

**ФЕНОМЕН «СООРЕТИШН» КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В последнее десятилетие в западной экономической литературе большой интерес приобрел феномен коопетишн (*coopetition*). «Коопетишн» – языковая контаминация двух английских слов кооперация (*cooperation*) и конкуренция (*competition*). Дословно термин означает сотрудничество в той или иной степени между двумя конкурирующими экономическими агентами от индивидуумов и структурных подразделений фирмы до крупных корпораций. Возрастающее количество случаев успешной реализации взаимоотношений, включающих элементы конкурирования и сотрудничества, в современном экономическом мире свидетельствует о необходимости изучения возможностей данного феномена в рамках национальной экономической системы для поиска дополнительных направлений повышения конкурентоспособности отечественных производителей.

В общем случае реализация отношений типа «коопетишн» основывается на стремлении экономических агентов достичь полезного синергетического эффекта для обеих сторон. На межфирменном уровне данное взаимодействие может организовываться в виде стратегических и тактических альянсов, совместных предприятиях и инновационных структур венчурного типа, а также в виде неформальных (зачастую даже секретных) соглашениях. При этом можно выделить четыре основных цели, преследуемых коопетиторами: 1) увеличение размеров существующих рынков; 2) создание новых рынков; 3) повышение эффективности (отдачи) от использования общих ресурсов; 4) укрепление общих позиций на рынке перед внешними конкурентами. Успешная реализация данных целей приводит к проявлению эффектов коопетишн, таких как: 1) эффект результативности (сокращение издержек производства и обращения, экономия масштаба); 2) эффект инновационности (более дешевое и быстрое создание инноваций в отрасли); 3) эффект лоббирования (преимущества за счет слаженного отстаивания собственных интересов перед государством и конкурентами); 4) эффект доверия (повышение уровня доверия между контрагентами).

Таким образом, феномен «коопетишн» может использоваться отечественными субъектами хозяйствования как возможное дополнительное направление совершенствования своей деятельности и повышения конкурентоспособности, особенно на внешних рынках.