

DOI 10.17516/2782-2214-0009

УДК 330.8

REVIEW OF THEORETICAL APPROACHES TO DETERMINING THE COMPETITIVENESS OF A FIRM

Anna V. Churaeva*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russian Federation

Abstract. The purpose of this article is to consider the definition of a firm's competitiveness on the basis of scientific works of domestic and foreign authors, which will help to consider this category in more detail from the point of view of various authorship and identify the main criteria of competitiveness, which, according to the authors, are key in determining the high competitiveness of a firm. A retrospective direction of analysis and synthesis will help to track the evolution of competitiveness from the standpoint of the main criterion put forward by the author and formulate an actual definition of this category, which together will give a clear understanding of the assessment of this economic category and will be able to reflect the essence of already existing theoretical approaches to determining the competitiveness of a firm. The results of the analysis can be used as a theoretical basis for studying the evolution of the definition of the competitiveness of a company both for classes in the classroom and for independent study. The clearly formulated essence of determining the competitiveness of a firm in the future can become the basis for conducting research on the main criteria for the competitiveness of a firm, methods for assessing the competitiveness of a firm and the formation of a system of economic indicators for assessing the competitiveness of a firm, however, due to the specificity and relative novelty of this economic category, namely its close connection with a multitude of external factors that affect the change in its essence over time, and in particular constant technical progress and digitalization of the economy, there is a high probability of losing the relevance of a number of formulated theoretical points that are relevant for a given period of time, which will require refinement and additional study of the essence of the company's competitiveness.

Key words: competition, competitiveness, firm economics, competitiveness criteria, digitalization, entrepreneurship, competitive advantage, competitive potential, competitive products, efficiency, enterprise flexibility.

Citation: Churaeva, A. V. (2021). Review of theoretical approaches to determining the competitiveness of a firm. Trade, service, food industry. Vol. 1(1). Pp. 94-103.

ОБЗОР ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

Анна Валерьевна Чураева

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»,
Красноярск, Российская Федерация

Аннотация. Целью данной статьи является рассмотрение определения конкурентоспособности фирмы на основе исследований отечественных и зарубежных экономистов, что поможет более детально рассмотреть данную категорию с точки зрения различного авторства и выявить основные критерии конкурентоспособности, которые, по мнению авторов, являются ключевыми в определении высокой конкурентоспособности фирмы. Ретроспективное направление анализа и синтеза поможет отследить эволюцию сущности определения конкурентоспособности фирмы с позиции основного критерия, выдвигаемого автором и сформулировать актуальное определение данной категории, что в совокупности даст четкое понимание о определении данной экономической категории и

сможет отразить в себе суть уже имеющихся теоретических подходов к определению конкурентоспособности фирмы. Результаты проведенного анализа возможно будет использовать в качестве теоретической базы изучения эволюции определения конкурентоспособности фирмы как для занятий в аудитории, так и для самостоятельного изучения. Четко сформулированная сущность определения конкурентоспособности фирмы в дальнейшем может стать основой для проведения исследований о основных критериях конкурентоспособности фирмы, методах оценки конкурентоспособности фирмы и формировании системы экономических показателей оценки конкурентоспособности фирмы, однако, из-за специфики и относительной новизны данной экономической категории, а именно ее тесной связи со множеством внешних факторов, которые валяют на изменение ее сущности во времени, а в частности постоянный технических прогресс и цифровизация экономики, существует высокая вероятность потери актуальности ряда сформулированных теоретических моментов актуальных на данный период времени, что потребует доработки и дополнительно изучения сущности конкурентоспособности фирмы.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, экономика фирмы, критерии конкурентоспособности, цифровизация, предпринимательство, конкурентное преимущество, конкурентный потенциал, конкурентная продукция, эффективность, гибкость предприятия.

Введение. От определения отдельных признаков конкурентоспособности до создания первых теорий прошел продолжительный временной период, в течение которого теория конкуренции постоянно пересматривалась в зависимости от времени, точки развития и территории. В настоящее время все субъекты рынка так или иначе сталкиваются с конкуренцией в процессе своего функционирования. Наличие любого уровня конкуренции на рынке требует от хозяйствующего субъекта обратить внимание на развитие своей конкурентоспособности, так как именно данный показатель является средством выживания на рынке. Для удержания предприятия на лидирующих позициях необходимо изучать как внутренние аспекты, связанные с предприятием, так и внешние, исходящие от самой конъюнктуры рынка и формировать на их основе понимание конкурентной позиции фирмы. Так целью данной статьи является необходимость изучения и уточнения определения конкурентоспособности фирмы, так как при текущей изменчивости рынка и быстром темпе развития множества аспектов функционирования, а особенно технологической стороны, некоторые теории к определению понятия конкурентоспособности уже не будут достаточно точными и информативными.

Материалы и методы. В ходе написания данной статьи были использованы теоретические методы исследования. Для систематизации, определения основного критерия по мнению автора и расстановки подходов к определению конкурентоспособности фирмы в хронологическом порядке были изучены научные труды зарубежных (А. Альберт, Е. Дж. Визер, Ж. Ламбен, М. Мескон, М. Портер, Ф. Хедоури и др.) и отечественных (Б.А. Райзберг, И.У. Зулкарнаев, Р.А. Фатхутдинов, Л.М. Калашникова, А.Н. Захаров, Ю.Б. Рубин, Т.М. Плотицина и др.) ученых, являющихся как постоянными исследователями данной проблемы, так и авторами смежных трудов в области экономики фирмы. Также для структурирования и формирования универсального подхода к определению конкурентоспособности фирмы в работе был использован метод синтеза, который помог объединить основные положения отдельных авторов и адаптировать эту совокупность под текущие экономические условия, а именно, тот процесс цифровизации, который на данный момент затрагивает все сферы экономики, а особенно – торговлю.

Обсуждение. Современное развитие технологий и науки определяют новые правила поведения фирмы на рынке, создает условия их дальнейшего развития в условиях цифровизации экономики. Одним из критериев успешности фирм выступает их конкурентоспособность. На протяжении десятков лет изучению конкурентоспособности посвящено немало трудов. Однако в настоящее время все еще не сложилось единого

понимания определения конкурентоспособности в связи с множеством точек зрения, постоянной изменчивостью и развитием конъюнктуры рынка, различием уровня экономического и технологического развития той или иной страны, именно поэтому для рассмотрения данной экономической категории в понимании различных отечественных и зарубежных авторов отразим определения и критерии конкурентоспособности, которые излагали авторы в различные периоды времени [16, 18, 19]. Изучение экономической литературы позволило выделить следующие критерии конкурентоспособности:

- эффективность использования ресурсов (М. Портер, Ю.Б. Рубин и др.);
- удовлетворенность потребителей продукцией, услугой (Г.Я. Киперман, З.А. Васильева, Ж. Ламбен и др.);
- качество товара, его новизна, практичность, универсальность и т.п. (Б.А. Райзберг, Р.А. Фатхутдинов, Л.М. Калашникова и др.);
- доля предприятия на рынке (И.У. Зулкарнаев, Е.Дж. Визер и др.);
- конкурентный потенциал (А.Н. Захаров, Т.М. Плотичина, М.Г. Варданян, Д.С. Белоусова, М. Мескон, А. Альберт, Ф. Хедоури и др.).

Один из первых теоретиков конкуренции М. Портер в конце двадцатого века в своих трудах рассматривал в качестве конкурентоспособности определенную способность субъекта рыночных связей присутствовать на конкурентном рынке на одном уровне с похожими конкурентными субъектами рыночных связей [23, 24, 25]. А основным критерием, который определяет конкурентоспособность фирмы считал ее умение правильно использовать имеющиеся ресурсы фирмы как воплощенные в нематериальных знаниях и информации, так и в материальных инструментах, а именно оборудовании, сырье, инструментах и т.д. Данный подход к определению понятия конкурентоспособности называется ресурсным.

Ю.Б. Рубин считает, что конкурентоспособность, это умение применять совокупный потенциал для соперничества с конкурентами и получения конкурентных преимуществ [26]. Конкурентный потенциал определялся данным автором как источник преимущества для борьбы в процессе завоевания рынка, а основой для его образования эффективное использование ресурсов фирмы.

В свою очередь, Г. Я. Киперман в своем труде определял конкурентоспособность как умение бороться за степень удовлетворения характеристиками товара (услуги), эффективность деятельности фирмы с производителями похожих товаров [15]. Из чего следует вывод о том, что спустя некоторое время после М. Портера, помимо критерия эффективности использования ресурсов, добавился и новый критерий, а именно удовлетворенности потребителей продукцией или услугами фирмы, что по мнению автора подталкивает потребителя на возвращение в данную фирму за новыми покупками исходя из положительного прошлого опыта. Данный подход можно назвать качественным, так как удовлетворенность потребителей напрямую зависит от впечатления после покупки.

Также данному критерию соответствует определение конкурентоспособности фирмы, которое дает З. А. Васильева. В своем труде она писала о том, что конкурентоспособность фирмы, это умение удовлетворять потребителей при помощи производства товаров и оказания услуг, превосходящих по качеству конкурентный товар или услугу [7]. Так на первое место согласно данному определению выходит сам потребитель, а именно его удовлетворенность конкурентоспособной продукцией. Менеджер Ж. Ламбен конкурентоспособностью считал умение удовлетворять потребителей более качественно, чем это делают конкуренты [17]. Удовлетворенность потребителей в данном случае также считалась основой конкурентоспособности фирмы [13], что также относим к качественному подходу.

Следующим критерием конкурентоспособности выступает качество товара, его новизна, практичность, универсальность и т.п. Данных критериев конкурентоспособности придерживается Б.А. Райзберг, Г.Л. Азоев, П. С. Завьялов, Л.Ш. Лозовский, А.Г. Поршнева, Р.А. Фатхутдинов, Л.М. Калашникова. Так, Б. А. Райзберг, Г.Л. Азоев, П.С. Завьялов, Л.Ш.

Лозовский, А.Г Поршневы говорят о том, что конкурентоспособность фирмы выражает ее мастерство конкурировать с продавцами похожих товаров с помощью высокого качества, низких цен и создания комфорта для потребителей [20]. Причем на различных рынках присутствует возможность, как и объединения нескольких характеристик качества, так и невозможность присутствия некоторых из них, так на продуктовом рынке, в том числе и готовых продуктов, есть возможность присутствия множества характеристик в одном товаре, когда как на рынке фармацевтики присутствует множество нюансов, которые не позволяют объединить все качества в одном товаре. Данные суждения авторов являются прямым отражением качественного подхода к определению конкурентоспособности.

Один из классиков, изучающих конкурентоспособность Р.А. Фатхутдинов говорил о ней следующее умение выпускать конкурентоспособную продукцию на конкретном рынке [27, 28, 29]. Данное определение дополнило уже существующий критерий качества продукции, теперь, товар должен не только быть качественным, но и максимально соответствовать другим критериям (новизна, практичность, универсальность и др.)

Л.М. Калашникова говорила о том, что конкурентоспособность фирмы – совокупность показателей, которые предопределены системой и качеством управления, высоким качеством товаров, объемом ассортимента, пользующегося высоким спросом у потребителей, стабильным финансовым состоянием предприятия, способностью к развитию и инновациям, позволяющим эффективно использовать имеющиеся ресурсы на уровне товародвижения и сервиса, имидж фирмы [14]. Это определение объединило в себе критерии многоаспектного качества продукции и эффективности использования имеющихся ресурсов.

Немаловажный критерий – доля предприятия на рынке – показывает состояние компании на рынке относительно конкурентов. В начале XXI века И.У. Зулкарнаев и Л.Р. Ильясова в своих трудах определяют конкурентоспособность фирмы как умение занимать определенную долю конкретного конкурентного рынка и умение преумножать или преуменьшать данную долю по мере необходимости [11]. Таким образом, образовался новый критерий конкурентоспособности – доля предприятия на рынке. Также данной точки зрения придерживается зарубежный экономист Е. Дж. Визер, который говорит о том, что конкурентоспособность, это умение фирмы получать, сохранять и увеличивать долю фирмы на рынке [8]. Так основным критерием согласно автору, считается доля на рынке. Этот критерий является важным для любого предприятия, так как он определяет все результаты фирмы, от количества потребителей до конечного результата деятельности, а именно, прибыли фирмы. Является структурным подходом к определению конкурентоспособности.

На наш взгляд, конкурентоспособность определяется несколькими критериями, что подтверждается мнением экономистов-исследователей, менеджеров А.Н. Захарова, Т.М. Плотициной, М.Г. Варданян, Д.С. Белоусовой, М. Мескона, А. Альберта, Ф. Хедуори и др.

По мнению А. Н. Захарова, сущность конкурентоспособности определяется наличием свойств у предпринимателя, создающих преимущества для экономического соревнования на рынке [10]. Здесь появляется новое понимание основного критерия конкурентоспособности фирмы, а именно конкурентное преимущество, что включает в себя множество отдельных показателей предприятия. В то же время Т.М. Плотицина рассматривает в качестве конкурентоспособности определенное превосходство субъектов внешней среды на конкретном сегменте рынка над аналогичными фирмами в данный момент времени, полученное без ущерба для них, определяемое конкурентоспособностью его лучших товаров и объемом конкурентного потенциала, а также умение разрабатывать, изготавливать, реализовывать и обслуживать товары, превосходящие по качеству и цене товаров-конкурентов [22]. В трактовке конкурентоспособности данного автора конкурентоспособная продукция считается источником конкурентного потенциала, а умение адаптироваться необходимым для предприятия в условиях частой изменчивости рынка.

В 2016 году М.Г. Варданян выдвинул определение конкурентоспособности фирмы, в котором описывал в качестве преимущества над конкурентами совокупность конкретных характеристик и свойств товаров [6]. Конкурентный потенциал считался основой

функционирования для конкурентного предприятия, а конкурентная продукция способом достижения данного критерия. Д. С. Белоусова описывала конкурентоспособность фирмы как многоаспектную оценку предприятия, позволяющую в любой момент времени обеспечивать свои конкурентные преимущества и прибыльность, адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям внешней среды рынка [3]. Данный автор считает, что основой для конкурентоспособности фирмы служит конкурентное преимущество и способность предприятия быстро адаптироваться.

Зарубежные менеджеры (М. Мескон, А. Альберт, Ф. Хедоури) считают, что конкурентоспособная сторона фирмы выражается в выполнении чего-то лучше, чем у конкурентов на рынке, что позволяет фирме привлекать и сохранять потребителей [21]. Конкурентный потенциал в данном случае считается тем, что предприятие может подстраиваться и меняться в зависимости от конкурентов и потребителей, однако, на практике, ряд предприятий не может подстраиваться под те или иные ситуации в связи с отсутствием материальной или физической возможности. Так новое предприятие не может сделать цены ниже, чем у опытной организации в связи с необходимостью окупить затраты на этап создания и первичной закупки. Все вышеуказанные определения, связанные с критерием конкурентного преимущества, являются отражением конкурентного подхода.

Развитие цифровой экономики определило новый критерий конкурентоспособности – информация, знания (интеллектуальный, кадровый потенциал). Поэтому интересной является точка зрения Багаутдиновой Н.Г. и Никулина Р.А. Они рассматривают конкурентоспособность в цифровой экономике как успешное адаптивное предприятие под те или иные обстоятельства в условиях высокой конкуренции при помощи имеющейся информации и знаний, полученных при оперативном анализе ситуации, конкурентов, рынка и т.д. [5].

Таким образом, различные авторы в период 90-х годов XX века и начала нулевых годов XXI века определяют конкурентоспособность исходя из одного конкретного критерия в различных интерпретациях в зависимости от местных рынков, а уже позже формируется понимание конкурентоспособности как категории, включающей в себя множество взаимосвязанных критериев, формирующих понимание положения и перспектив развития предприятия в ходе конкурентной борьбы на рынке. В совокупности основными подходами являлись:

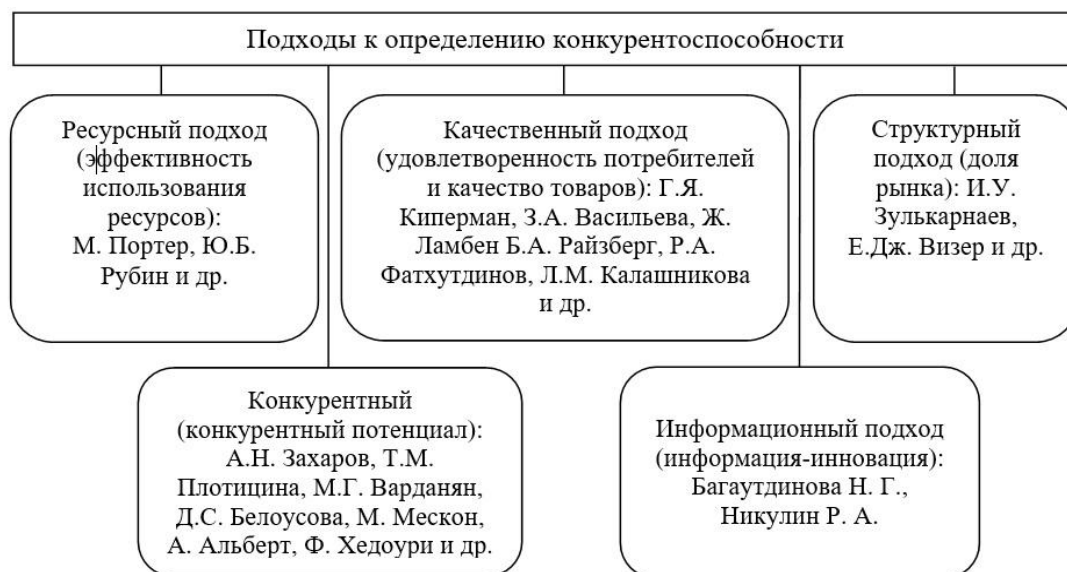


Рисунок 1. Подходы к определению конкурентоспособности [составлено автором]

Figure 1. Approaches to the definition of competitiveness

Все представленные подходы делают упор на конкретные один или два критерия, что в текущих экономических условиях является не актуальным в связи с многоаспектностью

влияния огромного количества факторов на любое предприятие даже с минимальным уровнем конкуренции. Также наиболее распространенные теоретические подходы не выделяют такой важный критерий как информационно-инновационный, который в значительной мере влияет на весь экономический сектор страны и основан на информационном подходе. Данное утверждение подкрепляется тем, что в большей мере предприятия имеющие больше цифровых и технических возможностей в развитии занимают ведущие позиции на рынке, а многие торговые площадки в онлайн формате имеют преобладающие обороты над зарекомендовавшими себя стационарными точками торговли. Таким образом, многоаспектность конкурентоспособности направляет на то, чтобы учитывать значительное количество классических критериев и на данный момент актуальный критерий цифровизации экономики.

Модель. На данный момент отдельного внимания заслуживает активное развитие всей экономики в направлении цифровизации, что значительно упрощает множество бизнес-процессов, но при этом, дает достаточно короткий период времени актуальности исследований, проводимых на данный момент в связи с частой переменчивостью конъюнктуры рынка, нововведений в производстве с чем связана производительность труда и эффективность использования ресурсов [1, 2, 4, 9, 12].

Исходя из выше сказанного, нами предлагается следующее понятие конкурентоспособности, составленное на основе имеющихся подходов и дополненное актуальным критерием: это способность предприятия выдерживать конкуренцию на рынке с аналогичными предприятиями, обеспечивая в долгосрочной перспективе рост прибыли и рентабельности, завоевание лидирующих позиций на потребительском рынке при использовании современных цифровых технологий.

На основе данного определения, которое объединяет в себе ряд важнейших критериев и необходимость развития (цифровизации) предприятия, можно составить наглядную схему бизнес-процессов на торговом предприятии и основных критериев, которые влияют на их развитие:

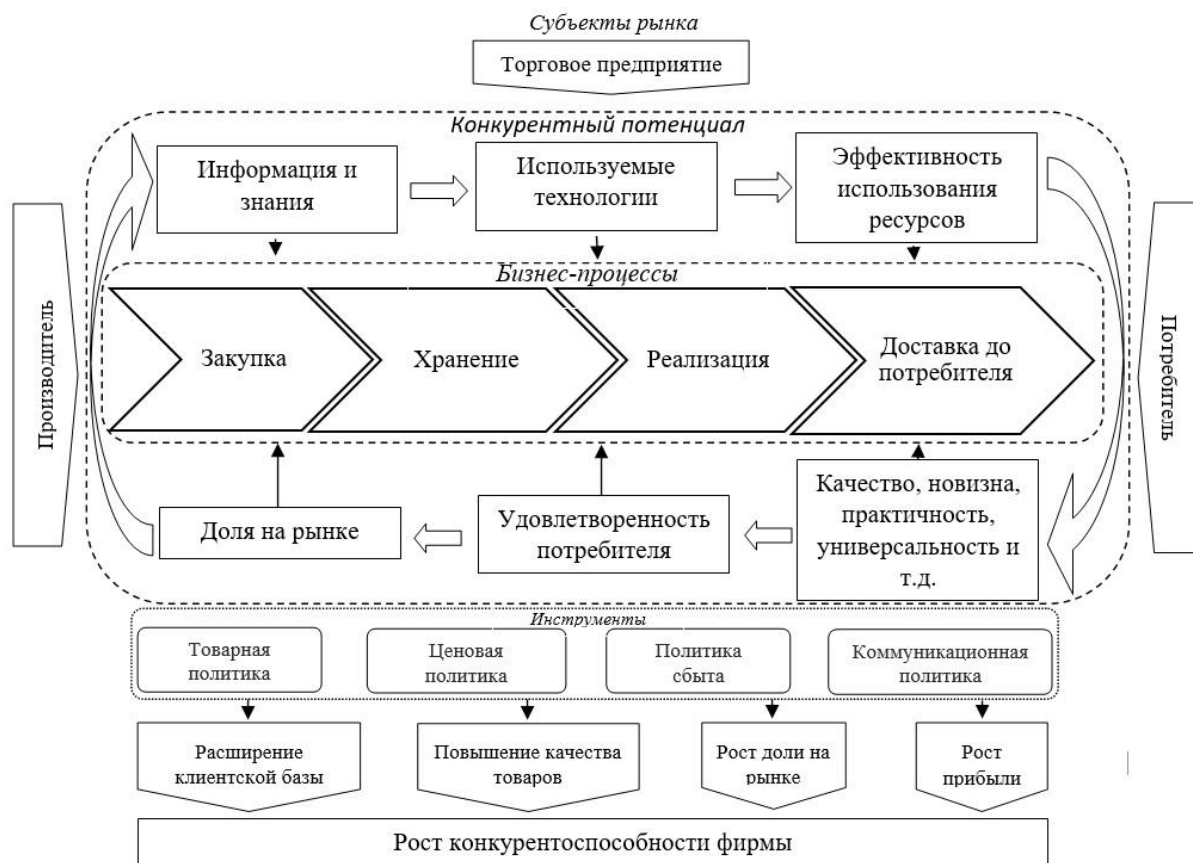


Рисунок 2. Модель конкурентоспособности фирмы [составлено автором]

Figure 2. The firm's competitiveness model

В данном рисунке отражены основные группы критериев конкурентоспособности, которые влияют на бизнес-процессы фирмы.

Если говорить о конкурентном потенциале, то это подразумевает наличие у предприятия возможности вкладывать труд, средства и знания в развитие, увеличивать обороты при помощи технологий и т.д. Критерий эффективности использования ресурсов, влияет на качество товаров, так как определенные умения, знания и технологии могут именно в торговле обеспечить качество хранения и сохранность при доставке, лучший уход за товаром, что позволяет дольше сохранить товарный вид. Само качество прямо влияет на удовлетворенность потребителя, что заставляет его вернуться за товаром вновь. Связующим звеном всех критериев для предприятия является доля на рынке, как результат воздействия всех вышеуказанных критериев, он позволяет получать все больше потребителей при расширении доли на рынке, а как следствие увеличивать закупку товаров для перепродажи, реализацию этих товаров и получать более высокую прибыль как конечный результат деятельности. А учитывая цикличность бизнес-процессов в торговле в зависимости от увеличения положительного влияния того или иного критерия он скажется и на следующих также положительно. Однако, если влияние отрицательно, оно также окажет влияние на общую ситуацию на предприятии.

Полученные результаты. В результате проделанной работы удалось отразить анализ теоретических подходов к оценке конкурентоспособности фирмы и сформулировать более актуальное определение данной категории.

Выводы и дискуссионные вопросы. Таким образом, в ходе написания работы удалось достичь поставленной цели, а именно изучить подходы к определению конкурентоспособности фирмы отечественных и зарубежных авторов, выявить неточность (неактуальность) ряда подходов к определению конкурентоспособности, а также объединить имеющиеся подходы к определению конкурентоспособности фирмы исходя из текущей ситуации на рынке и учесть новые критерии. Содержание данной работы возможно использовать для аудиторного изучения и самостоятельного, а также как основу для дальнейшего изучения конкурентоспособности различных направлений: классификаций критериев; методов оценки; систем показателей и др.

Библиографический список

1. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Г.Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин. – Москва : ИНФРА-М, 2018. – 300 с.
2. Белоногова, Е. В. Перспективы развития цифровой экономики в России / Е.В. Белоногова, А.В. Чураева, А.В. Кругляк // Теория и практика коммерческой деятельности. – 2019. - №1. – С. 260–265.
3. Белоусова, Д. С. Понятие и сущность конкурентоспособности. Факторы, влияющие на конкурентоспособность / Д. С. Белоусова // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – 2016. – №15–2. – С. 72–76
4. Berg, T.I. Labor potential reproduction transformation in digital economy conditions / T.I.Berg, E.V.Belonogova, S.K.Demchenko, M.S.Zlotnikov, L.E.Saraskina // Advances In Economics, Business And Management Research: Proceedings of the "New Silk Road: Business Cooperation and Prospective of Economic Development" (NSRBCPED 2019). – St. Peterburg: Atlantis Press, 2019. – P. 225–231.
5. Багаутдинова, Н.Г. Основы конкурентоспособности предприятия в условиях асимметричности информации в информационной экономике / Н.Г. Багаутдинова, Р.А. Никулин // Казанский экономический вестник. – 2017. – № 1 (27). – С. 30–35.
6. Варданян, М. Г. Конкурентоспособность фирмы как критерий конкурентоспособности национального хозяйства : сб. науч. статей /М. Г. Варданян // Университет, бизнес и власть: итоги взаимодействия за 10 лет. – СПб., – 2016. – С. 21–24.
7. Васильева, З. А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка / З.А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 83–90.

8. Визер, Е.Дж. Управление конкурентоспособностью фирмы/ Е. Дж. Визер. – Москва – Берлин: Директ-Медиа, 2015. – С. 36.
9. Волошин, А.В. Конкурентоспособность региона как предмет исследования экономической науки / А.В. Волошин, Ю.Л. Александров, С.Н. Шестов, Е.В. Белоногова // *Фундаментальные исследования*. – Пенза: Академия Естествознания, 2016. – № 10–1. – С. 113–118.
10. Захаров, А. Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения / А. Н. Захаров // *Бизнес и банки*. – 2004. – № 1/2. – С. 1–5.
11. Зулькарнаев, И. У. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий / И. У. Зулькарнаев, Л. Р. Ильясова // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2001. – № 4 (24). – С. 17.
12. Иванченко, Е. С. Анализ сущности конкурентоспособности коммерческой организации / Е. С. Иванченко // *Матрица научного познания*. – 2019. – № 4. – С. 98–103.
13. Какимжанов, З. Качество как фактор конкурентоспособности / З. Какимжанов, А. Аблекенова // *Вестник*. – 2015. – № 12. – С.48–56.
14. Калашникова, Л. М. Конкурентоспособность предприятий и их продукции / Л. М. Калашникова // *Машиностроитель*. – 2003. – № 11. – С. 15–18.
15. Краткий экономический словарь / под ред. Ю. А. Белика, Е. Ф. Борисова, Г.Я. Кипермана. – М.: Политиздат, 1987. – 399 с.
16. Лазутина А. С. Факторы конкурентоспособности предприятия / А. С. Лазутина, Е.П. Гармашова // *Вектор экономики*. – 2019. – № 3 (33). – С. 90.
17. Ламбен, Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж. Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 720 с.
18. Лифиц, И. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебное пособие / И. Лифиц. – М.: Юрайт, 2014 – 438 с.
19. Лифиц, И. О критериях конкурентоспособности товаров и услуг / И. О.Лифиц // *Маркетинг*. – 2014. – № 3. – С. 25–29.
20. *Маркетинг: Словарь (Деловые словари)* / Г. Л.Азоев, П. С.Завьялов, Л.Ш. Лозовский, А.Г. Поршневу, Б.А.Райзберг – М.: ОАО «НПО «Экономика», 1999. – 361 с.
21. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, А. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Вильямс, 2017. – 672 с.
22. Плотичина, Т. М. Определение конкурентоспособности предприятия / Т.М. Плотичина // *Вестник Тамбов. гос. тех. ун-та*. – 2010. – Т. 16, № 1. – С. 205–211.
23. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Портер; пер. с англ. под ред. О. Нижельской – М.: Альпина Паблишер, 2016 – 456 с.
24. Портер, М. Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2000. – 495 с.
25. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ. под ред. В.Д.Щетинина. – М.: Международные отношения, 2008. – 437 с.
26. Рубин, Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник / Ю.Б. Рубин. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Маркет ДС, 2007. – 480 с.
27. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: Россия и мир / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Экономика, 2005 – 606 с.
28. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Дашков и Ко, 2002. – 892 с.
29. Фатхутдинов, Р. А. Оценка конкурентоспособности / Р. А. Фатхутдинов // *Промышленность России*. – 2016. – № 3. – С. 62–67.

Reference

1. Antonov, G. D; Ivanova, O. P & Tumin, V. M (2018) Management of competitiveness of the organization. Moscow. INFRA-M. 300.

2. Belonogova, E. V. (2019). Prospects for the development of the digital economy in Russia. Theory and practice of commercial activity. 1. 260-265.
3. Belousova, D. S (2016). Concept and essence of competitiveness. Factors Affecting Competitiveness. Fundamental and Applied Research in the Modern World. 15-2. 72-76.
4. Berg, T. I., Belonogova, E. V., Demchenko, S. K., Zlotnikov, M. S. & Saraskina L. E. (2019). Labor potential reproduction transformation in digital economy conditions. Advances In Economics, Business And Management Research: Proceedings of the "New Silk Road: Business Cooperation and Prospective of Economic Development". 1. 225-231.
5. Bagautdinova, N. G. & Nikulin, R.A. (2017). Basis of competitiveness of an enterprise under conditions of asymmetric information in knowledge-based economy. Kazan economic bulletin. 1. 30-35.
6. Vardanyan, M. G (2016). Competitiveness of the firm as a criterion for the competitiveness of the national economy: collection of articles. scientific. Articles. University, business and government: results of the meeting for 10 years. 1. 21-24.
7. Vasilyeva, Z. A. (2006). The hierarchy of the concepts of competitiveness of market entities. Marketing in Russia and abroad. 2. 83-90.
8. Vizer, E.J. (2015) Firm competitiveness management. Moscow - Berlin. Direct-Media. 36.
9. Voloshin, A.V., Aleksandrov, Yu.L., Shestov, S.N. & Belonogova, E.V (2016) Competitiveness of the region as a subject of research of economic sciences. Fundamental-research. 10-1. 113-118.
10. Zakharov, A. N. (2004). Competitiveness of an enterprise: essence, methods of assessment and mechanisms of increase. Business and banks. 1/2. 1-5.
11. Zulkarnaev, I. U. & Ilyasova, L. R. (2001). Method of calculating the integral competitiveness of industrial, commercial and financial enterprises. Marketing in Russia and abroad. 4 (24). 17.
12. Ivanchenko, E. S. (2019). Analysis of the organization of the essence of the competitiveness of commercial activity. Matrix of scientific knowledge. 4. 98-103.
13. Kakimzhanov, Z. & Ablekenova, A. (2015) Quality as a factor of competitiveness. Bulletin. 12. 48-56.
14. Kalashnikova, L. M (2003). Competitiveness of enterprises and their products. Mechanical engineering. 11. 15-18.
15. Belik, Y. A., Borisov, E. F & Kiperman G. A (1987). Brief economic dictionary. Moscow. Politizdat. 399.
16. Lazutina, A. S & Garmashova, E. P. (2019). Factors of enterprise competitiveness. Vector of economics. 3 (33). 90.
17. Lamben, J., Chumpitas, R. & Schilling, I. (2008). Market-oriented management. Translate from English ed. by V. B. Kolchanov. St. Petersburg. Peter. 720.
18. Lifits, I. (2014). Competitiveness of goods and services. Moscow. Yurayt. 438.
19. Lifits. I. (2014). About the criteria of competitiveness of goods and services. Marketing. 3. 25-29.
20. Azoev, G. L., Zavyalov, P. S., Lozovsky, L. S., Porshnev, A. G. & Raizberg, B. A. (1999). Marketing. Dictionary (Business dictionaries). Moscow. JSC NPO Economics. 361.
21. Mescon, M., Albert, A. & Hedouri F. (2017). Fundamentals of management. Moscow. Williams. 672.
22. Plotitsina, T. M. (2010). Determination of the competitiveness of the enterprise. Bulletin of the Tambov State Technical University. 1. 205-211.
23. Porter, M. (2016). Competitive strategy. Methods of analyzes and competitors. Translate from English O.Nizhelskoy (ed.). Moscow. Alpina Publisher. 456.
24. Porter, M. (2000). Competition. Translate from English. Moscow. Williams. 495.
25. Porter, M. (2008). International Competition. Translate from English V. D .Schetinina (ed.). Moscow. International relations. 437.

26. Rubin, Y. B. (2007). Theory and practice of entrepreneurial competition. Moscow. Market DS. 480.
27. Fatkhutdinov, R. A. (2005). Competitiveness: Russia and the world. Moscow. Economics. 606.
28. Fatkhutdinov, R. A. (2002). Competitiveness of an organization in a crisis: economics, marketing, management. Moscow. Dashkov and Co. 892.
29. Fatkhutdinov, R. A. (2016). Assessment of competitiveness. Industry of Russia. 3. 62-67.