

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНІВ КОНКУРЕНЦІ ТА КОНКУРЕНТНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

У статті здійснено огляд основних підходів до визначення поняття конкуренції, розглянуто феномен конкурентного співробітництва. Проаналізовано специфіку конкурентного співробітництва, виділено рівні аналізу та визначено місце конкурентного співробітництва серед інших видів взаємодії.

Ключові слова: конкуренція, конкурентне співробітництво, конкурентне партнерство.

Проблема. Володимир Бехтерев у праці «Коллективна рефлексология» писав: «Жодне суспільство не може уникнути ні конкуренції, ні суперництва і боротьби, але в цьому полягає запорука його майбутніх успіхів і вдосконалень» [2, с. 107]. Існування конкуренції – об'єктивний закон, що діє в системі ринкових відносин. Наразі в Україні відбувається процес становлення ринкових відносин, отож актуальним є питання психологічного аналізу конкуренції як універсального принципу розвитку.

Конкуренція, як принцип організації соціальних відносин, уже вийшла за межі ринку; суб'єктами конкурентних стосунків можуть стати члени будь-якої малої групи. Конкуренція як вид взаємодії створює нові можливості актуалізації творчого потенціалу людини, а також відкриває нові шляхи соціальної мобільності та досягнення особистістю соціального успіху.

Метою статті є розкриття еволюції поглядів на конкуренцію та становлення підходів до розуміння феномена конкурентного співробітництва.

У результаті теоретичного аналізу праць, присвячених даному питанню, можна виділити декілька підходів до розкриття сутності конкуренції. Послідовність підходів розкрито відповідно до логіки виникнення та активного використання цього поняття.

Економічний підхід (А. Маршал, М. Портер, М. Енрайт, Р. Фатхутдинов). Термін «конкуренція» (від лат. *conspicere* – збігатися, зіштовхуватись) уперше використав А. Сміт для позначення внутрішньої властивості людини, що відповідає її природі та проявляється в поведінці людей, які прагнуть до суперництва. Протягом минулих століть економісти розробили чимало теорій конкуренції. На сьогодні конкуренція визначається як «процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами для досягнення перемоги чи інших цілей у боротьбі з конкурентами задля задоволення суб'єктивних чи об'єктивних потреб у рамках законодавства чи в природних умовах» [3]. Тільки в останні два десятиліття в економічній думці почалися фундаментальні зрушення, пов'язані зі створенням теорії кластерів (М. Портер) та розвитком концепції нової конкуренції (М. Бест), заснованої на переосмисленні класичної дилеми співробітництво-конкуренція.

Біологічний підхід (Ч. Дарвін, В. Вольтерра, Л. Раменский). Конкуренція є одним із центральних постулатів еволюційної теорії Чарльза Дарвіна. Біологічна конкуренція розглядається як основний механізм боротьби за виживання в природі. Основою конкуренції є ситуація, коли члени популяції мають схожі потреби, які перевищують можливості ресурсу. Тоді конкуренти вступають у боротьбу за обмежений ресурс. Оскільки через

генетичний поліморфізм конкуренти нерівноцінні, то кінцевим результатом стає виживання сильного і фізичне знищення слабкого чи непристосованого. На основі цього з'явилися різні варіанти соціал-дарвіністських учень, які зводили закономірності розвитку суспільства до закономірностей біологічної еволюції, принципів природного добору та боротьби за виживання як визначальних чинників суспільного життя.

Філософський підхід (Ф. Ніцше, Ж.-Ж. Русо, Ф. Хайек). Накопичення соціального досвіду, поступова трансформація системи людських цінностей привели до того, що поняття конкуренції вийшло за рамки економічної теорії. Філософи почали використовувати це поняття як пояснювальний принцип соціального буття людини. Відомий австрійський філософ і соціолог, лауреат Нобелівської премії в галузі економіки Фрідріх А. фон Хайек, так описує конкуренцію: «Конкуренція – це процес, за допомогою якого люди отримують та передають знання... Цінність конкуренції полягає в тому, що будучи процедурою відкриття, вона непередбачувана» [8, с. 50]. Конкуренція часто розглядається в єдності з вищою цінністю людства – свободою. Конкуренція постає як свобода вибору, свобода у досягненні кращих результатів, свобода особистісного зростання.

Психологічний підхід. У психології феномен конкуренції є міждисциплінарною і багатоаспектною проблемою. Конкуренція як предмет аналізу постає поряд з іншими видами взаємодії (суперництво, партнерство, співробітництво). О. М. Поддяков розглядає конкуренцію як «протидію систем». У психологічних дослідженнях останніх років робиться акцент на конкурентоздатності особистості (О. С. Александрова, Л. О. Ємельянова). У роботах українських психологів висвітлюється питання конкурентоздатності організацій (Л. М. Карамушка,

С. Д. Максименко, О. А. Філь). Соціальні психологи під конкуренцією розуміють «одну з форм організації міжособової взаємодії, що характеризується досягненням індивідуальних чи групових цілей, інтересів в умовах протиборотства з іншими індивідами та групами, що домагаються тих же цілей» [3].

В американській соціальній психології конкуренцію розглядають як специфічну соціальну ситуацію, що впливає на характер міжособистісних стосунків. Так, М. Лернер і В. Шерер експериментально досліджували вплив умов конкурентної та кооперативної взаємодії на ступінь міжособистісної привабливості.

У сучасних зарубіжних публікаціях з економіки наголошується, що в реальній практиці бізнесу ситуації конкуренції і співробітництва виникають одночасно. У зв'язку з розвитком цих ідей виник неологізм «соопетіція» (від англ. cooperation+competition), що можна перекласти як конкурентне співробітництво. У психології підприємництва вже сформувався принцип «разом ми виграсмо більше» [4]. Феномен конкурентного співробітництва змінює традиційні погляди на конкуренцію як антагоністичну боротьбу за найкращі умови існування. Концепція конкурентного співробітництва є відносно новою і її ще належить дослідити в повному обсязі. Будь-яке конкурентне співробітництво – це комплексна категорія, побудована на двох протилежних видах взаємодії. У ситуації конкурентного співробітництва вигреш усіх суб'єктів стосунків стає важливішим за максимізацію виграшу одного суб'єкта. Конкурентне співробітництво стає тим унікальним ресурсом, який є перевагою як у порівнянні з конкуренцією, так і в порівнянні із співробітництвом. Перевага полягає в тому, що при цьому комбінуються

спонукання до розвитку (зона конкуренції) та доступ до ресурсів (зона співробітництва).

На основі аналізу сучасних досліджень можна виділити кілька рівнів прояву конкурентного співробітництва.

Рівень міжособистісної взаємодії. Чинниками, що визначатимуть характер конкурентної взаємодії на цьому рівні, будуть виступати культурні і моральні якості та риси особистості, її індивідуальні цілі. У ситуації співробітництва індивіди намагаються змусити інших бути ефективними, довіряти одне одному та покладатися на учасників взаємодії, що пов'язано зі спільними цілями та перспективами. У конкуренції індивіди активно протидіють одне одному, відсутність довіри обмежує обмін інформацією і ресурсами. Конкурентне співробітництво при цьому розглядається як континуум між активною конкуренцією і активним співробітництвом. Конкурентне співробітництво на цьому рівні може приводити до таких ефектів взаємодії, як творчість, лояльність, продуктивність і стрес.

Організаційний рівень взаємодії. Чинниками, що визначатимуть характер конкурентного співробітництва на цьому рівні, будуть такі: організаційні цінності, цілі та задачі структурних підрозділів організації, а також процедури командування. У ситуації співробітництва в організації досягнення спільних цілей допомагає командам і структурним підрозділам бути успішними. Організаційна система будується на взаємозалежності та спільних ресурсах. Конкуренція підсилює процеси диференціації з метою утримання інформації та ідей у структурних підрозділах, що мають власні цілі та блокують досягнення цілей іншими. Організації повинні віднайти динамічний баланс між прагненням до конкуренції та потребою співробітництва, щоб забезпечити власну ефективність.

Ефекти конкурентного співробітництва на цьому рівні – це спільні знання та ресурси, організаційна координація і прибутки/втрати.

Міжорганізаційний рівень взаємодії. Чинниками, що визначатимуть характер конкурентного співробітництва на цьому рівні, будуть виступати обмін ресурсами, зниження конкурентних переваг, зміни в політиці організації (фінансовій, рекламній тощо). За умови орієнтації на співробітництво партнери уважні до інтересів одне одного та спільно працюють над вирішенням проблем. Конкуренція на цьому рівні може бути жорсткою, більше того – іноді вона пов'язана з порушенням певних соціально-етичних норм. Досягнення конкурентного співробітництва привнесе баланс, проте цей вид взаємодії між організаціями не може існувати стабільно протягом тривалого часу.

Існує багато прикладів конкурентного співробітництва в економічній практиці. Компанії – конкуренти в одній сфері, можуть обирати ефективну стратегію конкурентного співробітництва за умови взаємної згоди. У спеціальній літературі описано реальні ситуації, коли компанії обмінюються ресурсами за взаєморозрахунком і залишаються у вигаді.

Можна констатувати, що на сьогоднішній день більшість досліджень конкурентного співробітництва проведені на рівні міжорганізаційних відносин, що скоріше є предметом вивчення для економістів. Соціальні психологи мають відповісти на питання, чи можливе співробітництво в конкурентному середовищі малої групи.

У зарубіжній соціальній психології, є декілька основних теорій, що описують індивідуальну поведінку учасників взаємодії в ситуаціях конкуренції та співробітництва. Це теорія ігор (Р. Аксельрод) та закон соціальних відносин М. Дойча.

Переважна більшість авторів фокусують увагу на самому процесі взаємодії, а не на чинниках, що зумовлюють процеси співробітництва, та наслідках, до яких вони призводять. Баланс між кооперативною і конкурентною складовою стосунків дуже нестійкий, і кооперативна складова може бути легко зруйнована, якщо цінності учасників свідомо суперечать існуючим нормам співпраці. Процеси конкурентного співробітництва описуються як «парадоксальні, суперечливі та незбагненні» [9, с. 26].

У дослідженнях М. Лока, Д. Галаніка і Г. Шнайдера (M. Lock, D. Gulunic, H. Schneider) встановлено, що баланс між «турботою про себе» (що є конкуренцією) і «турботою про нас» (що є співробітництвом) можливий. Вони пояснюють це тим, що позитивні і негативні емоційні алгоритми виникають симультанно і впливають на поведінку індивіда в групі.

Б. Налєбов та А. Брандєрдергер (B. Nalebuff, A. Brandenburger) у своїх дослідженнях використовували теорію ігор, щоб змодельовати ситуацію конкурентного співробітництва та віднайти баланс між задоволенням індивідуальних і колективних інтересів. Таким чином, у термінах теорії ігор конкурентне співробітництво вже не є грою з нульовою сумою, коли виграш одного суб'єкта взаємодії можливий за рахунок програшу іншого.

Використання менеджерами кооперативної та конкурентної стратегій поведінки, за Ладом (Lado), одночасно стимулює здобуття знань та збільшує впевненість у собі. Конкурентне співробітництво сприяє створенню мережі з партнерами з метою використання знань для взаємної вигоди.

Згідно з теорією трансакційних витрат (Вільямсон) конкуренція корисна для ринку, тоді як співпраця сприймається як порушення рівноваги ринку. Конкуренція

є єдиний шлях досягнення продуктивності та ринкової рівноваги. Продуктивність є ключовим чинником і для вимірювання ефектів конкурентного співробітництва. У дослідженнях Ладом встановлено, що існує позитивний зв'язок між конкурентним співробітництвом і продуктивністю. Учасники конкурентного співробітництва збільшують власну продуктивність за рахунок обміну знаннями та розвитку ключових компетенцій, що, зрештою, і виступає для них основною мотивацією.

Протягом останнього десятиліття почали з'являтися дослідження, присвячені психологічним аспектам конкурентного співробітництва. Так, у роботі М. Гераудела (M. Geraudel) представлено результати емпіричного дослідження впливу особистісних рис менеджерів на вибір поведінкової стратегії конкурентного співробітництва [9]. Підтверджено гіпотези про існування позитивного зв'язку (кореляції) між особистісною рисою «відкритість досвіду» і вибором поведінкової стратегії конкурентного співробітництва та негативної кореляції між рисою «нейротизм» і вибором даної стратегії. Значимих кореляцій з іншими рисами особистості (схильність до згоди, сумлінність, екстраверсія) не виявлено. Іншими словами, стратегію конкурентного співробітництва будуть обирати особи, що характеризуються оригінальністю, активною пошуковою позицією, схильні до ризику, цінують інновації і терпимі до іншого, відмінного від себе.

Позитивний досвід досліджень із психології підприємництва, що співвідноситься з проблемами конкурентного співробітництва, накопичено російськими психологами. В. Позняков зазначає, що «партнери, перебуваючи в умовах взаємозалежності, у процесі вирішення ділових проблем, усвідомлюють свою автономність та відносну незалежність інтересів і цілей»

[5]. Отож стає можливим такий вид ділової взаємодії, як «конкурентне партнерство» (за Позняковим) – співробітництво конкуруючих між собою суб'єктів економічної діяльності. О. Титова у своїй праці обґрунтовує місце конкурентного партнерства в типології видів ділової взаємодії [6]. Дослідниця пропонує розглядати види ділової взаємодії щодо двох векторів: 1) суб'єктивна/об'єктивна орієнтація діяльності, 2) диференціація/інтеграція (схематичне зображення видів взаємодії показано на рис.).

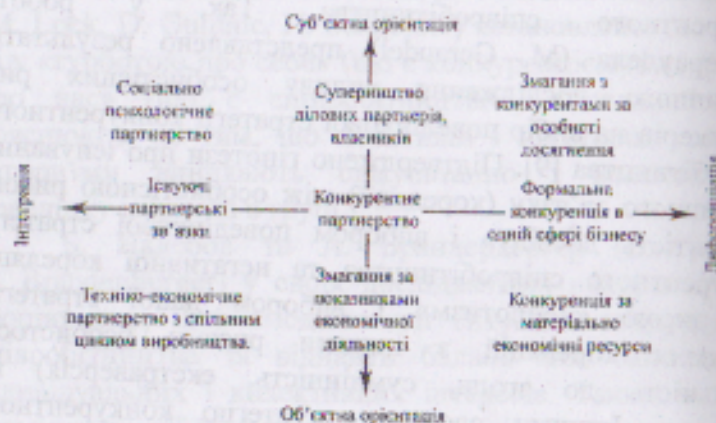


Рис. Види ділової взаємодії (за О. Титовою)

Як видно з наведеної схеми, конкурентне співробітництво/партнерство займає проміжне положення на континуумі між сталими партнерськими зв'язками і конкуренцією. Характеристика суб'єктивної/об'єктивної орієнтації відображає, наскільки для учасників взаємодії важливі соціально-психологічні чинники: контакти з партнерами, особистісні риси партнерів та конкурентів – чи більш значущою є об'єктивна сторона – зв'язок з іншими в єдиному циклі виробництва, пріоритет матеріально-технічної бази для ефективності бізнесу. Відповідно

диференціація/інтеграція характеризує співвідношення конкурентних і кооперативних тенденцій у поведінці учасників взаємодії.

Висновки. Усе більше дослідників схилиються до думки, що феномени конкуренції і співробітництва діалектично взаємопов'язані, унаслідок чого розвивається нова концепція конкурентного співробітництва (coopetition). Конкурентне співробітництво може проявлятися на декількох рівнях взаємодії – міжособистісному, внутрішньоорганізаційному та міжорганізаційному.

Проведений аналіз існуючих досліджень дозволяє стверджувати, що предметом соціально-психологічного вивчення феномена конкурентного співробітництва можуть бути: 1) чинники, що приводять до вибору даної стратегії; 2) динаміка конкурентного співробітництва як процесу взаємодії; 3) позитивні/негативні ефекти конкурентного співробітництва. Чинники можуть бути суб'єктивні і об'єктивні. До суб'єктивних належать: психологічні особливості учасників взаємодій – відкритість досвіду, схильність до ризику, цінності, мотиви взаємоствердження, готовність до активних дій. До об'єктивних можна віднести ситуацію конкуренції/кооперації, що наявна в групі, морально-психологічний клімат у групі. Процес конкурентного співробітництва поєднує конструктивні ефекти як конкуренції (спонування до розвитку), так і кооперації (обмін знаннями). Конкурентне співробітництво сприяє активізації творчого потенціалу членів групи, збільшує його лояльність щодо групи.

Питання, які породжує парадоксальний феномен конкурентного співробітництва, ще потребують вирішення. Тому перспективними будуть дослідження, пов'язані зі з'ясуванням чинників, що зумовлюють

стратегию конкурентного співробітництва та ефективності даної стратегії.

Література

1. Базаров Т. Ю. Кооперативные стратегии поведения в конкурентной среде / Т. Базаров, Ю. Шевченко // Национальный психологический журнал. – 2010. №1. – С. 80 – 85.
2. Бехтерев В. М. Избранные работы по социальной психологии / В. М. Бехтерев. – М. : Наука, 1994. – 400 с.
3. Краткий психологический словарь / под общ. ред. А. В. Петровского и М. Г. Ярошевского ; ред.-сост. Л. А. Карпенко. – 2-е изд., расшир., испр. и доп. – Ростов-на-Дону : ФЕНИКС, 1998. – 512 с.
4. Лоскутова М. В. Анализ теорий конкуренции и конкурентоспособности / М. В. Лоскутова // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 9. – С. 101–106.
5. Позняков В. П. Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству / В. Позняков, Т. Вавакина // Знание. Понимание. Умение. – 2011. – №2. – С. 100–103.
6. Титова О. И. Социально-психологический анализ делового взаимодействия в предпринимательской деятельности / О. И. Титова // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М. Ф. Решетнева. – 2006. – №4. – С. 152–157.
7. Филонович С. Р. Лидерство и практические навыки менеджера: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 9 / С. Филонович. // – М. : ИНФРА-М, 1999. – 328 с.

Хайек Фр. А. Познание, конкуренция и свобода / Фридрих А. Хайек. – СПб. : Пневма, 1999. – 288 с.

Geraudel M. The role of personality in situations of cooperation: The case of future managers [Електронний ресурс] / Mickaël Geraudel, Salvétat David. – Режим доступу :

<http://www.strategie-aims.com/events/conferences/2-ixieme-conference-de-l-aims/communications/131-the-role-of-personality-in-situations-of-coopetition-the-case-of-future-managers/download>

10. Bengtsson M. Coopetition: new ideas for a new paradigm [Електронний ресурс] / Maria Bengtsson, Jessica Eriksson, Joakim Wincent // Coopetition: Winning Strategies for the 21st Century. Edited by Saïd Yami, Sandro Castaldo, Giovanni Battista Dagnino and Frederic Le Roy, 2010 – P. 19–39. – Режим доступу : http://books.google.com.ua/books?id=rTNHCEi_Kr8C&pg=PA22&lpg=PA22&dq=psychology+coopetition&source=bl&ots=rhq5jnoZg&sig=eO18HHzjD67TGR2sOeXa3robK4k&hl=ru#v=onepage&q=psychology%20coopetition&t=false

The article presents an overview of the main approaches in the definition of competition, consider the phenomenon of competitive cooperation. Analyzed specific competitive cooperation, highlighted the level of analysis and the place of competitive cooperation among other types of interaction.

Key words: competition, competitive cooperation, competitive partnership.

В статье представлен обзор основных подходов к определению понятия конкуренции, рассмотрены феномены конкурентного сотрудничества. Проанализирована специфика конкурентного

сотрудничества, выделены уровни анализа и определены место конкурентного сотрудничества среди других видов взаимодействия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентное сотрудничество, конкурентное партнерство.

СОПРИЧАСНА ХРИСТИЯНСЬКА ТЕРАПІЯ ЯК СПОСІБ ДОСЛІДЖЕННЯ РОДОВОЇ ДЕТЕРМІНАНТИ ОСОБИСТІСНИХ КРИЗ ЛЮДИНИ

У статті проаналізовано різні наукові та практичні підходи і підходи до вивчення впливу родини та роду на психічний шлях особистості. Представлено коротку історію розвитку християнської сопричасної психотерапії. Визначено базові теоретичні принципи терапевтичного підходу зазначеного напрямку. Розглянуто взаємовплив різних станів особистості та її системи родових-родинних сімейних відносин.

Ключові слова: рід, родина, сім'я, сопричасна християнська психотерапія, сенситивність, система, структура, взаємовплив, криза.

Проблема. Криза є природною активізаційною структурою людського буття. Протягом життя кожна людина проходить ряд об'єктивно незалежних від її бажання, світогляду чи поглядів кризових періодів, зокрема вікові кризи, родинні кризи, екзистенційні кризи, а також кризи, пов'язані з непередбачуваними кризовими змінами на шляху хвороби, втрати тощо. Проте на здатність долати кризи впливає не тільки особистісний вибір людини, але й повнота усвідомлення нею даного вибору, що нерідко має свої витoki у несвідомому. Оскільки людина – істота соціальна, то первинною умовою для її соціалізації, активізації, розвитку виступає родина, і саме родина вагомо впливає на проявлення та формування того ж таки несвідомого.

Родинний фактор є одним з базових складників розвитку особистості. Навіть в умовах виховання дитини в