

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Научная статья
УДК 339.137:330

Конкуренция и конкурентоспособность в современной парадигме экономического развития

Наталья Александровна Пинясова¹, Юлия Юрьевна Сулова², Андрей Владимирович Волошин³

^{1,2,3} Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия

¹ NPinyasova@sfu-kras.ru

² YSuslova@sfu-kras.ru

³ AVvoloshin@sfu-kras.ru

Аннотация. В статье проведено исследование теоретических подходов к определению понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность». Рассмотрены и проанализированы существующие рынки по степени их конкурентной борьбы, основные виды конкуренции, а также модели конкурентных рынков. Анализ научных работ отечественных и зарубежных экономистов, которые являются представителями ключевых направлений современной экономической мысли, позволил выделить основные характеристики и подходы к данным категориям. На основе критического анализа определены перечень и содержание следующих подходов: политэкономического, структурного, системного, математического, предпринимательского, функционального, ресурсного, маркетингово-дифференцированного, инновационного. В процессе изучения этапов глобализации экономики, цифровой трансформации, оцифровки и цифровизации выделены основные элементы характеристик вышеперечисленных понятий. Проведенное исследование позволило сформулировать авторскую интерпретацию понятия конкурентоспособности организации в условиях цифровой трансформации.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная борьба, конкурентные преимущества, подходы, цифровая трансформация, оцифровка, цифровизация

Основные положения:

- ◆ проведено исследование теоретических подходов к определению понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность»;
- ◆ существующие рынки рассмотрены по уровню и особенностям конкурентной борьбы, а также перечислены основные виды конкуренции;
- ◆ определены перечень и содержание подходов к понятиям «конкуренция» и «конкурентоспособность»;
- ◆ сформулирована авторская интерпретация понятия конкурентоспособности организации в условиях цифровой трансформации.

Для цитирования: Пинясова Н.А., Сулова Ю.Ю., Волошин А.В. Конкуренция и конкурентоспособность в современной парадигме экономического развития // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2024. № 7 (237). С. 9–25.

Original article

Competition and competitiveness in the modern paradigm of economic development

Natalia A. Pinyasova¹, Yulia Yu. Suslova², Andrey V. Voloshin³

^{1,2,3} Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

¹ NPinyasova@sfu-kras.ru

² YSuslova@sfu-kras.ru

³ AVvoloshin@sfu-kras.ru

Abstract. The article presents a study of theoretical approaches to the definition of the concepts of "competition" and "competitiveness". The existing markets are considered and analyzed according to the degree of their competition, the main types of competition, as well as models of competitive markets. This analysis of the scientific works of domestic and foreign economists, who represent the main directions of modern economic thought, allowed us to identify the main characteristics and approaches to these categories. Based on the critical analysis, the list and content of the following approaches are determined: political economic, structural, systemic, mathematical, entrepreneurial, functional, resource, marketing-differentiated, innovative ones. In the process of studying the stages of economic globalization, "digital transformation", and "digitalization", the main elements of the characteristics of the above concepts are highlighted. The conducted research allowed us to formulate the author's interpretation of the concept of competitiveness of an organization in the context of digital transformation.

Keywords: competition, competitiveness, competitive struggle, competitive advantages, approaches, digital transformation, digitization, digitalization

Highlights:

- ◆ a study of theoretical approaches to the definition of the concepts of "competition" and "competitiveness" has been conducted;
- ◆ the existing markets are considered based on the analysis of the level and features of competition, as well as the main types of competition are listed;
- ◆ the list and content of approaches to the concepts of competition and competitiveness are defined;
- ◆ the author's interpretation of the concept of competitiveness of an organization in the context of digital transformation is formulated.

For citation: Pinyasova N.A., Suslova Yu.Yu., Voloshin A.V. Competition and competitiveness in the modern paradigm of economic development // Vestnik of Samara State University of Economics. 2024. No. 7 (237). Pp. 9–25. (In Russ.).

Введение

Эффективное функционирование и расширение сферы деятельности рынка возможно только при наличии конкуренции, так как конкуренция выступает важным фактором для экономического развития. Поэтому термины «конкуренция» и «конкурентоспособность» на протяжении длительного времени остаются объектом научной полемики, а после введения «мировых ковидных ограничений» актуальным стало их дальнейшее исследование. В период пандемии COVID-19 большинство компаний

столкнулись с серьезными экономическими трудностями, поэтому им пришлось кардинально менять свою стратегию и бизнес-модель, а некоторым – переориентироваться на другой вид деятельности. Компаниям приходилось действовать быстро, слаженно в динамично меняющихся обстоятельствах. Карантинные меры вынудили предприятия к технологическим изменениям, к быстрым и незамедлительным управленческим решениям. В условиях жесткого локдауна компаниям необходимо было соперничать за оставшиеся, сокра-

щающиеся объемы рынка, стараясь привлечь и удержать клиентов любыми возможными способами. Конкурентоспособность организации в данных условиях рынка приняла новый смысл. Предприятия, которые быстро смогли адаптироваться и подстроиться к изменяющимся условиям и предложить варианты решения, соответствующие новым потребностям клиентов, повысили и укрепили свои позиции на рынке. Поэтому в настоящее время важно проанализировать, как факторы и процессы влияют на конкуренцию и, как следствие, на конкурентоспособность организации и как можно оптимизировать их взаимодействие, чтобы достичь максимальных результатов для обеспечения рыночной устойчивости.

Методы

В рамках предложенной статьи широко использовались методы исторического и сравнительного анализа, а также обширный перечень общепринятых методов научного познания, в том числе анализ, синтез, индукция, дедукция, контент-анализ, сопоставительный анализ и др. Теоретическую основу исследования формирует совокупность трудов отечественных и зарубежных представителей экономической науки, посвященных исследованию различных экономических проблем, в том числе конкуренции и конкурентоспособности.

Обсуждение

Начинать рассмотрение ключевых концепций конкуренции и конкурентоспособности целесообразно с представителей классической политэкономии. Работы, предшествовавшие исследованию классиков, как правило, носят фрагментарный характер в части рассмотрения проблем конкуренции и предполагают ее анализ в контексте дифференциации других экономических проблем. Работы А. Смита заложили основу изучения теории конкуренции. В своей работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» [1], опубликованном в 1776 г., А. Смит рассматривал принцип «невидимой руки», тем самым предприняв первую попытку описания конкурентных отношений. Суть этого принципа заключается в том, что каждый человек, стремясь достичь своих личных интересов и целей,

по неожиданным законам провидения как бы участвует в создании наилучшего результата для всех. Из этого следует, что рынок обладает саморегулирующимся характером, и любое вмешательство со стороны государства в сферу свободной конкуренции, как правило, может привести к негативным последствиям. А. Смит утверждал, что рыночные механизмы самым оптимальным образом регулируют производство, распределение и ценообразование товаров и услуг.

Идея «совершенной» конкуренции, предложенная А. Смитом и далее продолженная в работах Д. Рикардо, подразумевает существование идеального рынка. Автор отмечал: «Говоря о предмете потребления, его меновой стоимости и законах, регулирующих его цены, всегда имеется в виду товар, на производство которого конкуренция оказывает огромное влияние» [2]. В данных условиях конкуренции происходит формирование меновой стоимости товаров и законов, определяющих их цену. Д. Рикардо подчеркивал важность спроса и предложения в определении цены товаров, а также отмечал, что конкуренция на рынке является ключевым фактором, который определяет, насколько цена будет отражать действительные экономические условия. Если на рынке присутствует монополистическая власть или олигополия, то цена на товары может быть искусственно завышена или наоборот снижена. Анализируя данный теоретический подход, можно заметить, что А. Смит также упоминал о значимости этого фактора. Однако в рассматриваемом контексте не учитываются временной фактор и уровень риска. Формирование стоимости цен на рынке играет решающую роль, и именно конкуренция способствует этому процессу. Д. Рикардо в своих работах успешно обобщил концепцию совершенной конкуренции, это позволило ему обосновать стратегию направления развития предприятий в долгосрочной перспективе. «Закон рынка» стал заключительным элементом в проведенном исследовании, который подразумевает равновесное состояние при полном использовании ресурсов.

Учитывая различные аспекты конкуренции между производителями товаров и методу регулирования цены на продукцию,

Ж.-Б. Сей [3] отмечал негативное влияние государственной протекционистской политики на формирование свободной конкуренции и вред, наносимый потребителям данной мерой.

Следующим этапом в эволюции генезиса конкуренции стали труды британского экономиста Дж.Ст. Милля [4]. Автор предал конкуренции значение системного компонента рыночного устройства, что позволило установить регулирующие принципы для цен, ренты, прибыли и заработной платы. Дж.Ст. Миль считал, что роль конкуренции и воздействие ее на общество не следует преувеличивать, так как она ограничивается социальными нормами и правилами. Проведенный им анализ свелся к двум ключевым выводам. Первый вывод: конкуренция не проникает во все области хозяйства, а там, где она действует, ее влияние неравномерно. Второй вывод заключается в том, что безоговорочная свобода конкуренции не всегда приносит благо и может потребовать определенных ограничений.

Согласно К. Марксу [5], конкуренция представляет собой определяющую силу в расцвете капиталистического способа производства. Конкуренция выстраивается на разнице в уровне прибыли у разных участников, кто имеет больше капитала, тот и конкурентоспособен. Маркс четко обосновывает причинно-следственные связи между становлением конкуренции и возникновением индивидуальной собственности, дифференциацией производственного труда и активным обменом.

В качестве теоретической основы для изучения экономических процессов и получения важных сведений о функционировании рыночной экономики выступает теория общего равновесия Л. Вальраса [6]. Данный подход позволяет достичь оптимального равновесия, где все ресурсы распределены эффективно и нет возможности получить больше. Теория общего равновесия подчеркивает взаимосвязь между различными секторами экономики и показывает, как изменения в одной сфере могут влиять на другие. Однако следует отметить, что реальные рынки далеки от совершенной конкуренции и не всегда достигают равновесия. На практике существует множество механизмов, ограничений и вмешательств, которые влияют на формирование цен и объемы продаж.

Родоначальник математического направления в политической экономии А. Курно [7] в своей работе «Исследования о математических основаниях теории богатства» особое внимание придал дуополии (два продавца). Концепция автора строится на том, что цены на товар определяются покупателями, а продавцы просто поддерживают выпуск продукции по установленной стоимости. Из этого следует, что любой дуополизм (два продавца) может определить потребность в продукте, используя функцию спроса. При этом количество выпускаемого товара будет определяться исходя из предложения (предложение должно быть постоянным, а количество выпуска у конкурентов не должно меняться). Важно отметить, что данная модель рассматривает только один аспект конкуренции между дуополистами – стратегию ценообразования, что совсем не соответствует действительности. Дальнейшие расчеты А. Курно доказали, что с увеличением числа продавцов на рынке каждый из них столкнется с усилением роли конкуренции, это, в свою очередь, приведет к снижению цены, а объем выпуска продукции, наоборот, возрастет. Этот эффект возникнет из-за конкуренции между продавцами для удержания и расширения своей доли на рынке.

А. Маршалл [8] в своем исследовании рассматривал модель совершенной конкуренции для обоснования теории равновесия. Большое значение отводилось принципу множественности отдельных продавцов и покупателей, которые взаимодействуют на рынке. Данная концепция предполагает, что все участники рыночных отношений действуют без возможности манипулирования ценами и ограничения доступа для вхождения на рынок. Таким образом, основополагающим фактором является свободное вхождение на рынок и отсутствие способности оказывать существенное влияние на формирование рыночных цен. Автором исследовался механизм достижения равновесия в случае, когда цена отклоняется от ее равновесного уровня. В таких ситуациях он подчеркивает значимость колебаний объемов продаж, и особую роль в его модели играют запасы производства.

Книга Э. Чемберлина [9] «Теория монополистической конкуренции», изданная в 1933 г.,

представляла собой настоящий вызов традиционной экономике. В своем научном труде автор рассматривал монополию и конкуренцию – это противоположные формы экономической организации, но, тем не менее, они могут быть объединены и существовать параллельно, создавая особый вид рынка. Подобная философия позволила автору выявить два типа рынков, каждый из которых имеет свои особенности и отличительную характеристику. Почти все экономисты того времени считали, что конкуренция исчезает при наличии монополии. Отсюда и возникла логическая последовательность: монополистическая конкуренция – это некая «золотая середина», являющаяся синтезом двух противоположных понятий. Э. Чемберлин сделал из «золотой середины» что-то большее, он доказал, что такая форма взаимодействия может принести большие выгоды и эффективно развивать экономический потенциал.

Дж.М. Кейнс [10] является основоположником кейнсианского направления в экономической теории. В научном труде «Общая теория занятости, процента и денег» сложно найти точное определение конкуренции, тем не менее, в контексте распределения ресурсов система свободной конкуренции, по мнению автора, является наиболее эффективной и способствует росту совокупного производства и потребления, несмотря на то что несет в себе негативные социальные последствия, которые вызваны свободным рыночным механизмом.

К XX веку в экономической науке сформировалась общепризнанная модель конкуренции и монополии. Это два состояния рынка, полностью противоположных друг другу, и между ними нет никаких промежуточных состояний. Дж. Робинсон [11] была первой, кто предпринял попытку изучить данную проблематику. Свой анализ макроэкономических явлений Дж. Робинсон строит на основе теоретических и методологических принципов, описанных Дж.М. Кейнсом и опирается на работы А. Маршалла и Д. Рикардо, исследования данных ученых имеют большое значение в понимании экономических величин и их взаимосвязей. Таким образом, Дж. Робинсон совмещает идеи Дж.М. Кейнса, А. Маршалла и Д. Рикардо и создает собственный уникальный

подход к анализу макроэкономических процессов.

Термин «совершенная конкуренция» получил широкое распространение во времена Дж. Робинсон, в противопоставление другой модели рынка – «несовершенной конкуренции». Автор в своих исследованиях обосновал, что существующее различие между «совершенной» и «несовершенной» конкуренцией фактически сводится к различному уровню конкурентных давлений на рынке. Это различие является лишь вопросом первого порядка в рамках анализа. По мнению Дж. Робинсон, «совершенная конкуренция» – это ситуация на рынке, когда каждый производитель сталкивается с абсолютно эластичным спросом на свою продукцию.

Ф. Найт [12] относился к понятию совершенной конкуренции с определенным недоверием, так как в реальном мире существует множество факторов и ограничений, которые делают ее практически невозможной для экономической системы. Под «совершенной конкуренцией» Ф. Найт понимал состояние рыночной системы, в котором все участники обмена владеют неограниченным знанием обо всех конъюнктурах рынка и при условии полного доступа к информации всем участникам. Однако, по его мнению, на практике такого никогда не будет происходить, поскольку нельзя забывать и не брать во внимание фактор «неопределенности», который всегда будет присутствовать на рынке. Ф. Найт подчеркивал, что «неопределенность» – это количественная вероятность для возможных вариантов будущего. Никто не может предсказать будущие события с полной уверенностью, и это делает идею полного знания рынка маловероятной. Факторы, такие как изменения потребительских предпочтений, технологические инновации или политические решения, всегда оказывают влияние на рыночные условия и создают неопределенность. Неопределенность, в свою очередь, создает условия, в которых участники рынка имеют ограниченный доступ к информации и не могут полностью оценить свои риски и возможности.

Труды американского экономиста М. Портера [13] занимают особое место в современной экономике. В конце 70-х гг. XX века ученый сформулировал концептуальные основы

конкуренции и на протяжении нескольких последующих десятилетий развивал это научное направление. В своей книге автор говорит о важности конкуренции, которая является основой процветания как фирм, так и общества в целом. Со слов М. Портера, в конкуренцию вовлечены не только организации, занимающиеся производством и реализацией товаров, работ или услуг, но также потребители и поставщики. Свою стратегическую модель анализа М. Портер представил в виде пяти сил конкуренции.

В своих исследовательских работах о конкуренции Й. Шумпетер [14] рассматривал функциональный подход, впоследствии Ф.А. Хайек [15] придерживался данного взгляда. В контексте их трудов конкуренция перестает быть просто состязанием между компаниями за рыночные доли, а становится двигателем инноваций, силой,двигающей экономику вперед. В понимании Й. Шумпетера и Ф.А. Хайека, конкуренция – это не только борьба за выживание, но и источник новых идей, технологических прорывов и качественного изменения экономической структуры. Авторы рассматривали конкуренцию с точки зрения ее способности стимулировать предпринимательскую активность, создание условий для экономического роста и развития.

Сторонники теории «невидимой руки» А. Смита, представители американской экономической школы К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю, говорили о том, что конкуренция способствует удовлетворению потребительских нужд населения. Только при условии наличия конкуренции именно покупатель играет главную роль на рынке, так как рынок здесь выступает посредником между покупателем и продавцом. По мнению ученых, «конкуренция – это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, а также возможность для покупателей и продавцов свободно входить на рынок и покидать его» [16]. Таким образом, конкуренция является фактором, который обеспечивает эффективную работу рынка и распределение ресурсов в обществе. К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю отмечали, что, помимо положительных аспектов, конкуренция может оказывать отрицательное влияние на экономику.

Лаконичное определение конкуренции дает П. Хейне [17] – это стремление достичь наивысшей степени удовлетворения критериями доступа к ограниченным, редким ресурсам.

Современное представление о конкуренции в бизнесе, описываемое Я. Гордоном [18], подчеркивает скорость данного процесса. Быстрое основание компаний, изменения в структуре отраслей, постоянные законодательные и технологические изменения/нововведения делают конкуренцию неотъемлемой частью современного мира. Конкуренция стала настолько жесткой, что недооценивать ее значимость ошибочно.

Согласно Е.Е. Румянцевой [19], изучение конкуренции в качестве свойства рынка, позволяет определить ее не как простое соперничество, а как величину зависимости общих рыночных условий от действий отдельных участников. Поэтому конкуренция иногда интерпретируется как отношения и механизм взаимодействия с учетом определенной степени условности.

Представляет интерес позиция следующих авторов: Г.Л. Азоева [20], А.А. Амбарцумова и Ф.Ф. Стерликова [21], Р.Р. Ахтариевой [22], А.Е. Городецкого и Л.Н. Лыковой [23], П.С. Завьялова [24], В.Н. Иванова и И.А. Фокиной [25], Р.А. Фатхутдинова [26], М.И. Туган-Барановского [27]. Конкуренция интерпретируется ими как соперничество или соревновательный процесс между хозяйствующими субъектами рынка или частными лицами (конкурентами), характеризуется способностью видеть и управлять своими преимуществами с целью достижения наилучших результатов в производстве, сбыте произведенных товаров для получения максимальной прибыли от ее реализации. Конкуренция гарантирует сбалансированность цены по законам спроса и предложения, превращая субъективную цель предпринимателя – получение прибыли – в объективную цель – удовлетворение потребностей покупателей.

А.Б. Борисов [28], Б.А. Райзберг [29], Ю.Б. Рубин [30], А.Ю. Юданов [31], Т.В. Юрьева [32] рассматривают конкуренцию как цивилизованную и легализованную форму борьбы или состязательного процесса среди производителей (экономических субъектов),

возникших в результате противоборства за рынки сбыта товаров/услуг/работ, стремящихся занять выгодные позиции для инвестирования с целью привлечения большего количества платежеспособных покупателей в различных сегментах/долях рынка и получения более высокой доходности, прибыли и прочих преимуществ.

На социальное значение конкуренции обратили внимание А.А. Василевская и И.А. Лунин [33], А.Б. Кулешова [34], Г.Ф. Шершеневич [35], подчеркивая, что конкуренция должна быть общественно-ориентированной. В современном обществе именно механизм конкуренции играет наиболее значимую роль в рыночной экономике и представляет собой ключевой элемент системы взаимоотношений на рынке, влияющий на социально-экономическую сферу, где все участники стремятся достичь высоких экономических результатов в производстве и продаже товаров, в обеспечении высокого качества товаров и услуг, в предложении более выгодных условий для потребителей.

Результаты

Авторами было изучено и проанализировано множество трактовок конкуренции и конкурентоспособности, наличие такой вариативности привело к необходимости группировки определений (табл. 1). Существующие подходы к интерпретации конкуренции и конкурентоспособности, предложенные ранее учеными, пересмотрены. Предложено новое содержание подходов, перечень подходов расширен и раскрыта характеристика новых.

На сегодняшний день среди ученых-экономистов продолжаются дискуссии относительно генезиса конкурентоспособности, но до сих пор прийти к единому мнению относительно точного определения данной категории не удалось. М. Портер [36] справедливо отмечает, что не существует общепринятого определения конкурентоспособности.

Изучение трудов ученых относительно генезиса конкурентоспособности позволило авторам обобщить и систематизировать теоретические подходы (табл. 2).

В соответствии с классификацией теоретических подходов, приведенных в табл. 1 и 2,

можно сделать вывод, что каждый из подходов в определенной степени раскрывает отличительную особенность конкуренции и конкурентоспособности и несет смысловое значение, которое затрагивает различные аспекты экономики предприятия.

По мнению авторов, в новых условиях хозяйствования и цифровизации процессов содержание понятия конкурентоспособности предприятия необходимо пересмотреть. Современные технологии, такие как мобильный интернет, социальные сети, искусственный интеллект, облачные технологии, виртуальная и дополненная реальность, интернет вещей, блокчейн и т.д., получили в настоящее время широкое распространение и стали доступны для большинства людей за счет снижения стоимости и высокой степени функциональности технологий. В связи с этим открылись новые возможности для различных сфер деятельности, повысилась эффективность и производительность бизнеса, обеспечивая удобство и комфорт в повседневной жизни. Данные технологии стали неотъемлемой частью современной реальности, их непрерывное развитие и преимущество становится все более масштабным и всеобъемлющим.

На протяжении длительного времени осуществляются различные попытки классификации процесса глобализации экономики, авторы предлагают множество временных рамок. Первый этап глобализации пришелся на 1800-е гг., с изобретением первой паровой машины и электрификацией Западной Европы, согласно теории российского экономиста В.Б. Кондратьева [88].

Второй этап начинается с 1950 г., в этот период времени появляются новые технологии, способствующие созданию массовой обрабатывающей промышленности, происходит расширение поставок на новые зарубежные рынки, главным образом, предприятиями США.

Конец 80-х гг. XX века стал временем третьего этапа – развития интернета в мире. Интернет становится неотъемлемой частью бизнеса, он позволяет не только передавать обязанности по работе, но и дистанционно ее выполнять, регулировать бизнес-процессы и получать прибыль. В 2008 г. начался мировой

Таблица 1

Классификация теоретических подходов к определению понятия «конкуренция»

Подход	Описание	Авторы
Политэкономический	Основывается на теориях, отличается разнообразием позиций, взглядов, концепций	А. Смит [1]
		Д. Рикардо [2]
		Ж.-Б. Сэй [3]
		К. Маркс [5]
		А. Маршалл [8]
		Дж. Робинсон [11]
		Э. Чемберлин [9]
		Ф. Найт [12]
		Й. Шумпетер [14]
		Ф.А. Хайек [15]
Структурный	Характеризуется как свойство объекта/субъекта защищать свои позиции в борьбе за рынки сбыта, доли рынка	К.Р. Макконнел, С.Л. Брю [16]
		А.Ю. Юданов [31]
		Т.В. Юрьева [32]
		Ю.Б. Рубин [30]
		Б.А. Райзберг [29]
Системный	Рассматривается как элементы, объединенные отношениями, взаимосвязью и совокупностью взаимодействующих объектов	А.Б. Борисов [28]
		Дж.С. Миль [4]
Математический	Предусматривает применение математических приемов	Е.Е. Румянцева [19]
		Л. Вальрас [6]
Предпринимательский	Характеризуется способностью видеть конкурентные преимущества для производства/продажи товаров/услуг, достижения поставленной цели, получения наибольшей прибыли	О. Курно [7]
		А.Е. Городецкий, Л.Н. Лыкова [23]
		Р.А. Фатхутдинов [26]
		Г.Л. Азоев [20]
		В.Н. Иванов, И.А. Фокина [25]
		А.А. Амбарцумов, Ф.Ф. Стерликов [21]
		М.И. Туган-Барановский [27]
		Р.Р. Ахтариева [22]
Функциональный	Рассматривается как элемент системы рыночных отношений, влияющий на социально-экономическую сферу и способствующий функционированию экономики	П.С. Завьялов [24]
		Г.Ф. Шершеневич [35]
		А.А. Василевская, И. А. Лунин [33]
Ресурсный	Рассматривается с точки зрения использования ресурсов, находящихся в распоряжении у фирмы: производственных, финансовых, интеллектуальных и др.	А.Б. Кулешова [34]
		П. Хейне [17]
Маркетингово-дифференцированный	Рассматривается как процесс создания товара/предложений с уникальными характеристиками по сравнению с другими предложениями на рынке, разработка системы сбыта и продвижения товаров	Дж.М. Кейнс [10]
		-
Инновационный	Предусматривает внедрение и использование инновационной техники и технологий, нововведений	М. Портер [13]
		Я. Гордон [18]

финансовый кризис, который и завершил данный этап.

В настоящее время крупные центры новой эпохи развития интернета находятся в странах, которые являются производителями инновационных технологий (Северная Европа, Соединенные Штаты Америки и некоторые ре-

гионы Азии, включая Южную Корею и Японию). Так, цифровизация для Китая стала важной движущей силой экономического укрепления с учетом его трудовых ресурсов, численностью населения, промышленностью и внутренним спросом на товары и услуги. США с помощью цифровизации и актуальной повестки

Таблица 2

Классификация теоретических подходов к определению понятия «конкурентоспособность»

Подход	Описание	Автор
Политэкономический	Основывается на теориях, отличается разнообразием позиций, взглядов, концепций	-
Структурный	Характеризуется как свойство объекта/субъекта защищать свои позиции в борьбе за рынки сбыта, доли рынка	М. Портер [36]
		Ф. Котлер [37]
		О.Ю. Ворожбит [38]
		В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева [39]
		С.Г. Светульников [40]
Системный	Рассматривается как элементы, объединенные отношениями, взаимосвязью и совокупностью взаимодействующих объектов	А.Н. Качалина [42]
		И.П. Данилов [43]
		В.А. Баринин, А.В. Синельников [44]
Математический	Предусматривает применение математических приемов	-
Предпринимательский	Рассматривается как способность видеть конкурентные преимущества для производства/продажи товаров/услуг, достижения поставленной цели, получения наибольшей прибыли	Ш.Ш. Магомедов [45]
		Е.П. Голубков [46]
		А.В. Дементьева [47]
		Н.С. Яшин [48]
		Т.Ю. Адаева [49]
		М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова [50]
		В.Е. Швец [51]
		Г.Н. Игольников, Е.А. Патрушев [52]
		М.Х. Мескон [53]
		Т. Горькова, Г. Шаповалов [54]
		Е.О. Миргородская [55]
		И.П. Богомоллова, Е.В. Хохлов [56]
		В.М. Колонтай [57]
Функциональный	Рассматривается как элемент системы рыночных отношений и величина, с которой оказывается воздействие на экономику	Ю.Б. Рубин [58]
		П.С. Завьялов [59]
		Т.А. Андреева [60]
		М. Данн [61]
		Г.Я. Белякова [62]
Ресурсный	Рассматривается с точки зрения использования ресурсов, находящихся в распоряжении у фирмы: производственных, финансовых, интеллектуальных и др.	А.З. Селезнев [63]
		Е.Н. Бондаренко [64]
		А.А. Дынкин, Ю. В. Куренков [65]
		М.Н. Костин [66]
		Д.Н. Бабенко [67]
Маркетингово-дифференцированный	Рассматривается как процесс создания товара/предложений с уникальными характеристиками по сравнению с другими предложениями на рынке, разработка системы сбыта и продвижения товаров	Г.А. Васильев, Н.А. Нагапетьянц [68]
		М.Б. Щепакин, Е.В. Кривошеева [69]
		И.И. Пичурин [70]
		А.В. Катернюк [71]
		М.И. Кныш [72]
		Ю.А. Савинов [73]
		Р.А. Фатхутдинов [74]
		Г.Г. Азгальдов [75]
		А.А. Амбарцумов, Ф.Ф. Стерликов [76]
		А.А. Рудычев [77]
		Ю.М. Осипов [78]
		М.Г. Долинская, И.А. Соловьев [79]
		Т.В. Сачук [80]
Х.А. Фасхиев, И.М. Гараев [81]		
Э.В. Минько, М.П. Кричевский [82]		
Инновационный	Предусматривает внедрение и использование инновационной техники и технологии, нововведений	А.А. Чурсин [83]
		Г.Л. Азоев, А.П. Челенков [84]
		Е.С. Юрова [85]
		Г.А. Лавренова, Ю.О. Моница [86]
		Г.Г. Карачурина [87]

развития цифровых технологий все еще удается удерживать технологическое лидерство, обеспечивая эффективное развитие экономики, науки и техники.

В динамично меняющейся ситуации конкурентоспособность и качество продукции в значительной степени обусловлены наличием и применением современных ИТ-технологий, а не только физическими процессами производства. Эффективное использование ИТ-технологий позволяет рационально выстроить производственные процессы, повысить не только качество, но и конкурентоспособность товаров, а также оперативно реагировать на изменения, происходящие на рынке, принимать решения на основе точных данных и обеспечивать высокий уровень клиентского сервиса.

В последние годы происходит активное внедрение ИТ-технологий, включающее в себя цифровое преобразование деловой и социальной сферы, в связи с этим вопросы понятийного аппарата по-прежнему актуальны. Зачастую авторами при исследовании термина «цифровая трансформация» проводится аналогия к понятиям «оцифровка» и «цифровизация». Однако если детальнее рассмотреть каждое из вышеперечисленных понятий, то можно выделить основные характеристики процесса цифровой трансформации.

В понимании авторов, процесс цифровой трансформации представляет собой совокупность действий, направленных на внедрение и применение цифровых технологий с целью перестройки и оптимизации работы организации, ее бизнес-процессов, и включает в себя использование цифровых инструментов (интернета, социальных сетей, облачных технологий, искусственного интеллекта и т.д.).

Оцифровка означает перевод аналоговых данных или процессов в цифровой формат. К данному процессу можно отнести сканирование бумажных документов, создание электронных версий архивных материалов или перевод аналоговых процессов, таких как производство и обработка информации, в цифровой формат. В результате этого обеспечивается возможность быстрой передачи, получения информации в электронном виде, облегчая ее доступность и высокую скорость обработки.

Цифровизация – это процесс перевода данных и бизнес-процессов организации в цифровой вид.

В отличие от простой оцифровки, цифровая трансформация подразумевает не только переход от аналоговых к числовым данным, но и внедрение новых цифровых технологий, изменение бизнес-процессов и развитие цифровой культуры организации. Успешная цифровая трансформация возможна только при комплексном подходе, включающем в себя переосмысление и перестройку всех бизнес-моделей, разработку и внедрение цифровой стратегии, обучение персонала и активное использование цифровых инструментов. Все перечисленные выше элементы составляют основу процесса цифровой трансформации, который становится неотъемлемой частью развития современных компаний в эпоху цифровых технологий.

На основании вышеизложенного в понимании авторов конкурентоспособность организации в условиях цифровой трансформации представляет собой состояние компании, сочетающее в себе факторы, стратегии, аналитические инструменты и сквозные технологии для эффективного использования больших объемов данных, что позволит обеспечить взаимодействие с потребителями на качественно новом уровне и создать уникальные предложения для клиентов, а организации даст возможность достичь устойчивого конкурентного преимущества и долгосрочного успеха.

Заключение

Таким образом, существующие определения конкуренции и конкурентоспособности не исключают друг друга, а скорее дополняют. Однако имеющиеся различия в интерпретациях вышеперечисленных понятий указывает на то, что соперничество и соревновательный процесс продолжают играть важную роль в современной экономике.

Вследствие этого на сегодняшний день основными задачами для компаний выступают выявление и анализ конкурентных преимуществ, достижение лидирующей позиции на рынке через применение аналитических инструментов и сквозных цифровых технологий, а также оценка конкурентоспособности при

формировании стратегии развития торгового до- и подходов помогает компаниям и исследователям в решении поставленных целей и задач.

Список источников

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов : пер. с англ. Москва : Эксмо, 2022. 1056 с.
2. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное : пер. с англ. Москва : Эксмо, 2007. 960 с.
3. Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии. Экономические софизмы; Экономические гармонии. Москва : Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ, 2000. 299 с.
4. Миль Дж.С. Основы политической экономии : в 3 т. Москва : Прогресс, 1980.
5. Маркс К. Капитал. Т. 3. Москва : Наука, 1990. 1078 с.
6. Блауг М. Общее равновесие по Вальрасу // Экономическая мысль в ретроспективе. Москва, 1994. С. 6–27.
7. Cournot A. Recherches sur les Principes Mathematiques de la Theorie des Richesses. Paris : Hachette, 1838.
8. Маршалл А. Принципы экономической науки. В 3 т. Т. 1 : пер. с англ. Москва : Прогресс, 1993. 415 с.
9. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Москва : Центр, 1997. 349 с.
10. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег: избранное : пер. с англ. Москва : Эксмо, 2007. 957 с.
11. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции : пер. с англ. Москва : Прогресс, 1986. 476 с.
12. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль : пер. с англ. Москва : Дело, 2003. 359 с.
13. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов : пер. с англ. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.
14. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Москва : Прогресс, 1982. 455 с.
15. Хайек Ф. Смысл конкуренции // Современная конкуренция. 2009. № 3 (15). С. 18–28.
16. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т. Т. 2 : пер. с англ. Москва : Республика, 1992. 404 с.
17. Хейне П. Экономический образ мышления. Москва : Дело, 1993. 702 с.
18. Гордон Я. Целевая конкуренция. Москва : Вершина, 2006. 386 с.
19. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. Москва : Инфра-М, 2015. 724 с.
20. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика : монография. Москва : Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с.
21. Амбарцумов А.А., Стерликов Ф.Ф. 1000 терминов рыночной экономики : справ. пособие. Москва : Крон-Пресс, 1993. 302 с.
22. Ахтариева Р.Р. Институциональные формы регулирования отношений конкурентоспособности субъектов хозяйствования // Экономика и управление. 2008. № 5 (37). С. 69–71.
23. Городецкий А., Лыкова Л. Конкуренция и монополия в советской экономике // Общественные науки. 1991. № 1. С. 31–44.
24. Завьялов П.С. Конкуренция – неотъемлемое свойство развитого рынка // Маркетинг. 2007. № 5. С. 2–14.
25. Иванов В.Н., Фокина И.А. Методические основы управления конкурентоспособностью // Инновационные подходы к модернизации современного общества : материалы Межвуз. науч.-практ. конф. / Чебокс. коопер. ин-т. Чебоксары, 2010. С. 41–44.
26. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность как национальная кадровая проблема // Высшее образование в России. 1999. № 2. С. 18–22.
27. Энциклопедический словарь : в 86 т. / издатели Ф.А. Брокгауз, И.А. Ефрон. Санкт-Петербург, 1895. Т. XVI. 495 с.
28. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. Москва : Книжный мир, 2013. 860 с.
29. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. Москва : Инфа-М, 1998. 280 с.

30. Рубин Ю.Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 3 (21). С. 38–67.
31. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. Москва : Гном-Пресс, 2014. 304 с.
32. Юрьева Т.В. Социальная рыночная экономика. Москва : Русская Деловая Литература, 1999. 416 с.
33. Василевская А.А., Лунин И.А. Конкуренция и ее роль в современной экономической системе // Студенческий научный форум : материалы X Междунар. студенч. науч. конф. / Самарский государственный экономический университет. Самара, 2018. С. 1–20.
34. Кулешова А.Б. Конкуренция в вопросах и ответах. Москва : Велби : Проспект, 2014. 256 с.
35. Шершеневич Г.Ф. Курс торгового права. В 4 т. Т. 2: Товар. Торговые сделки. Москва : Статут, 2005. 412 с.
36. Портер М. Конкуренция : пер. с англ. Москва : Инфра-М, 2002. 325 с.
37. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент : пер. с англ. Санкт-Петербург : Питер, 2011. 816 с.
38. Ворожит О.Ю. Теоретические и методологические основы управления конкурентоспособностью предпринимательских структур в рыбной промышленности : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05. Владивосток, 2009. 41 с.
39. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. Москва : Финансы и статистика, 2005. 560 с.
40. Светульников С.Г. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью // Бизнес и банки. 2004. № 1. С. 15–21.
41. Региональное развитие: опыт России и Европейского союза : монография / А.Г. Гранберг, И.М. Бусыгина, В.Г. Введенский [и др.]. Москва : Экономика, 2000. 440 с.
42. Качалина Л.Н. Конкурентоспособный менеджмент. Москва : Эксмо, 2006. 459 с.
43. Данилов И.П. Конкурентоспособность регионов России (теоретические основы и методология) : монография . Москва : Реабилитация, 2007. 368 с.
44. Баринов В.А., Синельников А.В. Развитие организаций в конкурентной среде // Менеджмент в России и за рубежом. 2000. № 6. С. 3–13.
45. Магомедов Ш.Ш. Конкурентоспособность товара : учеб. пособие. Москва : Дашкова и К, 2018. 293 с.
46. Голубков Е.П. Основы маркетинга : учебник. 2-е изд. Москва : Финпресс, 2003. 688 с.
47. Дементьева А.В. Конкурентоспособность международных компаний // Маркетинг. 2000. № 3. С. 64–67.
48. Яшин Н.С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: методология, оценка, регулирование. Саратов : СГЭА, 2004. 248 с.
49. Адаева Т.Ю. Организационные факторы и резервы повышения конкурентоспособности предприятия. Пенза : Изд-во Пенз. гос. ун-та, 1999. 27 с.
50. Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях // Российский экономический журнал. 1998. № 3. С. 34–45.
51. Швец В.Е. Об управлении конкурентоспособностью продукции на предприятии. Ленинград : Знание, 1990. 32 с.
52. Игольников Г.Н., Патрушев Е.А. Что понимать под конкурентоспособностью, инвестиционной привлекательностью и экономичностью производства // Российский экономический журнал. 1995. № 11. С. 108–111.
53. Мескон М.Х. Основы менеджмента. Москва : Дело, 1993. 704 с.
54. Горькова Т., Шаповалов Г. Стратегия конкурентной борьбы в предпринимательстве // Экономист. 1999. № 6. С. 66–73.
55. Миргородская Е.О. Конкурентоспособность как интегральное свойство рыночной системы хозяйствования // Философия хозяйства. 2005. № 4/5. С. 40–41.
56. Богомолова И.П., Хохлов Е.В. Анализ формирования категории конкурентоспособность как фактора рыночного превосходства экономических объектов // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 1. С. 113–119.
57. Колонтай В.М. Мировое хозяйство или глобальная экономика? // Философия хозяйства. 2002. № 3. С. 9–18.
58. Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. Москва : Маркет ДС, 2006. 458 с.

59. Завьялов П.С. Конкурентоспособность и маркетинг // Российский экономический журнал. 2005. № 12. С. 14–18.
60. Андреева Т.А. Интеграция менеджмента качества в систему стратегического управления организации // Вестник СГСЭУ. 2014. № 2. С. 29–34.
61. Dunn M. The Economic of modern manufacturing: technology, strategy and organization // American Economic Review. 1990. No. 80. Pp. 511–528.
62. Белякова Г.Я. Конкурентоспособность региональной экономики. Концепция опережающего развития : монография. Красноярск : Сибир. гос. технол. ун-т, 2001. 230 с.
63. Селезнев А.З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. Москва : Юрист, 1999. 384 с.
64. Бондаренко Е.Н. Методические подходы к оценке конкурентоспособности региона // Научпарк. 2011. № 2 (3). С. 88–95.
65. Конкурентоспособность России в глобальной экономике : [монография] / А.А. Дынкин, Ю.В. Куренков, Ю.Л. Адно [и др.] ; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН. Москва : Междунар. отношения, 2003. 374 с.
66. Костин М.Н., Фасхиев Х.А. Измерение конкурентоспособности предприятий // Менеджмент организации XXI века : тезисы докладов Междунар. науч.-практ. конф. Набережные Челны, 2001. С. 115–117.
67. Бабенко Д.Н. Обеспечение устойчивого функционирования предприятия на основе управления его конкурентоспособностью : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Краснодар, 2004. 25 с.
68. Коммерческое товароведение и экспертиза : учеб. пособие / под ред. Г.А. Васильева, Н.А. Нагапетьянца. Москва : Банки и биржи : Юнити, 1997. 133 с.
69. Щепакин М.Б., Кривошеева Е.В. Модель активизации человекоцентричного ресурса в условиях маркетинговой адаптации предприятия // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2015. № 1 (211). С. 205–213.
70. Пичурин И.И. Всеобщее руководство качеством промышленной продукции. Екатеринбург : Изд-во ИМИР, 2001. 249 с.
71. Катернюк А.В. Конкурентоспособность продукции мясоперерабатывающих предприятий Приморского края // Мясная индустрия. 2008. № 11. С. 14–18.
72. Кныш М.И. Конкурентные стратегии. Санкт-Петербург : Питер, 2000. 284 с.
73. Савинов Ю.А. Конкурентоспособность российских предприятий в сфере международной торговли // Вопросы статистики. 2004. № 7. С. 15–29.
74. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. Москва : Маркетинг, 2002. 892 с.
75. Азгальдов Г.Г. Потребительная стоимость и ее измерение. Москва : Экономика, 1971. 167 с.
76. Амбарцумов А.А., Стерликов Ф.Ф. Экономическая теория в вопросах и ответах. Москва : Соц.-полит. журн., 1996. 192 с.
77. Рудычев А.А. Повышение конкурентоспособности строительных материалов на внешнем рынке. Санкт-Петербург : Химия, 1998. 208 с.
78. Осипов Ю.М. Конкурентоспособность наукоемкой машиностроительной продукции: экономика и менеджмент : монография. Томск : Томский гос. ун-т систем управления и радиоэлектроники, 2002. 247 с.
79. Долинская М.Г., Соловьев И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. Москва : Изд-во стандартов, 2001. 125 с.
80. Сачук Т.В. Территориальный маркетинг : [повышение качества территориального управления, конкурентоспособность территории, реализация на уровне страны, региона, муниципального образования]. Санкт-Петербург : Питер, 2009. 368 с.
81. Фасхиев Х.А., Гараев И.М. Анализ состояния проблемы управления конкурентоспособностью организации сферы услуг // Информационные и социально-экономические аспекты создания современных технологий: SciTech. 2004. № 15. URL: <http://www.kampi.ru/scitech/base/nomer15/> (дата обращения: 14.02.2024).
82. Минько Э.В., Кричевский М.П. Качество и конкурентоспособность : [методы оценки конкурентоспособности, сертификация продукции, экономические вопросы при управлении качеством]. Санкт-Петербург : Питер, 2004. 267 с.
83. Чурсин А.А. Управление конкурентоспособностью организации. Москва : Информтехника, 2006. 215 с.

84. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. Москва : Новости, 2000. 256 с.
85. Юрова Е.С. Анализ и определение экономической категории «конкурентоспособность предприятия». Тюмень : Тюмен. гос. архитектурно-строительная акад., 2003. 267 с.
86. Лавренова Г.А., Моница Ю.О. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности малого предприятия // Вестник Воронежского государственного технологического университета. 2012. Т. 8, № 1. С. 125–128.
87. Карачурина Г.Г., Золотухина А.В., Путенихина Е.А. Инновационная конкурентоспособность региона и ее влияние на устойчивость экономического развития // Региональная экономика: теория и практика. 2010. № 21. С. 29–34.
88. Кондратьев В.Б. Новый этап глобализации: особенности и перспективы // Мировая экономика и международные отношения. 2018. Т. 62, № 6. С. 5–17.

References

1. Smith A. Research on the nature and causes of the wealth of nations : translated from English. Moscow : Eksmo, 2022. 1056 p.
2. Ricardo D. The beginnings of political economy and taxation. Favorites : translated from English. Moscow : Eksmo, 2007. 960 p.
3. Say J.-B. A treatise on political economy. Economic sophisms; Economic harmonies. Moscow : Academy of Agricultural Sciences under the Government of the Russian Federation, 2000. 299 p.
4. Mill J.S. Fundamentals of Political Economy : in 3 vol. Moscow : Progress, 1980.
5. Marx K. Kapital. Vol. 3. Moscow : Nauka, 1990. 1078 p.
6. Blaug M. Walras general equilibrium // Economic thought in retrospect. Moscow, 1994. Pp. 6–27.
7. Cournot A. Studies of mathematical principles of the theory of wealth. Paris : Hachette, 1838.
8. Marshall A. Principles of economic science. In 3 vol. Vol. 1 : translated from English. Moscow : Progress, 1993. 415 p.
9. Chamberlin E. Theory of monopolistic competition. Moscow : Center, 1997. 349 p.
10. Keynes J.M. The general theory of employment, interest and money: favorites : translated from English. Moscow : Eksmo, 2007. 957 p.
11. Robinson J. The economic theory of imperfect competition : translated from English. Moscow : Progress, 1986. 476 p.
12. Knight F.H. Risk, uncertainty and profit : translated from English. Moscow : Delo, 2003. 359 p.
13. Porter M. Competitive strategy: Methods of analyzing industries and competitors : translated from English. Moscow : Alpina Business Books, 2005. 454 p.
14. Schumpeter J. Theory of economic development. Moscow : Progress, 1982. 455 p.
15. Hayek F. The meaning of competition // Modern competition. 2009. No. 3 (15). Pp. 18–28.
16. McConnell K.R., Bru S.L. Economics: Principles, problems and policy. In 2 vol. Vol. 2 : translated from English. Moscow : Republic, 1992. 404 p.
17. Heine P. The economic way of thinking. Moscow : Delo, 1993. 702 p.
18. Gordon Ya. Target competition. Moscow : Vershina, 2006. 386 p.
19. Rumyantseva E.E. New Economic encyclopedia. Moscow : Infra-M, 2015. 724 p.
20. Azoev G.L. Competition: analysis, strategy and practice : monograph. Moscow : Center for Economics and Marketing, 1996. 208 p.
21. Ambartsumov A.A., Sterlikov F.F. 1000 terms of market economy : reference guide. Moscow : Kron-Press, 1993. 302 p.
22. Akhtarieva R.R. Institutional forms of regulation of relations of competitiveness of business entities // Economics and management. 2008. No. 5 (37). Pp. 69–71.
23. Gorodetsky A., Lykova L. Competition and monopoly in the Soviet economy // Social Sciences. 1991. No. 1. Pp. 31–44.
24. Zavyalov P.S. Competition is an integral property of a developed market // Marketing. 2007. No. 5. Pp. 2–14.
25. Ivanov V.N., Fokina I.A. Methodological foundations of competitiveness management // Innovative approaches to modernizing modern society : materials of the Interuniversity scientific and practical conference / Cheboksary Cooperative Institute. Cheboksary, 2010. Pp. 41–44.
26. Fatkhutdinov R.A. Competitiveness as a national personnel problem // Higher education in Russia. 1999. No. 2. Pp. 18–22.

27. Encyclopedic dictionary : in 86 vol. / publishers F.A. Brockhaus, I.A. Efron. St. Petersburg, 1895. Vol. XVI. 495 p.
28. Borisov A.B. Big economic dictionary. Moscow : Knizhny Mir, 2013. 860 p.
29. Raisberg B.A., Lozovsky L.Sh., Starodubtseva E.B. Modern economic dictionary. 2nd ed., corrected. Moscow : Infa-M, 1998. 280 p.
30. Rubin Yu.B. Debatable issues of the modern theory of competition // Modern competition. 2010. No. 3 (21). Pp. 38–67.
31. Yudanov A.Yu. Competition: theory and practice. Moscow : Gnom-Press, 2014. 304 p.
32. Yuryeva T.V. Social market economy. Moscow : Russian Business Literature, 1999. 416 p.
33. Vasilevskaya A.A., Lunin I.A. Competition and its role in the modern economic system // Student Scientific Forum : materials of the X International Student Scientific Conference / Samara State University of Economics. Samara, 2018. Pp. 1–20.
34. Kuleshova A.B. Competition in questions and answers. Moscow : Velbi : Prospekt, 2014. 256 p.
35. Shershenevich G.F. Course of commercial law. In 4 vol. Vol. 2: Goods. Trade transactions. Moscow : Statute, 2005. 412 p.
36. Porter M. Competition : translated from English. Moscow : Infra-M, 2002. 325 p.
37. Kotler F. Marketing, management : translated from English. St. Petersburg : Peter, 2011. 816 p.
38. Vorozhbit O.Y. Theoretical and methodological foundations of competitiveness management of entrepreneurial structures in the fishing industry : abstract of dis. ... Doctor of Economics : 08.00.05. Vladivostok, 2009. 41 p.
39. Khrutsky V.E., Korneeva I.V. Modern marketing: a handbook on market research. Moscow : Finance and Statistics, 2005. 560 p.
40. Svetunkov S.G. Information support for competitiveness management // Business and banks. 2004. No. 1. Pp. 15–21.
41. Regional development: the experience of Russia and the European Union : monograph / A.G. Granberg, I.M. Busygina, V.G. Vvedensky [et al.]. Moscow : Ekonomika, 2000. 440 p.
42. Kachalina L.N. Competitive management. Moscow : Eksmo, 2006. 459 p.
43. Danilov I.P. Competitiveness of Russian regions (theoretical foundations and methodology) : monograph. Moscow : Rehabilitation, 2007. 368 p.
44. Barinov V.A., Sinelnikov A.V. Development of organizations in a competitive environment // Management in Russia and abroad. 2000. No. 6. Pp. 3-13
45. Magomedov Sh.Sh. Competitiveness of goods : textbook. Moscow : Dashkova and K, 2018. 293 p.
46. Golubkov E.P. Fundamentals of marketing : textbook. 2nd ed. Moscow : Finpress, 2003. 688 p.
47. Dementieva A.V. Competitiveness of international companies // Marketing. 2000. No. 3. Pp. 64–67.
48. Yashin N.S. Competitiveness of an industrial enterprise: methodology, assessment, regulation. Saratov : SGEA, 2004. 248 p.
49. Adaeva T.Y. Organizational factors and reserves for increasing the competitiveness of the enterprise. Penza : Publishing house of the Penza State University, 1999. 27 p.
50. Gelvanovsky M., Zhukovskaya V., Trofimova I. Competitiveness in micro-, meso- and macro-level dimensions // Russian Economic Journal. 1998. No. 3. Pp. 34–45.
51. Shvets V.E. On product competitiveness management at the enterprise. Leningrad : Znanie, 1990. 32 p.
52. Igolnikov G.N., Patrushev E.A. What is meant by competitiveness, investment attractiveness and economic efficiency of production // Russian Economic Journal. 1995. No. 11. Pp. 108–111.
53. Mescon M.H. Fundamentals of management. Moscow : Delo, 1993. 704 p.
54. Gorkova T., Shapovalov G. Strategy of competition in entrepreneurship // Economist. 1999. No. 6. Pp. 66–73.
55. Mirgorodskaya E.O. Competitiveness as an integral property of the market management system // Philosophy of economics. 2005. No. 4/5. Pp. 40–41.
56. Bogomolova I.P., Khokhlov E.V. Analysis of the formation of the category competitiveness as a factor of market superiority of economic objects // Marketing in Russia and abroad. 2005. No. 1. Pp. 113–119.
57. Kollontai V.M. World economy or global economy? // Philosophy of economy. 2002. No. 3. Pp. 9–18.
58. Rubin Yu.B. Competition: orderly interaction in professional business. Moscow : Market DS, 2006. 458 p.

59. Zavyalov P.S. Competitiveness and marketing // Russian Economic Journal. 2005. No. 12. Pp. 14–18.
60. Andreeva T.A. Integration of quality management into the strategic management system of the organization // Bulletin of SSSEU. 2014. No. 2. Pp. 29–34.
61. Dunn M. Economics of modern production: technology, strategy and organization // American Economic Review. 1990. No. 80. Pp. 511–528.
62. Belyakova G.Ya. Competitiveness of the regional economy. The concept of advanced development : monograph. Krasnoyarsk : Siberian State Technological University, 2001. 230 p.
63. Seleznev A.Z. Competitive positions and infrastructure of the Russian market. Moscow : Jurist, 1999. 384 p.
64. Bondarenko E.N. Methodological approaches to assessing the competitiveness of the region // Naukapark. 2011. No. 2 (3). Pp. 88–95.
65. Competitiveness of Russia in the global economy : [monograph] / A.A. Dynkin, Yu.V. Kurenkov, Yu.L. Adno [et al.] ; Institute of World Economy and International Relations of Russian Academy of Sciences. Moscow : International relations, 2003. 374 p.
66. Kostin M.N., Fashiev H.A. Measuring the competitiveness of enterprises // Management of the organization of the XXI century : abstracts of the scientific and practical International Conference. Naberezhnye Chelny, 2001. Pp. 115–117.
67. Babenko D.N. Ensuring the sustainable functioning of an enterprise based on the management of its competitiveness : abstract of dis. ... Candidate of Economic Sciences : 08.00.05. Krasnodar, 2004. 25 p.
68. Commercial commodity science and expertise : textbook / ed. by G.A. Vasiliev, N.A. Nagapetiants. Moscow : Banks and exchanges : Unity, 1997. 133 p.
69. Shchepakina M.B., Krivosheeva E.V. The model of human-centered resource activation in the conditions of marketing adaptation of the enterprise // Scientific and technical bulletin of SPbPU. Economic sciences. 2015. No. 1 (211). Pp. 205–213.
70. Pichurin I.I. Universal quality management of industrial products. Yekaterinburg : YMIR Publishing House, 2001. 249 p.
71. Katernyuk A.V. Competitiveness of products of meat processing enterprises of Primorsky Krai // Meat industry. 2008. No. 11. Pp. 14–18.
72. Knysh M.I. Competitive strategies. St. Petersburg : Peter, 2000. 284 p.
73. Savinov Yu.A. Competitiveness of Russian enterprises in the field of international trade // Questions of statistics. 2004. No. 7. Pp. 15–29.
74. Fatkhutdinov R.A. Competitiveness of an organization in a crisis: economics, marketing, management. Moscow : Marketing, 2002. 892 p.
75. Azgaldov G.G. Consumer value and its measurement. Moscow : Ekonomika, 1971. 167 p.
76. Ambartsumov A.A., Sterlikov F.F. Economic theory in questions and answers. Moscow : Soc.-polit. magazine, 1996. 192 p.
77. Rudychev A. A. Increasing the cost-effectiveness of building materials in the foreign market. St. Petersburg : Chemistry, 1998. 208 p.
78. Osipov Yu.M. Competitiveness of high-tech engineering products: economics and management : monograph. Tomsk : Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics, 2002. 247 p.
79. Dolinskaya M.G., Solovyov I.A. Marketing and competitiveness of industrial products. Moscow : Publishing House of Standards, 2001. 125 p.
80. Sachuk T.V. Territorial marketing : [improving the quality of territorial management, competitiveness of the territory, implementation at the level of the country, region, municipality]. St. Petersburg : Peter, 2009. 368 p.
81. Fashiev H.A., Garaev I.M. Analysis of the state of the problem of managing the competitiveness of a service sector organization // Information and socio-economic aspects of creating modern technologies: SciTech. 2004. No. 15. URL: <http://www.kampi.ru/scitech/base/nomer15/> (date of access: 14.02.2024).
82. Minko E.V., Krichevsky M.P. Quality and competitiveness : [methods of assessing competitiveness, product certification, economic issues in quality management]. St. Petersburg : Peter, 2004. 267 p.
83. Chursin A.A. Managing the competitiveness of an organization. Moscow : Informtehnika, 2006. 215 p.
84. Azoev G.L., Chelenkov A.P. Competitive advantages of the company. Moscow : Novosti, 2000. 256 p.

85. Yurova E.S. Analysis and definition of the economic category "Competitiveness of the enterprise". Tyumen : Tyumen State Academy of Architecture and Construction, 2003. 267 p.

86. Lavrenova G.A., Monina Yu.O. Benchmarking as a tool to increase the competitiveness of a small enterprise // Bulletin of the Voronezh State Technological University. 2012. Vol. 8, No. 1. Pp. 125–128.

87. Karachurina G.G., Zolotukhina A.V., Putenikhina E.A. Innovative competitiveness of the region and its impact on the sustainability of economic development // Regional economics: theory and practice. 2010. No. 21. Pp. 29–34.

88. Kondratiev V.B. A new stage of globalization: features and prospects // World economy and international relations. 2018. Vol. 62, No. 6. Pp. 5–17.

Информация об авторах

Н.А. Пинясова – соискатель, Сибирский федеральный университет;

Ю.Ю. Суслова – доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой торгового дела и маркетинга, директор института торговли и сферы услуг Сибирского федерального университета;

А.В. Волошин – кандидат экономических наук, доцент, доцент института торговли и сферы услуг Сибирского федерального университета.

Information about the authors

N.A. Pinyasova – applicant, Siberian Federal University;

Yu.Yu. Suslova – Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Trade and Marketing, Director of the Institute of Trade and Services of the Siberian Federal University;

A.V. Voloshin – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Institute of Trade and Services of the Siberian Federal University.

Статья поступила в редакцию 10.04.2024; одобрена после рецензирования 12.04.2024; принята к публикации 14.05.2024.

The article was submitted 10.04.2024; approved after reviewing 12.04.2024; accepted for publication 14.05.2024.