

УДК 101.1:316.477

DOI: 10.17223/1998863X/54/10

М.А. Халдеева

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ» («КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТЬ»): СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АСПЕКТ

Статья посвящена изучению определения понятия «конкурентоспособность» («конкурентностпособность»), социально-философскому анализу последнего. Большинство существующих дисциплинарных определений конкурентоспособности отражают лишь внешние (социальные) параметры понятия. В связи с этим проявляется неклассическая трактовка понятия, допускающая, что человек проявляет свою успешность не только на основании социальных (извне задаваемых) критериев, но и на основании собственных (изнутри задаваемых) параметров. Социально-философский анализ допускает взаимодополняемость обозначенных трактовок конкурентоспособности (конкурентностпособности).

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентностпособность, определение, этимон, понятие.

Изучение понятия «конкурентоспособность» обусловлено тем, что, несмотря на то, что это оно используется в трансдисциплинарных исследованиях (психологических, педагогических, экономических, политических, социологических, философских), его универсальное определение отсутствует ввиду его достаточной сложности и многогранности. Исследование данной темы обусловлено рядом факторов, определяющих ее актуальность. С одной стороны, понятие «конкурентоспособность» является достаточно устоявшимся и распространенным в социальных практиках. С другой стороны, можно утверждать, что это далеко не так. Использование в названии публикации двух способов написания этого понятия (конкурентоспособность и конкурентностпособность) лишний раз подчеркивает недостаточную степень исследованности данного предмета. Это можно объяснить тем, что второй способ написания является, скорее всего, демонстрацией выражения тех его коннотаций, которые исследованы в научном и философском контекстах в недостаточной степени.

В уже существующих определениях данного понятия в контексте различных наук доминирует традиционный подход, который проявляет себя лишь внешними, количественными или качественными признаками, измерением успеха. Необходимо отметить, что такой традиционный подход несет в себе некий момент радикальности, подразумевающий либо успех (победу, выигрыш, прибыль), либо неуспех. Таким образом, существующие определения не отражают плюралистический характер с учетом двух измерений внешнего (классического) и внутреннего (неклассического). Помимо этого, отсутствие в научном дискурсе конкретных определений данного понятия можно объяснить тем, что «конкурентоспособность» и «конкурентностпособность» не являются самостоятельными категориями, зачастую выполняя функцию атрибута человека, государства, компании и т.д. На данный момент

конкретные значения слова «конкурентоспособность» и «конкурентноспособность» не приведены в толковых словарях. В этой связи представляется необходимым прояснить значения этих двух категорий с использованием этимологического и сравнительного анализов.

Слово как лексическая единица, включающая в себя звуковую форму и некое лексическое значение, являет собой объект этимологического анализа. Целью такого анализа становятся попытка определить происхождение того или иного слова и поиск этимона (изначального значения). Ввиду того, что слово состоит из морфем, в ходе этимологического анализа данная лексическая единица помещается в некую словообразовательную систему. В связи с этим последовательный словообразовательный анализ входит в этимологический анализ. Задачей этимологического анализа является установление определения слова в историческом контексте, в то время как задачей словообразовательного исследования является анализ современной структуры слова.

Этимологический анализ подразумевает следующие задачи: определение характера того или иного слова (исконное или заимствованное), определение образа, который лег в основу какого-либо слова как определения (названия) какого-либо феномена / предмета / явления, установление словообразования того или иного слова в языке (способ, база), определение праформы и исходного значения слова.

Понятие «конкурентоспособность» («конкурентноспособность») получило наиболее полное исследование в рамках различных научных дисциплин (экономика, политические науки, психология). Как правило, понятие «конкурентоспособность» относилось к определенному субъекту (человеку, виду, организации, группе, предприятию, стране) и оценивалось исключительно по параметру успешности результата [1. С. 57]. Тем не менее такая оценка субъекта конкурентоспособности несла в себе предметную узость и не позволяла в полной мере осознать природу успешности полученного результата, сводя его лишь к одной из причин, но целостного осмысления данного феномена не было [2. Р. 221].

На данный момент определение исследуемого понятия отсутствует в толковых словарях. Опираясь на морфологию русского языка, можно предположить, что это понятие является составным словом (конкурентОспособность, конкурентнОспособность). В этой связи справедливо предпринять попытку провести этимологический анализ каждого из компонентов составного слова (конкурентнОспособность / конкурентОспособность). Применение этимологического анализа позволяет выявить первоначальное и истинное значение каждого из них (этимон).

В первую очередь, происхождение данного понятия можно связать с термином «конкуренция» (лат. *concurrentia* (ед. ч.), *concurrentiae* (мн. ч.), от лат. *conspicio* – сбегаюсь, сталкиваюсь). Этимологически схожие понятия также есть в испанском (*concurrència*), датском (*konkurrence*), английском (*conspirence*), французском (*conspirence*), немецком (*konkurrenz*) языках [3. С. 137]. Содержательно все вышеперечисленные понятия означают соперничество, борьбу, противоборство, соревнование, состязание.

Сущность конкуренции также представляет научный интерес в рамках различных наук (психология, экономика, педагогика, менеджмент, политика, биология, социология). Конкуренцию можно определить по-другому: «1. Со-

перничество, борьба индивидов или социальных групп за обладание ограниченными благами. 2. Нормативно регулируемый социальный процесс, в ходе которого индивиды или группы стремятся к одной и той же цели, достижение которой одними исключает других, в отличие от кооперации и сотрудничества. 3. Борьба за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров, характерная для товарного производства, основанного на частной собственности на средства производства. 4. В биологии – взаимоотношения между организмами одного и того же или разных видов, основанные на борьбе за средства существования и условия размножения» [3. С. 137].

Конкуренция как феномен играет огромную роль в жизни общества вне зависимости от того исторического контекста, в рамках которого ее рассматривают. В свое время в античной культуре агональный принцип играл существенную роль в общественной жизни, позволяя использовать дух соревновательности / состязательности на пользу общества; средневековые богословские и академические диспуты также позволяли искать лучшие интеллектуальные решения различных вопросов, в эпоху Возрождения желание деятелей искусства быть лучшими позитивно сказалось на его расцвете (противостояние между Леонардо да Винчи и Микеланджело Буонарроти мотивировало обоих гениев творить). Но когда А. Смит и П. Рикардо стали рассматривать конкуренцию как экономический фактор, это оказалось наиболее удобным и эффективным способом ее использования в жизни общества. Иными словами, конкуренция получила достаточно широкое распространение в различных сферах человеческой жизнедеятельности.

Ключевым аспектом ее применения становится своеобразный дух соревновательности, который заставляет человека (группу, организацию и т.д.) проявлять наиболее лучшие свои способности, чтобы добиться результата. При этом для конкуренции важным критерием ее оценки выступает параметр, связанный с тем, чтобы полученные результаты одного субъекта были лучше, чем результаты его конкурента (оппонента). Человек (группа, организация), добившийся лучших результатов, становится «победителем». Предполагается, что от такого «духа соревновательности» выигрывает все общество, поскольку это позволяет иметь меньшую стоимость при одинаковом качестве продукта, выбрать более подготовленного и честного политика, определить более способного претендента для работы и т.д. Сегодня это касается не только экономики, политики, психологии, но и других сфер.

Как уже отмечалось ранее, конкуренция является междисциплинарным понятием, которое применяется в различных науках. В каждой науке (экономика, психология, политические науки, социология и т.д.) есть некоторые нюансы его применения, но существует и нечто общее – то, что присутствует в этом понятии вне зависимости от сферы применения. И это общее связано с необходимостью быть лучше, быть сильнее, быть эффективнее, чем тот, кто является конкурентом.

Второй составной компонент – это «способность». Слово «способность» этимологически связано с существительным «способ», которое, в свою очередь, родственно с формой с чешского *způsob*, словацкого *spôsob*, украинского *спосіб* (способу) языков. Также оно имеет связь со словом «пособие», образованным от древнерусского, старославянского «пособъ» (лат. *alius alium sequentes*), пособия (греч. *συνμαχία*), украинского, белорусского пособа «по-

мощь, поддержка». Содержательно понятие «способность» можно определить следующим образом: «Способность – это любое умение, возможность, сила или талант человека действовать или страдать. Способность может быть врожденной или приобретенной, скрытой или активной. Тема способности затрагивается главным образом в двух разделах философии. В антропологии – при анализе меняющейся со временем природы или сущности человека, и в этике – когда рассуждение о том, в чем состоит долг человека, связывается с вопросом о его способности реализовать предписанное действие. Поэтому способности нередко определяются как потенциальные свойства личности, актуализирующиеся при определенных обстоятельствах» [4. С. 311].

На основании вышеизложенного можно отметить, что именно через понятие «конкурентоспособность» как свойства и выражается то преимущество, которое проявляется в процессе конкуренции. Иными словами, в процессе конкуренции определяется конкурентоспособность кого-либо или чего-либо [5. С. 208]. И это такой социальный процесс, от которого все общество в итоге выигрывает.

Тем не менее подобная радикальная классическая интерпретация конкуренции и конкурентоспособности имеет и побочный эффект. Это касается тех, кто проигрывает, кто показывает наименьший результат. Эти неконкурентоспособные люди (группы, организации) выпадают из процесса жизнедеятельности общества, оказываются «вне игры». Отчасти общество выигрывает в целом за счет проигравшей стороны. Конечно, поражение может послужить поводом для внутренней перестройки и мобилизации ресурсов, но все зависит от «цены» проигрыша. Если экономически – это разорение, политически – утрата статуса, психологически – комплекс неполноценности и т.д., то далеко не всегда могут найтись силы для преодоления таких ситуаций. Кроме того, во многом победа или поражение в процессе классического понимания конкуренции и конкурентоспособности определяется социальными стандартами и ожиданиями. Ваш продукт зависит от оценки большинства, от вашей способности уловить доминирующие настроения общества, что не может в полной мере для человека быть определяющим. В этом плане социально-философский аспект конкурентоспособности представляется очень актуальным в силу того, что человек, его экзистенция предстают в свете данного ракурса иначе.

Ценность того или иного человеческого решения или поступка самодостаточна и самооценна, она не определяется волей большинства. Скорее наоборот, человеческая уникальность и единичность противостоят различным социальным нормативам. Поэтому с этой позиции классическая трактовка конкуренции и конкурентоспособности является в некотором смысле неприемлемой, поскольку пытается свести человеческую уникальность и неповторимость к социальным нормативам.

Более того, распространенность такой интерпретации конкуренции и конкурентоспособности можно подтвердить на примере применения этих понятий в русском языке, где очень явно прослеживается результат доминирования классической трактовки этого понятия. Так, в толковом словаре Ожегова слово «конкурент» определяется как «человек, который конкурирует с кем-нибудь» [6. С. 371]. Соответственно трактуется и слово «конкурентоспособный»: «способный выдержать конкуренцию, противостоять конку-

рентам» [6. С. 371]. В этом случае понятие «конкурентоспособный» является производным от слова «конкурент» и в своих коннотациях строится вокруг последнего, означая «способность конкурентов», «способность им противостоять» и т.д. Как видим, существующие определения хорошо сочетаются с классической трактовкой рассматриваемого понятия. В этой связи конкурентоспособность можно определить, как возможность объекта отвечать каким-либо требованиям, установленным второй стороной по отношению к аналогичным объектам; возможность превосходить конкурентов в определенных заданных условиях. Оценка уровня конкурентоспособности данного объекта производится путем сравнения этого объекта с другими объектами, которые на данный момент времени уже приобрели высокую оценку и высококонкурентоспособны. Конкурентоспособность подразумевает наличие конкурентного преимущества, иными словами, конкурентоспособность можно охарактеризовать как способность выдерживать конкуренцию в контексте определенной сферы, т.е. степень способности конкурента конкурировать (быть конкурентным).

Можно предположить, что данный термин не предполагает права выбора и являет собой манифестацию традиционного подхода к определению, подразумевающего оценку исследуемого понятия лишь по внешним параметрам, т.е., оказавшись в определенной сфере и на определенном уровне, объекту ничего не остается, как конкурировать с аналогичными себе объектами. Необходимо отметить, что в рамках классической трактовки главными составляющими конкурентоспособности являются: «технический уровень; уровень маркетинга и рекламно-информационного обеспечения; соответствие требованиям потребителя, техническим условиям и стандартам; организация сервиса, авторского надзора, гарантийного обеспечения, обучение персонала приобретающей стороны; срок поставки (разработки, создания, продажи), сроки гарантий; цена, условия платежей; актуальность (своевременность) появления данного объекта на конкретном рынке. Оценка конкурентоспособности производится на основе сопоставления данного объекта с другими объектами, которые получили признание, высокую оценку и обладают в данный период времени высокой конкурентной способностью» [5. С. 174].

В свою очередь, неклассическая трактовка данного понятия носит не столь радикальный характер. Новый подход к определению включает в себя такой противоречивый элемент, как сотрудничество, ведь в рамках классической трактовки конкуренция его исключает. На взгляд автора, для неклассической трактовки лучше подходит слово «конкурентноспособность», ввиду того что оно является производным от слова «конкурентность». И оно, в первую очередь, акцентирует не столько фактор «конкурента», сколько качества любого проявить устойчивость и стремление к достижению результата в процессе соревнования, противостояния, т.е. готовность и способность человека (группы, организации) попробовать себя в каком-либо состязательном действии (необязательно строящемся на социальных нормативах). Главное, чтобы выбор критериев конкуренции (соревнования, состязания) определялся им самим.

Например, в математике конкурентность – это способность человека решать задачи за определенное время [7]. В рамках данной трактовки элемент сотрудничества проявляет себя в попытке снизить социальное напряжение в

обществе, предлагая человеку (группе или организации) больше возможностей для своей реализации. Можно предположить, что в разрезе неклассической интерпретации конкурентноспособность играет роль инструмента профилактики социального неравенства.

Исследуемые нами понятия также не представлены в словаре паронимов русского языка [8. С. 352], главной целью которого является представление в сконцентрированном и упорядоченном виде двучленных групп однокорневых созвучных слов, т.е. паронимов (типа адресант / адресат, автобиографичный / автобиографический), которые могут непреднамеренно попадать под смешение и нарушать правильность речи. Как уже было показано ранее, ныне существующие толковые словари не дают их универсальных определений. Данные понятия разводятся лишь в разрезе определенных наук. Так, Большой бухгалтерский словарь определяет термин «конкурентноспособность» как «свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений. Оценка этого свойства позволяет выделять высокую, среднюю, низкую конкурентноспособность» [9. С. 174].

Вышесказанное позволяет обосновать актуальность неклассической трактовки рассматриваемых понятий. Тем более что таких понятий, как «конкурентность» и «конкурентноспособность» еще нет в орфографических словарях, при этом данные понятия появились уже в ряде специальных словарей. Описываемая ситуация демонстрирует, что новая трактовка конкуренции находится в стадии становления и требует еще достаточного внимания для своего более полного исследования.

Опираясь на вышеизложенную информацию и на результаты этимологического анализа, предложим собственное определение этого понятия. *Конкурентноспособность* – это возможность объекта быть вовлеченным в соперничество, борьбу или соревнование за какие-либо блага, т.е. возможность быть конкурентоспособным. Уровень конкурентноспособности (низкий, средний, высокий) зависит от оценки базовых свойств, характеристик, черт и потенциала человека. При этом низкий уровень конкурентноспособности объекта в одной сфере не исключает средний (или высокий) уровень его конкурентноспособности в другой сфере. Здесь можно предположить, что неклассический подход к определению данного понятия подразумевает право выбора.

Итак, нами была предпринята попытка дать определение таким схожим по происхождению и звучанию понятиям, как «конкурентоспособность» и «конкурентноспособность». В ходе этимологического анализа было выявлено, что оба слова в русском языке являются составными (т.е. имеющими два корня). В результате исследования было предположено, что разница между ними может быть обусловлена классическим или неклассическим подходом к интерпретации понятий. Было отмечено, что конкурентоспособность не подразумевает выбор (конкурировать или нет), являя собой классический (традиционный, внешний) подход к определению данного понятия. В то время как конкурентноспособность оставляет право выбора и дает возможность определять параметры своей успешности самостоятельно, являя собой неклассический подход к определению понятия, который основан на

внутреннем (нетрадиционном) измерении данного понятия. Социально-философский подход позволяет нам рассматривать два способа трактовки понятий как взаимодополняющие друг друга.

Литература

1. Неживенко Е.А. Конкурентоспособность региона: методологические проблемы исследования // Социум и власть. 2012. № 3 (35). С. 57–61.
2. Reinert E.S. Competitiveness and its predecessors - a 500-year cross-national perspective, Step group, Oslo, May 1994. P. 221–230.
3. Осипов Г.В. Социологический энциклопедический словарь на русском, английском, немецком, французском и чешском языках. М., 2000. С. 137.
4. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка, Russisches etymologisches Wörterbuch / пер. с нем. и доп. О.Н. Трубачёва. 2-е изд. М. : Прогресс, 1986–1987. Т. 2. С. 311.
5. Рохмистров С.Н.. Социологическая концепция конкуренции. М. : Моск. гос. акад. при-боростроения и информатики, 2000. С. 208.
6. Ожегов С.И. Словарь русского языка / под общ. ред. проф. Л.И. Скворцова. 24-е изд., испр. М. : Оникс, 2008. С. 371.
7. Туренко Е. Конкурентность и параллелизм, 2018. URL: <https://tproger.ru/explain/concurrency-vs-parallelism/> (дата обращения: 21.01.2020).
8. Вишнякова О.В. Словарь паронимов русского языка. М. : Рус. яз., 1984. С. 352.
9. Большой бухгалтерский словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. М. : Ин-т нов. экономики, 1999. С. 574.

Marina A. Khaldeeva, Tomsk Polytechnic University (Tomsk, Russian Federation).

E-mail: khaldeeva.marina2015@yandex.ru

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science. 2020. 54. pp. 97–104.

DOI: 10.17223/1998863X/54/10

REVISITING THE CONCEPT OF COMPETITIVENESS (COMPETITIVE ABILITY): A SOCIO-PHILOSOPHICAL ASPECT

Keywords: competitiveness; competitive ability; definition; etymon; concept.

The study of the concept “competitiveness” is relevant for it has no universal definition despite the fact that it is widely used in transdisciplinary research. On the one hand, the concept “competitiveness” is fixed and common in social practices. On the other hand, the use of two ways of writing this concept (competitiveness and competitive ability) indicates the insufficient degree of research. The classical approach dominates in the existing definitions; it implies only external, quantitative or qualitative indicators of measuring success. This classical approach is radical. Thus, the existing definitions do not reflect the pluralistic nature of the concept, do not consider its two dimensions: external (classical) and internal (non-classical) components. The absence of specific definitions can be explained by the fact that the concept “competitiveness” (“competitive ability”) is not an independent category; it often performs the function of an attribute of a person (state, company) and is evaluated solely by the parameter of the success of the result. This assessment of the subject of competitiveness is narrow and does not allow a complete understanding of the nature of the success of the obtained result; therefore, there is no holistic understanding of this phenomenon. The radical classical interpretation of the concept produces a side effect. That is, those who are left behind in the competition fall out of the process of social life and become outsiders. In many ways, victory or defeat in the classical understanding of competitiveness is determined by social standards and expectations. In this regard, the socio-philosophical aspect of competitiveness seems to be very relevant due to the fact that a person and his/her existence appear differently in the context of this perspective. The value of a human decision or deed is self-sufficient and precious, it is not determined by the will of the majority. On the contrary, human uniqueness and individuality are opposed to various social norms. Therefore, from this position, the classical interpretation of competition and competitiveness is unacceptable because it reduces human uniqueness and identity to social norms.

References

1. Nezhivenko, E.A. (2012) The competitiveness of the region: methodological problems of research. *Sotsium i vlast' – Society and Power*. 3(35). pp. 57–61. (In Russian).

2. Reinert, E.S. (1994) Competitiveness and its predecessors – a 500-year cross-national perspective. *Structural Change and Economic Dynamics*. 6(1). pp. 221–230. DOI: 10.1016/0954-349X(94)00002-Q
3. Osipov, G.V. (2000) *Sotsiologicheskiy entsiklopedicheskiy slovar' na russkom, angliyskom, nemetskom, frantsuzskom i cheshskom yazykakh* [Sociological Encyclopedic Dictionary in Russian, English, German, French and Czech]. Moscow: Infra-M; Norma.
4. Fasmer, M. (1986–1987) *Etimologicheskiy slovar' russkogo yazyka* [Etymological Dictionary of the Russian Language]. Translated from German by O.N. Trubachev. 2nd ed. Vol. 2. Moscow: Progress.
5. Rokhmistrov, S.N. (2000) *Sotsiologicheskaya kontseptsiya konkurentsii* [Sociological Concept of Competition]. Moscow: Moscow State Academy of Instrument Engineering and Computer Science.
6. Ozhegov, S.I. (2008) *Slovar' russkogo yazyka* [Dictionary of the Russian Language]. 24th ed. Moscow: Oniks.
7. Turenko, E. (2018) *Konkurentnost' i parallelism* [Competitiveness and Concurrency]. [Online] Available from: <https://tproger.ru/explain/concurrency-vs-parallelism/> (Accessed: 21st January 2020).
8. Vishnyakova, O.V. (1984) *Slovar' paronimov russkogo yazyka* [Dictionary of Russian paronyms]. Moscow: Russkiy yazyk.
9. Azriliyan, A.N. (ed.) (1999) *Bol'shoy Bukhgalterskiy Slovar'* [The Great Accounting Dictionary]. Moscow: Institut novoy ekonomiki.