальные возможности» – «научно-исследовательский потенциал», выглядит достаточно схематично и не позволяет установить причинно-следственную и структурно-логическую связь между отдельными элементами конкурентного потенциала. Помимо этого, в работе происходит смешение понятий «конкурентный потенциал» и «конкурентоспособный потенциал», что, на наш взгляд, не совсем корректно.

Л.В. Фомченкова и М.И. Дли в работе (2005) отмечают, что конкурентный потенциал предприятия отражает наличие у него возможностей по формированию долговременных конкурентных преимуществ. При этом, с одной стороны, он обеспечивает реализацию конкурентной стратегии, а с другой – создает условия для развития организации и улучшения конкурентных условий в перспективе. Указанные авторы выделяют внутреннюю составляющую конкурентного потенциала (называя ее аллокационной) и внешнюю (в терминологии авторов статьи – адаптационную). При этом в дальнейшем Л.В. Фомченкова и М.И. Дли аллокационную часть конкурентного потенциала сводят к функции от совокупности пяти видов ресурсных потенциалов, среди которых выделяют: потенциалы материальных ресурсов, основных фондов, финансовых ресурсов, информационных и трудовых ресурсов. Что касается внешней составляющей, то она в работе не описана; указано лишь на то, что она обеспечивает устойчивость предприятия в условиях неблагоприятной конкурентной среды и позволяет реализовать благоприятные возможности за счет привлечения ресурсов и возможностей других участников бизнеса. Кроме того, она упоминается в качестве аргумента функции некоего «потенциала повышения конкурентоспособности», наря-

ду с потенциалами поставщиков, партнеров и посредников. Таким образом, внешний конкурентный потенциал, по версии авторов, является составной частью общего конкурентного потенциала. С последним утверждением, при определенных оговорках и уточнении терминологии, можно согласиться, хотя не совсем понятна необходимость подобного разделения – «внешними» могут быть используемые для формирования возможностей системы ресурсы⁵ и инструменты⁶, а не сам потенциал, поскольку это понятие применяется к конкретному объекту и не может существовать вне его, хотя формироваться может и под влиянием внешних факторов. Кроме того, авторы полагают, что одновременно «внешний» конкурентный потенциал определяет ««потенциал повышения конкурентоспособности», что, на наш взгляд, не совсем корректно и лишено логического смысла.

Значительный вклад в развитие понимания категорий конкуренции, конкурентных преимуществ и конкурентного потенциала внес Р.А. Фатхутдинов. Среди последних его работ следует отметить публикации, посвященные разработке «новой теории» управления конкурентоспособностью и конкуренцией (2005с; 2007). Принимая в целом подходы к определению конкуренции и конкурентных отношений, данные в более ранних работах автора (2000; 2005а; 2005b), нельзя согласиться с его аргументами, высказанными в статье (2007) относительно того, что к конкурентоспособности и конкуренции могут быть применены такие описательные характеристики, как «стратегическая», «оперативная», «тактическая» (2007. С. 79). По нашему мнению, конкурентоспособность есть некоторое зафиксированное состояние объекта (например, товара) или более сложной системы (например, фирмы) по отношению к другим аналогичным объектам или системам в конкретный момент времени в конкретном месте. Стратегическими или тактическими, в свою очередь, могут быть управленческие воздействия (т. е. динами-

ческие процессы), направленные на приведение объекта или системы в определенное состояние по отношению к другим объектам и системам в расчетный (будущий) момент времени. Кроме того, в анализируемой работе недостаточно обоснованно используется термин «управление конкуренцией»; скорее, речь следует вести о формировании институциональных основ конкурентных отношений применительно к какой-либо экономической системе.

Среди других публикаций, посвященных исследованию конкурентного потенциала, следует отметить работу (Суска, 2012), в которой эта категория вполне обоснованно рассматривается в контексте стратегического управления фирмой. На взгляд автора публикации, конкурентный потенциал представляет собой совокупность, с одной стороны, конкурентных преимуществ над другими организациями данной отрасли, а с другой – возможностей использования данных преимуществ в будущем для обеспечения устойчивой позиции на рынке. При этом в основе конкурентного потенциала как системы лежат преимущества внутренней среды. Отличительной особенностью определения конкурентного потенциала, данного в указанной выше работе, является, во-первых, рассмотрение его как системы, а во-вторых, включение в состав, помимо подсистем факторов внутренней среды и внешней среды, также подсистемы конкурентных стратегий. Таким образом, конкурентные стратегии становятся самостоятельными структурными элементами конкурентного потенциала, с чем нельзя безоговорочно согласиться, поскольку в реальности конкурентная стратегия является все-таки **инструментом** формирования и реализации потенциала, а не его самого.

В.-Кодрин Ионеску в работе (Ionescu, 2009) вводит в оборот понятие «внутренний потенциал организации». По мнению автора, эта категория определяется четырьмя стратегическими переменными: ресурсами, организационной культурой, конкурентоспособностью организации и конкурентной позицией (Там же. Р. 53). Понятие «конкурентный потенциал» применяется указанным автором в следующем контексте: «В качестве индикаторов при анализе конкурентного потенциа-

⁵ Например, естественные природные условия, элементы рыночной инфраструктуры и т. п.

⁶ Например, законодательство, сетевые кластерные связи и т. п.

ла фирмы используются: перечень конкурентных преимуществ, возможности изменения в определенный момент времени стратегии развития, возможности текущей корректировки стратегии в соответствии с изменениями в отрасли, сравнение фирмы с ее более успешными конкурентами с точки зрения ключевых факторов – цены, качества товаров и услуг, технологий, гибкости производства, квалификации рабочей силы и др.» (Там же. Р. 57). Таким образом, сущность и содержание самого понятия «конкурентный потенциал» не раскрываются, а термин используется как вспомогательный при определении конкурентоспособности организации как одной из переменных, формирующих внутренний потенциал организации. Данный подход имеет определенные «нестыковки» методологического характера, поскольку конкурентный потенциал не может быть «частью» внутреннего потенциала организации, так как его формирование обусловлено и внешними, в том числе институциональными, факторами.

Некоторыми исследователями предпринимались также попытки оценить конкурентный потенциал компаний на примере отдельных отраслей, в частности машиностроения. Например, в работе (Другова, 2012) предложен подход к оценке конкурентного потенциала с использованием приемов многомерного анализа. При этом конкурентный потенциал опять же точно не определяется, а его структура обосновывается отсылочным способом к другим работам. Используемые численные методы анализа не учитывают возможность возникновения синергического эффекта от взаимодействия различных элементов (ресурсов и механизмов их трансформации) конкурентного потенциала, а для его общей оценки используются аддитивные приемы.

Более убедительной выглядит точка зрения Т. Шарипова, изложенная в работе (2012). По его мнению, конкурентный потенциал предприятия – это «совокупность внешних и внутренних конкурентных преимуществ, обуславливающих формирование конкурентоспособных портфелей продукции предприятия в долгосрочной перспективе» (Там же. С. 86). В данной работе также предпринята попытка рассмотреть

отраслевые особенности машиностроительного комплекса, непосредственно влияющие на формирование его конкурентного потенциала, а также предложена методика оценки конкурентных преимуществ на основе метода профилей.

В работе (Москалев, 2010) конкурентный потенциал организации определен как «формирующиеся у него ресурсы и возможности для рационального и эффективного их использования в процессе удовлетворения потребительского спроса и обеспечивающие стабильное функционирование и стратегическое развитие в условиях обостряющейся конкуренции в рыночной среде» (2010. С. 10). Здесь также прослеживается ресурсно-возможностный подход, однако понятие «возможности» дается в контексте инструментов для эффективного использования ресурсов.

Достаточно интересной представляется точка зрения, предложенная И.Н. Карапейчиком в работе (2013) и ряде других публикаций. Во-первых, автор вполне справедливо отмечает, что определение потенциала во многих исследованиях бывает весьма схоластичным и лишенным научной логики, часто подменяясь схожими понятиями (Там же. С. 251). Во-вторых, давая собственное определение понятию конкурентоспособности как свойству некоторой системы в условиях конкуренции, он отмечает, что ей присущи несколько признаков, среди которых для нас примечательными являются следующие: (1) – признак потенциальности, трактуемый как «признак, характеризующий предельные свойства» его носителя, и (2) – признак абсолютности, понимаемый как «свойственный носителю как таковому, не требующий сопоставлений» (Там же. С. 250). В-третьих, предпринимая попытку сопоставить для целей анализа и более глубокого понимания две категории – конкурентоспособности и потенциала, И.Н. Карапейчик отмечает, что конкурентоспособность является «синтетическим признаком предприятия как системы в целом» (Там же) в отличие от потенциалов, которых у предприятия можно выявить несколько. Основное же различие проходит по временной характеристике этих категорий. Экономический потенци-

ал – это «**мгновенная характеристика** способности предприятия на момент оценки генерировать чистый доход при всевозможных условиях внешней среды» (Там же. С. 251), в то время как конкурентоспособность – «**долговременный признак** ... характеризующий ту же способность предприятия ... но уже в длительной перспективе» (выделено нами. – *В.Ш.*) (Там же).

Соглашаясь с автором данной публикации по отдельным аспектам, нельзя полностью поддержать подобную точку зрения. Устоявшееся понимание конкурентоспособности как оценочной характеристики способности объекта или системы конкурировать в определенный момент времени в определенном месте (на рынке) как раз является более статичным, «одномоментным» по своей сути, чем понимание потенциала. В иных условиях, в иной «системе координат», в иное время эта способность конкурировать может исчезнуть, относительно увеличиться или уменьшиться, хотя сам оцениваемый объект не изменится – измениться может среда или внешние объекты, выбранные для сравнения. То есть процесс развития, движения данной категории внутренне, в общем-то, не присущ в отличие от, например, категории конкуренции, динамические свойства которой и их проявления были описаны в настоящей работе ранее. Что касается конкурентного потенциала, то он по своей природе является динамической категорией, причем, как уже отмечалось, источники этой динамики находятся как внутри, так и вне системы. По этой же причине приводимое автором сравнение экономического потенциала с потенциальной энергией в физике не совсем удачно.

Существенный вклад в развитие теоретических основ формирования конкурентного потенциала организации внесли российские авторы Я.Ю. Салихова (2011), И.А. Аренков и др. (2011). В частности, ими был дан обзор концептуальных подходов к пониманию конкурентного потенциала и показано, что теория конкурентного потенциала претерпела трансформацию от определения его как совокупности ресурсов и возможностей и части общего потенциала организации к пониманию конкурентного потенциала как набора ключевых факторов

успеха. Тем не менее при дальнейшем рассмотрении проблемы авторы делают акцент все-таки преимущественно на ресурсно-возможностном подходе: «...конкурентный потенциал включает в себя совокупность располагаемых природных, материальных, трудовых, финансовых и нематериальных ресурсов и возможности объектов и/или субъектов хозяйствования, позволяющие им получать конкурентные преимущества перед другими участниками рынка» (Аренков и др., 2011. С. 121). Полагая, что с ресурсами, как составной частью потенциала, все более или менее ясно, авторы в рамках указанной статьи рассматривают такой элемент, как возможности, выделяя при этом конкурентные возможности, связанные как с материальными, так и с нематериальными ресурсами (в целом, отождествляя при этом понятия «ресурсы» и «возможности»), а затем на этой основе переходят к категории «конкурентные преимущества». Последние, по их мнению, также бывают двух видов: связанные с материальными и нематериальными ресурсами. Авторы абсолютно справедливо замечают, что нельзя проводить тождество между понятиями «возможности» и «преимущества», ссылаясь при этом в том числе и на известную работу Г.Л. Азоева и А.П. Челенкова (2000). Однако далее из их рассуждений вытекает, что и возможности, и преимущества определяются одними и теми же источниками – ресурсами (материальными и нематериальными).

Довольно важным представляется вывод авторов вышеуказанной работы о наличии причинно-следственных связей между конкурентным потенциалом, конкурентными преимуществами и конкурентоспособностью. Точка зрения авторов состоит в том, что потенциал определяет возможности, в основе которых лежат ресурсы. Эффективное использование ресурсов и их комбинация позволяют формировать конкурентные преимущества, а конкурентоспособность – это следствие достижения преимущества (Аренков и др., 2011. С. 122). Анализируя данный тезис, следует согласиться с авторами в том, что конкурентный потенциал лежит в основе формирования конкурентных преимуществ. Однако, на наш взгляд, отталкиваясь от понимания потенциала как един-

ства ресурсов, инструментов трансформации и формируемых ими возможностей (в противном случае теряется содержательная суть термина), представляется не совсем целесообразным утверждать, что конкурентный потенциал определяет конкурентные возможности фирмы (т. е. общее определяет частное). По нашему мнению, конкурентный потенциал определяет не возможности, а формирует конкурентные преимущества системы (фирмы, кластера, отрасли, государства и т. п.).

Подводя базис под структуру конкурентного потенциала, авторы в качестве компонентов конкурентного потенциала вводят четыре других вида потенциала – ресурсный, маркетинговый, творческий и инновационный. Все они рассматриваются как элементы одного уровня – внутреннего. Помимо них присутствует и еще один компонент внешнего уровня – рыночный потенциал (рис. 1 на с. 122 в работе (Аренков и др., 2011) и рис. 2.1 на с. 24 в работе (Салихова, 2011)). При этом из контекста работ можно сделать вывод, что маркетинговый потенциал проявляет себя в «ориентированности» организации на внешнюю среду, а рыночный потенциал (несмотря на несколько неудачный подбор терминов) – на использование ресурсов, находящихся за пределами организации. Аналогично, на наш взгляд, не совсем удачно использован термин «ресурсный потенциал».

Определенный вклад указанные авторы внесли и в развитие стратегической компоненты конкурентного потенциала, предложив свой алгоритм формирования указанной стратегии. В то же время данное направление обозначено весьма схематично и требует дальнейшего детального обоснования и проработки.

Необходимо заметить, выражение конкурентного потенциала через другие виды потенциалов (т. е., по сути, функционально) иногда встречается и в работах других авторов (см., например, (Ерохин, Галушко, 2006)). На наш взгляд, данный прием не совсем обоснован методологически.

Таким образом, проведя исследование и систематизацию существующих концептуальных подходов к определению сущности конкурентного потенциала, можно заключить, что

отсутствие единого понимания данной категории является сдерживающим фактором развития и практической реализации концепции конкурентного потенциала в рамках стратегического управления. Что касается определения понятия «потенциал» в целом, в рамках социально-экономических систем, то, пожалуй, единственной точкой соприкосновения мнений различных авторов, рассматривавших разные виды потенциалов, является то, что потенциал есть единство ресурсов и возможностей, однако не ясно, как они соотносятся между собой и в какой связи находятся. В ряде работ лишь указывается на то, что возможности определяются ресурсами и их применением.

По нашему мнению, возможности являются производной структурной компонентой конкурентного потенциала и представляют собой максимально достижимый (согласно целевой функции) уровень использования ресурсов при помощи и на основе имеющихся в распоряжении системы инструментов и механизмов их трансформации (рис. 1). Основными же и важнейшими элементами потенциала являются, с одной стороны, ресурсы, а с другой – инструменты и механизмы, позволяющие использовать данные ресурсы для достижения поставленных целей и задач в рамках конкретной экономической системы (фирмы, кластера, региона, государства и т. п.).

Предлагаемый нами подход исходит из того, что трансформация ресурсов в возможности осуществляется посредством воздействия определенных инструментов и механизмов, благодаря которым функция полезности ресурсов для данной конкретной сис-

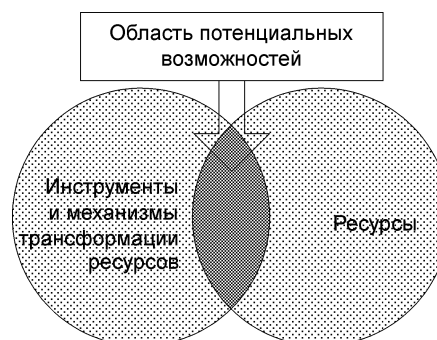


Рис. 1. Состав потенциала на основе ресурсно-возможностной парадигмы.

Источник. Авторская разработка.

темы становится отличной от нуля. Только под воздействием указанных инструментов ресурсы становятся доступными для комбинирования, рекомбинирования, воспроизводства и утилизации, т. е. могут быть использованы системой для достижения определенных целей. Отсутствие подобных инструментов и механизмов либо их несоответствие имеющимся ресурсам, даже при обоюдном наличии (инструменты и ресурсы системы образуют непересекающиеся области), фактически означает, что система не обладает соответствующими возможностями, а ее потенциал в данной сфере равен нулю.

Таким образом, структурное выделение блока инструментов и механизмов использования ресурсов позволяет, с одной стороны, установить внутреннюю логико-смысловую связь между ресурсами и возможностями системы (что оставалось за рамками проводимых ранее исследований), с другой – разрабатывать механизмы формирования и реализации соответствующего потенциала в контексте целей и задач стратегического управления.

Указанные инструменты имеют либо когнитивное происхождение (это, в частности, навыки, умения, способности, в общем случае – прикладные системные знания, о чем уже шла речь выше), либо социальное происхождение. К последним следует отнести коммуникативные взаимодействия, культуру, в том числе управленческую и корпоративную, и др. Будучи объединенными внутренней логикой взаимодействия, а также едиными целями и задачами, инструменты формируют механизмы, направленные на трансформацию ресурсов системы для создания возможностей в той или иной области. Технологии любого вида и типа являются ключевыми механизмами трансформации ресурсов в возможности, поскольку основаны на знаниях о том, как преобразовывать ресурсы. Важным замечанием является то, что фундаментальные знания в отличие от прикладных (явных и неявных) являются не инструментами, а ресурсами, поскольку оказывают лишь опосредованное воздействие на процессы социально-экономических изменений.

Рассматриваемые инструменты и механизмы могут быть, в свою очередь, ути-

литарными, т. е. традиционно используемыми для решения стандартных задач на основе распространенных ресурсов, и уникальными. Уникальность инструментов и механизмов имеет различное происхождение и разную степень выраженности (рис. 2) и возрастает по мере усложнения процесса копирования как самих ресурсов, так и инструментов.

Уникальные ресурсы, а также инструменты и механизмы их трансформации формируют ключевые компетенции фирмы. Появление в системе новых для нее ресурсов неизбежно вызывает необходимость разработки нового инструментария и новых механизмов операционной деятельности с ними.

По нашему мнению, отличительной особенностью любого типа потенциала социально-экономической системы, в том числе конкурентного, является то, что он всегда соотносится с целью (целями) системы. Данный тезис означает, что такое качество, как измеримость, конкурентный потенциал приобретает в процессе сравнения не с неким абстрактным, максимально возможным или максимально достижимым уровнем, как указывается в большинстве предыдущих исследований, а с целевым состоянием объекта. Предлагаемая нами посылка формирует достаточно тесную область контакта теории потенциалов и стратегического менеджмента.

Рассматривая социально-экономические системы на различных уровнях, следует сформулировать общее методологическое правило, которое должно быть использовано при выработке критериев и методов оценки их потенциалов (независимо от типа). Его суть состоит в том, что чем выше объем доступных для системы ресурсов и чем эффектив-



	Инструменты	Ресурсы	Уровень системы
	Новые	Новые	Новый
	Новые	Известные	Прежний
	Новые	Известные	Новый
	Известные	Известные	Новый

Рис. 2. Характеристика уникальности используемых инструментов.

Источник. Авторская разработка.

нее (наиболее точно подобраны) инструменты и механизмы трансформации ресурсов в преимущества системы, тем более высокими возможностями она обладает.

Последнее правило позволяет описать вероятные состояния системы в конкретный момент времени с точки зрения обладания ею потенциалом определенного типа. Потенциал системы будет определяться тем, насколько имеющиеся инструменты соответствуют, с одной стороны, располагаемым ресурсам по объему, а с другой стороны – по составу и структуре.

По уровню соответствия состава и структуры используемого инструментария составу и структуре ресурсов системы могут быть: с высоким уровнем соответствия (эффективными) (рис. 3) и с недостаточным уровнем соответствия (неэффективными) (рис. 4).

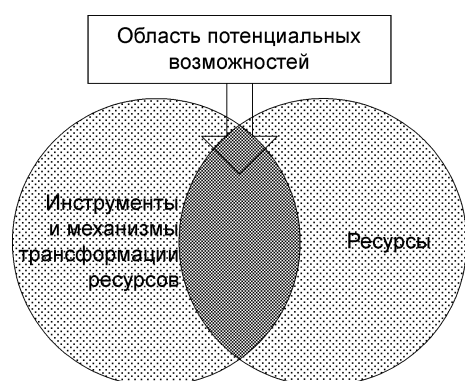


Рис. 3. Система с высоким уровнем соответствия состава и структуры механизмов трансформации составу и структуре ресурсов.

Источник. Авторская разработка.

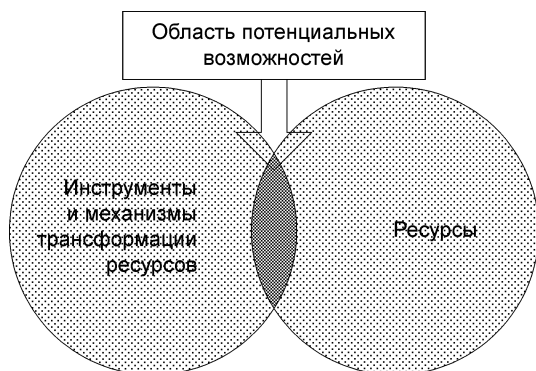


Рис. 4. Система с недостаточным уровнем соответствия состава и структуры механизмов трансформации составу и структуре имеющихся ресурсов.

Источник. Авторская разработка.

При этом соотношение ресурсов и механизмов их трансформации может приводить систему к состоянию ресурсодефицитности (рис. 5) и ресурсоизбыточности (рис. 6) по отношению к доступным для нее инструментам и механизмам трансформации.

Таким образом, область потенциальных возможностей системы будет определяться одновременно исходя как из структурного, так и из объемного соответствия ресурсов и механизмов их трансформации друг другу, т. е. возможны различные частные случаи комбинации указанных компонент, формирующих потенциал организации или системы другого уровня.

В отличие от других видов потенциалов конкурентный потенциал формируется в процессе трансформации как внутри-

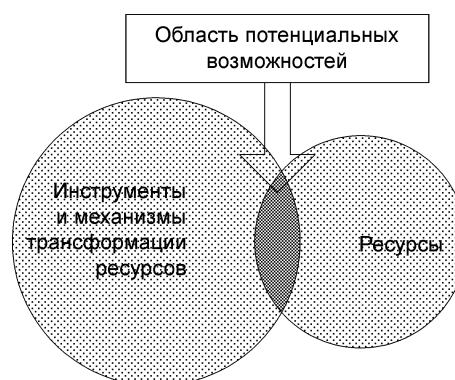


Рис. 5. Ресурсодефицитная система.

Источник. Авторская разработка.

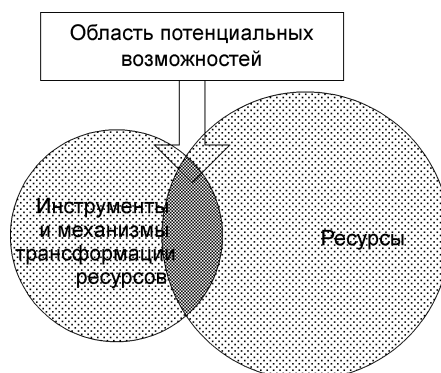


Рис. 6. Ресурсоизбыточная система.

Источник. Авторская разработка.

системных ресурсов, так и ресурсов, находящихся вне данной системы. Аналогично существуют внутренние и внешние инструменты и механизмы их трансформации, причем их воздействие может быть достаточно сложным и взаимообусловленным.

Еще одной отличительной особенностью конкурентного потенциала является наличие эндогенных и экзогенных факторов, обуславливающих принципиальную возможность обладания системой как ресурсами, так и инструментами их трансформации. Данные факторы нельзя отнести непосредственно к ресурсам либо инструментам, однако они формируют общие принципы функционирования социально-экономической системы, ее потенциальные свойства и возможность их реализации (рис. 7).

Для систем различного уровня и степени интеграции внешние и внутренние факторы и их влияние различны. В частности, для систем микроуровня экзогенные факторы формирования конкурентного потенциала включают: природно-географическую среду; институциональную среду; национальные и ментальные особенности потребителей и трудовых ресурсов; юрисдикцию компании и рынка; барьеры отрасли и конъюнктуру рынка и др. К эндогенным факторам можно отнести корпоративную

культуру и ценности; правовую форму капитала и др. Эндогенные факторы во многом являются вторичными по отношению к экзогенным, однако их воздействие более прогнозируемо и может быть подвержено воздействию со стороны субъектов управления системы.

Таким образом, формулируя содержание конкурентного потенциала социально-экономической системы, можно сделать вывод, что он представляет собой область, образуемую объединением внутренних и внешних конкурентных возможностей системы. Последние, в свою очередь, могут быть сформированы в процессе трансформации ресурсов имеющимися в распоряжении системы инструментами и механизмами при ограничениях, налагаемых эндогенными и экзогенными факторами среды.

Что касается реализации указанных внутренних и внешних конкурентных возможностей, то она осуществима лишь в том случае, когда сформированные внутренние возможности системы накладываются на внешние конкурентные возможности (см. рис. 7). Например, в том случае, когда для имеющегося в продуктивном портфеле компании – производителя нового товара одновременно будет сформирована соответствующая потребительская ниша достаточной емкости либо наиболее технологически развитые отрасли государства при создании межгосударственных экономических союзов получают на определенный период техрегламентную (либо другую нетарифную) защиту и т. п.

Если определять конкурентный потенциал с формализованной точки зрения, то это – область допустимых значений функции, аргументами которой являются ресурсы и инструменты (внешние и внутренние) по их трансформации (1), однако в таком виде формализовать зависимость, безусловно, весьма проблематично и требуется разработка более детального инструментария.

$$CP = f(R; I) \quad (1)$$

В связи с этим дальнейшее направление исследований в данной области предполагает разработку критериев оценки конкурентного потенциала, в том числе в за-

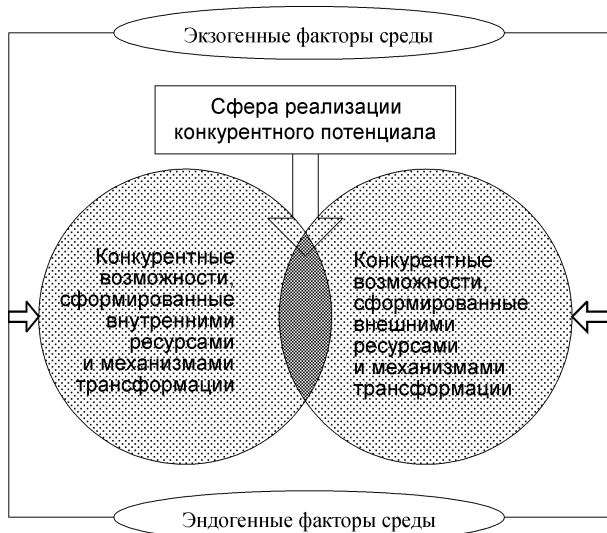


Рис. 7. Модель формирования конкурентного потенциала.

Источник. Авторская разработка.

висимости от уровня рассматриваемой экономической системы, а также конкретных измерителей как ресурсной части, что является более легкой задачей, так и возможностной, что объективно сложнее. Предварительно можно заключить, что данный показатель обладает признаками относительности и динамичности, а его уровень можно оценить для отдельного рынка; группы рынков, обладающих схожими характеристиками; глобального рынка (не для всех систем).

* * *

Проведенный в рамках настоящей работы анализ позволил установить, что содержание понятия «конкурентный потенциал» пока не получило однозначной трактовки и развития как в отечественной, так и в зарубежной литературе, а имеющиеся определения часто достаточно схоластичны и противоречат друг другу. Наиболее распространенной точкой зрения является так называемый ресурсно-возможностный подход к описанию сущности конкурентного потенциала, согласно которому он представляет собой некий уровень использования ресурсов системы, однако и данное направление имеет множество различных точек зрения на содержательную сторону описываемого явления.

Нами предлагается рассматривать конкурентный потенциал через призму ресурсов социально-экономической системы, а также использовать для описания возможностей необходимые для трансформации этих ресурсов инструменты и механизмы, функционирование которых и обеспечивает непосредственно формирование указанных возможностей. Особенностью и отличительной чертой конкурентного потенциала являются его изменчивость, обусловленная конкурентной динамикой, и относительность, понимаемая как уровень реализации целевой функции системы (достижения целевых показателей). Конкурентный потенциал может быть сформирован только в процессе преобразования как внутрисистемных ресурсов, так и ресурсов, находящихся вне данной системы, с использованием, соответственно, внутренних и

внешних инструментов и механизмов их трансформации. Проблемным полем для дальнейших исследований является разработка индикаторов и методик оценки конкурентного потенциала для систем различного уровня.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (REFERENCES)

Азоев Г.Л., Челенков А.П. 2000. *Конкурентные преимущества фирмы*. Москва: Международные отношения.

Azoev G.L., Chelenkov A.P. 2000. *Konkurentnyye preimushchestva firmy*. [Competitive advantage of the firm]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.

Аренков И.А., Салихова Я.Ю., Гаврилова М.А. 2011. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегия. *Проблемы современной экономики*. № 4 (40). С. 120–125. <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3801>

Arenkov I.A., Salikhova Ya.Yu., Gavrilova M.A. 2011. Konkurentnyi potentsial predpriiatiia: model' i strategiiia. [Competitive potential of the company: model and strategy]. *Problemy sovremennoi ekonomiki*. No 4 (40). P. 120–125. <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3801>

Белоусов Р.А. 1971. *Рост экономического потенциала*. Москва: Наука.

Belousov R.A. 1971. *Rost ekonomicheskogo potentsiala*. [Growth of economic potential]. Moscow: Nauka.

Борисов А.Б. 2003. *Большой экономический словарь*. Москва: Книжный мир.

Borisov A.B. 2003. *Bol'shoi ekonomicheskii slovar'*. [Big Dictionary of Economics]. Moscow: Knizhnyi mir.

Другова О.С. 2012. Науково-методичний підхід до порівняльної оцінки конкурентного потенціалу підприємства з використанням багатовимірного аналізу. *Бізнесінформ*. № 12.

Drugova O.S. 2012. Naukovo-metodychnyi pidkhid do porivnialnoi otsinky konkurentnogo potentsialu pidpriemstva z vykorystanniam bagatovymirnogo analizu. [Scientific and methodical approach to comparative assessment of the competitive capacity of enterprises using multivariate analysis]. *Biznesinform*. No 12.

Ерохин Д.В., Галушко Д.В. 2006. Теоретические основы оценки конкурентного потенциала промышленной фирмы. *Вестник Брянского государственного технического университета*. № 4 (12). <http://www.twirpx.com/file/554968/>

- Erokhin D.V., Galushko D.V.** 2006. Teoreticheskie osnovy otsenki konkurentnogo potentsiala promyshlennoi firmy. [Theoretical basis for assessing the competitive potential of the industrial firm]. *Vestnik Brianskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*. No 4 (12). <http://www.twirpx.com/file/554968/>
- Карапейчик И.Н.** 2013. Потенциалы и конкурентоспособность предприятий: признаки сходства и различия как объектов оценки. *Бизнес-информ.* № 3. С. 249–254.
- Karapeichik I.N.** 2013. Potentsialy i konkurentosposobnost' predpriatii: priznaki skhodstva i razlichia kak ob"ektov otsenki. [Potentials and competitiveness of enterprises: signs of similarities and differences as objects of evaluation]. *Biznesinform*. No 3. P. 249–254.
- Маршалл А.** 1984. *Принципы политической экономики*. Москва: Прогресс. Т. 2.
- Marshall A.** 1984. *Printsipy politicheskoi ekonomii*. [Principles of Economics]. Moscow: Progress. Vol. 2.
- Москалев С.М.** 2010. *Развитие конкурентного потенциала аграрных предприятий в процессе формирования регионального продовольственного рынка*. Автореф. дисс. канд. экон. наук 08.00.05. СПб.: ФГОУ ВПО Санкт-Петербургский государственный аграрный университет.
- Moskaliyov S.M.** 2010. *Razvitie konkurentnogo potentsiala agrarnykh predpriatii v protsesse formirovaniia regional'nogo prodovol'stvennogo rynka*. [Development of competitive potential of agricultural enterprises in the process of regional food market formation]. Saint-Petersburg: FGOU VPO Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi agrarnyi universitet.
- Портер М.** 1993. *Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран*. Москва: Международные отношения.
- Porter M.** 1993. *Mezhdunarodnaia konkurentsia: Konkurentnye preimushchestva stran*. [The competitive advantage of nations]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.
- Портер М.** 2005. *Конкуренция*. Москва: Издательский дом «Вильямс».
- Porter M.** 2005. *Konkurentsia*. [Competition]. Moscow: Izdatel'skii dom «Vil'iams».
- Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.** 1999. *Современный экономический словарь*. 2-е изд., испр. Москва: ИНФРА-М.
- Raizberg B.A., Lozovskii L.Sh., Starodubtseva E.B.** 1999. *Sovremennyi ekonomicheskii slovar'*. [Modern Economics Dictionary]. Moscow: INFRA-M.
- Салихова Я.Ю.** 2011. *Конкурентный потенциал предприятия: сущность, структура, методики оценки: учебное пособие*. СПб.: СПбГУЭФ.
- Salikhova Ia.Iu.** 2011. *Konkurentnyi potentsial predpriatii: sushchnost', struktura, metodiki otsenki: uchebnoe posobie*. [Competitive potential of the enterprise: the nature, structure, methods of assessment]. Saint-Petersburg: SPbGUEF.
- Смит А.** 1962. *Исследование о природе и причинах богатства народов*. Москва: Соцэкгиз.
- Smit A.** 1962. *Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov*. [An Inquiry into the nature and causes of the wealth of nations]. Moscow: Sotsekgiz.
- Суска А.А.** 2012. Конкурентный потенциал как категория конкуренции и объект управления. *Молодой ученый*. № 12. С. 277–279. <http://www.moluch.ru/archive/47/5837/>
- Suska A.A.** 2012. Konkurentnyi potentsial kak kategoriia konkurentsii i ob"ekt upravleniia. [Competitive potential as a category of competition and object of management]. *Molodoi uchenyi*. No 12. P. 277–279. <http://www.moluch.ru/archive/47/5837/>
- Фатхутдинов Р.А.** 2000. *Стратегический маркетинг: учебник*. Москва: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез».
- Fatkhutdinov R.A.** 2000. *Strategicheskii marketing: uchebnik*. [Strategic marketing]. Moscow: ZAO «Biznes-shkola «Intel-Sintez».
- Фатхутдинов Р.А.** 2005а. *Управление конкурентоспособностью организации: учебник. 2-е изд., испр. и доп.* Москва: Изд-во «Эксмо».
- Fatkhutdinov R.A.** 2005а. *Upravlenie konkurentosposobnost'iu organizatsii: uchebnik*. [Management of the organization competitiveness]. Moscow: Izd-vo «Eksmo».
- Фатхутдинов Р.А.** 2005б. *Стратегический менеджмент: учебник. 7-е изд., испр. и доп.* Москва: Дело.
- Fatkhutdinov R.A.** 2005б. *Strategicheskii menedzhment: uchebnik*. [Strategic management]. Moscow: Delo.
- Фатхутдинов Р.А.** 2005с. *Стратегическая конкурентоспособность: учебник*. Москва: Экономика.
- Fatkhutdinov R.A.** 2005с. *Strategicheskaiia konkurentosposobnost': uchebnik*. [Strategic competitiveness]. Moscow: Ekonomika.
- Фатхутдинов Р.А.** 2007. Концепция новой теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией. *Современная конкуренция*. № 1. С. 73–86. <http://cyberleninka.ru/article/n/kontsepsiya-novoy-teorii-upravleniya-konkurentosposobnostyu-i-konkurentsiei>

- Fatkhutdinov R.A.** 2007. Kontsepsiia novoi teorii upravleniia konkurentosposobnost'iu i konkurentsiei. [The concept of the new theory of management of competitiveness and competition]. *Sovremennaiia konkurentsia*. No 1. P. 73–86. <http://cyberleninka.ru/article/n/kontsepsiya-novoy-teorii-upravleniya-konkurentosposobnostyu-i-konkurentsiei>
- Фомченкова Л.В., Дли М.И.** 2005. Конкурентный потенциал – основа повышения конкурентоспособности промышленного предприятия. *Российское предпринимательство*. № 1 (61). С. 66–71. http://www.creativeconomy.ru/mag_rp/archive/6858/
- Fomchenkova L.V., Dli M.I.** 2005. Konkurentnyi potentsial – osnova povysheniia konkurentosposobnosti promyshlennogo predpriatiia. [Competitive potential – the basis of industrial competitiveness]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo*. No 1 (61). P. 66–71. http://www.creativeconomy.ru/mag_rp/archive/6858/
- Хайек Ф.** 1989. Конкуренция как процедура открытия. *Мировая экономика и международные отношения*. № 12. С. 5–17.
- Hayek F.** 1989. Konkurentsia kak protsedura otkrytiia. [Competition as a discovery procedure]. *Mirovaia ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniia*. No 12. P. 5–17.
- Хамел Г., Прахалад К.** 2002. *Конкуренция за будущее. Создание рынка завтрашнего дня*. Москва: Олимп-бизнес.
- Khamel G., Prakhalaad K.** 2002. *Konkurentsia za budushchee. Sozдание rynka zavtrashnego dnia*. [Competing for the future]. Moscow: Olimp-biznes.
- Чемберлин Э.** 1996. *Теория монополистической конкуренции*. Москва: Экономика.
- Chamberlin E.** 1996. *Teoriia monopolisticheskoi konkurentsii*. [Theory of monopolistic competition]. Moscow: Ekonomika.
- Чумак Л.Ф., Котляр Г.В.** 2013. Теоретичні підходи до визначення та управління конкурентоспроможністю потенціалу підприємства. *Бізнесінформ*. № 1. С. 215–219.
- Chumak L.F., Kotliar G.V.** 2013. Teoretychni pidkhody do viznachennia ta upravlinnia konkurentospromozhnistiu potentsialu pidpriemstva. [Theoretical approaches to identify and manage the competitive capacity of enterprises]. *Biznesinform*. No 1. P. 215–219
- Шарипов Т.Ф.** 2012. Методика исследования конкурентного потенциала машиностроительного предприятия. *Вестник Оренбургского государственного университета*. № 8 (144). С. 86–93.
- Sharipov T.F.** 2012. Metodika issledovaniia konkurentnogo potentsiala mashinostroitel'nogo predpriatiia. [Technique to study the competitive potential of the engineering enterprise]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*. No 8 (144). P. 86–93.
- Шимов В.Н.** (Ред.) 2009. *Национальная экономика Беларуси: учебник*. В.Н. Шимов (и др.). 3-е изд. Минск: БГЭУ.
- Shimov V.N.** (Red.) 2009. *Natsional'naia ekonomika Belarusi: uchebnik*. [The national economy of Belarus]. V.N. Shimov (i dr.). Minsk: BSEU.
- Шумпетер Й.** 2008. *Теория экономического развития*. Москва: Директмедиа Паблишинг.
- Shumpeter J.** 2008. *Teoriia ekonomicheskogo razvitiia*. [The theory of economic development]. Moscow: Direktmedia Publishing.
- Amit R., Schoemaker P.J.H.** 1993. Strategic Assets and Organizational Rent. *Strategic Management Journal*. No 14 (1). P. 33–46.
- Arthur B.** 1989. Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-In by Historical Events. *The Economic Journal*. Vol. 99. No 394. P. 116–131.
- Baum J., Korn H.** 1996. Competitive dynamics of interfirm rivalry. *Academy of Management Journal*. No 39. P. 255–291.
- Baum J., Korn H.** 1999. Dynamics of dyadic competitive interaction. *Strategic Management Journal*. No 20. P. 251–278.
- Chen M., Miller D.** 2012. Competitive Dynamics: Themes, Trends, and a Prospective Research Platform. *Academy of Management Annals*. No 6 (June). P. 1–89.
- Gosselin D., Leysen J., Verbeke T.** 2007. Protecting a Nation's Economic Potential: Proposal for a Scientific Research Agenda. *EJIS*. Vol. 1.
- De Clercq M.** 2006. *Economie Toegelicht*. Antwerp: Garant Uitgevers.
- Ionescu V.-Codrin.** 2009. The internal potential of the sustainable organization. *Manager*. Vol. 10. Iss. 1. P. 52–59.
- Penrose E.** 1959. *Theory of the Growth of the Firm*. New York: John Wiley & Sons.
- Sanchez R., Heene A.** 2003. *The New Strategic Management: Organization, Competition, and Competence*. New York: John Wiley & Sons.
- Smith K., Ferrier W., Ndofor H.** 2001. *Competitive dynamics research: Critique and future directions*. In M. Hitt, R.E. Freeman & J. Harrison (Eds.). *Handbook of Strategic Management*. London: Blackwell Publishers.
- Smith K., Grimm C., Gannon M.** 1992. *Dynamics of competitive strategy*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Smith K., Grimm C., Gannon M., Chen M.** 1991. Organizational information processing, competitive responses and performance in the U.S. domestic airline industry. *Academy of Management Journal*. No 34. P. 60–85.

COMPETITIVE POTENTIAL OF THE ECONOMIC SYSTEM: GENESIS, FORMATION AND REALIZATION PROBLEMS

Vyacheslav Shutilin¹

Author affiliation: ¹Belarusian State Economic University (Minsk, Belarus).

Corresponding author: Vyacheslav Shutsilin (shutilin.v@tut.by).

ABSTRACT. The paper discusses the issues of developing and transforming the essence and content of the concept “competitive potential”. Suggested is the author’s interpretation, the characteristic feature of which is including the system’s instruments and resources transformation mechanisms in the composition of potential, which enables to fully reveal the latter’s capability component part. It is shown that the competitive potential is formed on the basis of internal and external to the systems resources by means of their transformation with the respective mechanisms and instruments, its realization being feasible exclusively in case the formed internal capacities of the systems are coupled with its external competitive ones. The characteristic feature of the competitive potential is its inconstancy due to competitive dynamics, as well as relativity which is understood as the level (degree) of the system’s target function realization.

KEYWORDS: competition, competitive potential, competitive opportunities.

JEL-code: B41, D40, D47, L19.



Материал поступил 28.07.2014 г.