

EDN: AIENXU  
УДК 330.88

**COMPETITION AND COMPETITIVENESS  
IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION**

**Nikita V. Nason<sup>\*</sup>, Rimma F. Ananina**

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russian Federation

Received 17.01.2023, accepted 28.03.2023

**Abstract.** The digital transformation of public relations manifests itself in various spheres of entrepreneurial activity, which determines the need to research and define a new understanding of the essence of competition and competitiveness in fundamentally new conditions of the external and internal environment.

The analysis of existing theoretical approaches allowed the authors of the study to propose their own version of the grouping, based on new classification features. Generalization and theoretical rethinking of various points of view allowed us to offer the author's understanding of the essence of the competitiveness of the organization in the conditions of digital transformation.

The purpose of the study is to determine the modern approach to assessing "competitiveness" in the context of digital transformation. The objectives of the study are interrelated with the definition of the role of competitiveness of enterprises under the influence of digitalization.

The relevance of the research is due to the application of a modern approach to the analysis of competition in the context of information technology and the definition of its role in the market.

**Keywords:** competition, competitiveness, digital transformation, information technology, consumer, digital economy, digitalization.

---

**Citation:** Nason, N. V., Ananina, R. F. (2023). Competition and competitiveness in the context of digital transformation. In: Trade, service, food industry. Vol. 3(1). Pp. 59-71. EDN: AIENXU



---

**КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ  
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

**Никита Валерьевич Насон<sup>\*</sup>, Римма Фанавиевна Ананина**

Сибирский федеральный университет, Красноярск, Российская Федерация

**Аннотация.** Цифровая трансформация общественных отношений проявляется в различных сферах предпринимательской деятельности, что определяет необходимость исследования и формулировки нового понимания сущности конкуренции и конкурентоспособности в принципиально иных условиях внешней и внутренней среды.

Проведенный анализ существующих теоретических подходов позволил авторам исследования предложить собственный вариант группировки на основе специфических классификационных признаков. Обобщение и теоретическое переосмысление

различных точек зрения позволили предложить авторское понимание сущности конкурентоспособности организации в условиях цифровой трансформации.

Цель исследования заключается в описании современного подхода к оценке «конкурентоспособности», а задачи связаны с пониманием роли конкурентоспособности предприятий в условиях цифровой трансформации.

Актуальность исследования обусловлена именно современным подходом к анализу конкуренции в условиях информационных технологий и ее роли на рынке.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, цифровая трансформация, информационные технологии, потребитель, цифровая экономика, цифровизация.

---

**Цитирование:** Насон, Н. В. Конкуренция и конкурентоспособность в условиях цифровой трансформации / Н. В. Насон, Р. Ф. Ананина // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2023. – № 3(1). – С. 59-71. – EDN: AIENXU

---



**Введение.** Конкуренция – важный регулятор рынка, способствующий принятию интересов потребителей современными организациями. Она обеспечивает лучшее снабжение рынка товарами, взаимодействие рыночных субъектов в производстве и сбыте продукции, что приводит к общему прогрессу, в том числе укреплению и росту бизнесов и рыночных отношений в целом.

Рассмотрение конкурентоспособности субъекта дает право раскрыть его достоинства и недостатки. Анализ конкурентоспособности приводит к увеличению рыночной доли и формированию лидерства. Конкурентоспособность усиливает противостояние другим субъектам на рынке, привлекает и сохраняет заинтересованность потребителей, сберегая при этом ресурсы предприятия, а также указывает на сильный и жизнеспособный бренд – успех в конкретной сфере и будущее развитие.

Сегодня цифровая трансформация служит источником экономического роста. Такое изменение ярко сказывается на конкурентном поведении субъектов и побуждает их адаптироваться к новым реалиям, заставляя искать новые подходы, менять систему и методы управления конкурентоспособностью. Правильно выбранные цифровые технологии позволяют субъектам быстро адаптироваться к изменяющимся ситуациям, использовать перспективные возможности и удовлетворять потребности.

**Материалы и методы.** Содержание статьи отражает изучение подходов различных авторов к определению конкурентоспособности с применением исторической и логической последовательностей, что способствовало выявлению изменения концепций термина и подтверждению значимости проведенного исследования.

Нами дан полноценный обзор мнений экономистов по теме конкуренции и конкурентоспособности.

На заключительном этапе проведено обобщение рассмотренных подходов к определению термина, авторское видение конкуренции в условиях цифровизации, что позволило сформулировать понятие конкурентоспособности в условиях цифровой трансформации.

Основными методами исследования стали хронологический, логическо-системный, анализ и обобщение, авторское моделирование.

**Полученные результаты и их обсуждение.** Применение хронологического метода позволило выявить несколько этапов формирования определений конкуренции

и конкурентоспособности. Так, на первоначальном этапе эволюции данных понятий основоположниками экономической мысли были А. Смит [1], Д. Рикардо [2], Й. Шумпетер [3], М. Портер [4] и др.

Конкуренция, по мнению А. Смита [1], включает в себя абсолютное преимущество. Согласно его точке зрения, компания создает рентабельный продукт, если затраты на его производство выгоднее, чем в других странах. Д. Рикардо [2] преобразовал концепцию А. Смита, добавив в дефиницию относительное преимущество. В основе конкурентоспособности, согласно концепции Д. Рикардо, лежат различия в производительности труда.

Й. Шумпетер [3] рассматривал эффективную конкуренцию как внедрение предприятием инновационных технологий, активно способствующих интенсивному развитию компании и повышающих ее популярность относительно конкурентов.

Исследование конкурентоспособности начинается в работах М. Портера [4], который рассматривает продуктивное использования всех видов ресурсов предприятия по сравнению с конкурентами, выделяя при этом ресурсы рабочей силы и капитала.

Представители отечественной экономической школы конкурентоспособности И. В. Максимова [5], Л. В. Донцова [6], С. Г. Светуныков [7], И. В. Липсиц [8], М. И. Гельвановский [9] связывают понятие с потребителем, обладанием определенными свойствами, а также с некоторыми выгодными возможностями.

И. В. Максимова [5] считает, что конкурентоспособность – условная характеристика, выражающая отличия определенной фирмы от конкурентов по удовлетворению покупателей собственной продукцией и по рентабельности конечной деятельности.

Л. В. Донцова [6] отмечает в конкурентоспособности возможность компании соперничать на рынке с аналогичными предприятиями по производству схожих товаров или услуг как для повышения уровня конкретной потребительской удовлетворенности, так и для роста рентабельности конечной деятельности.

Мнение С. Г. Светуныкова [7] совпадает с точкой зрения предыдущего автора о способности противостоять другим участникам рынка. Однако автор добавляет, что конкурентоспособность влияет на все характеристики объекта, который владеет конкретной долей на определенном рынке. Это способствует нахождению соответствия социально-экономическим, организационным и прочим запросам потребителей. Автор принимает во внимание конкретную часть рынка, которая принадлежит участнику, что служит преградой для перехода этой доли к конкурентам.

В работе И. В. Липсица [8] конкурентоспособность рассмотрена как выгодное предложение потребителю приобрести товар по аналогичной стоимости, что и у конкурентов, но при этом получить долгосрочную гарантию с более комфортным уровнем обслуживания в будущем.

М. И. Гельвановский [9] дает следующие определение: конкурентоспособность – обладание свойствами, создающими преимущества субъекта экономического соревнования. Здесь же может возникать и цифровая трансформация как ответная реакция на существование конкурентоспособных свойств.

Отметим, что Е. П. Голубков [10], наоборот, рассматривает конкурентоспособность как вид соперничества между товаропроизводителями за оптимальные условия производства и реализации продукта.

Проанализировав работу А. З. Селезнева [11], можно сказать, что под конкурентоспособностью он понимает ограниченную производственными, общественными и прочими факторами ситуацию на рынке, отраженную через индикаторы, которые разумно характеризуют состояние и динамику предприятия.

С точки зрения А. Печенкина и В. Фомина [12], конкурентоспособность –

возможность продуктивного ведения сбытовой деятельности с противостоянием другим субъектам рынка. Результатом такой деятельности могут быть финансовые результаты и прочие показатели. Цифровая трансформация может влиять на эффективность всей деятельности через применение современных информационно-коммуникационных технологий.

Конкурентоспособность у С. Г. Светунькова [13] – это экономическое положение, которое включает в себя плодотворные коммутационные и покупательские моменты итогов организационно-сбытовой деятельности.

Его мнение разделяет Х. А. Фасхиев [14], однако добавляет, что это не просто экономическая ситуация, а способность к плодотворной хозяйственной деятельности и ее реальной выгодной реализации в условиях конкурентного рынка. Это синтезированный показатель прочности компании, ее возможности грамотно использовать ресурсы.

Отметим, что представленные мнения необходимо рассматривать с позиций цифровых трансформационных процессов, так как здесь учтены коммуникационные особенности конкурентоспособности в деятельности организаций.

Конкурентоспособность рассматривается и как возможность действовать продуктивно или же оказывать покупателю конкурентоспособные услуги, производить работы, продавать товары [15].

Про удовлетворение нужд каждого сегмента покупателей в сравнении говорят М. Макдональд и Я. Данбар [16], добавляя, что конкурентоспособность – это степень действительной силы компании в каждом сегменте.

А. Б. Кулешова [17], напротив, рассматривает конкурентоспособность как умение предприятия в существующих условиях проектировать, производить и продавать товары, более привлекательные для потребителей с точки зрения ценовых и неценовых характеристик, чем продукция аналогичных компаний на рынке.

Как механизм реализации основной концепции экономической теории, согласно которой конкуренция способствует развитию ресурсов предприятия и управлению ими, понимают конкурентоспособность С. Б. Авдашев и В. А. Аронин [18].

И. П. Данилов [19] полагает, что конкурентоспособность есть демонстрация структуры множественных отношений по хозяйственному развитию в цифровой среде в кооперации с другими участниками хозяйствования.

В свою очередь, Л. В. Новак [20] рассматривает конкурентоспособность как детерминирующую силу, ставящую компанию перед неизбежностью выпускать не только конкурентоспособные товары с определенными характеристиками и экономией на производстве, но и брать во внимание характер хозяйственной деятельности с точки зрения влияния факторов внешней и внутренней среды.

Современные подходы к определению конкурентоспособности с позиций цифровой трансформации представлены в работах Г. Г. Карачуриной с соавт. [21], Е. Н. Бондаренко [22], Р. А. Фатхутдинова [23], Н. А. Захарова и А. А. Зокина [24], А. И. Коваленко [25], О. А. Пекарской [26], Ж. Б. Розановой [27] и др.

Г. Г. Карачурина [21] понимает конкурентоспособность как возможность контактирующих участников рынка обеспечивать рентабельное социально-экономическое становление посредством внедрения и использования современных цифровых технологий для эффективного достижения успеха на рынке в условиях современной конкуренции.

Е. Н. Бондаренко [22] указывает, что конкурентоспособность – это готовность создавать продукцию, которая пользуется спросом как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Это, в свою очередь, дает возможность гарантировать финансовую стабильность и желаемое качество жизни хозяйствующих предприятий и

потребителей.

Проанализировав работу И. Л. Дулисовой и Р. А. Фатхутдинова [23], можно сказать, что конкурентоспособность – особенность, характеризующая уровень удовлетворения определенной нужды по сравнению с главными похожими компаниями, имеющимися на рынке.

Про удовлетворение нужды говорят Н. А. Захаров и А. А. Зокин [24], также авторы утверждают, что конкурентоспособность – возможность конкретного участника рынка или товара (услуги) отвечать запросам заинтересованных лиц в сравнении с другими схожими компаниями или товарами (услугами).

А. И. Коваленко [25] рассматривает конкурентоспособность как качество предприятия, указывающее на возможность соперничать на рынке с аналогичным видом продукции, способность совершать соревновательные действия и т.д.

С точки зрения А. Ю. Юданова [28], конкурентоспособность – возможность и тенденция ее интеграции к условиям рыночной конкуренции.

О. А. Пекарская [26], напротив, говорит о конкурентоспособности как об умении выгодно создавать и сбывать продукцию при относительно заниженной цене и более высоком качестве, чем у любых других субъектов в конкретной рыночной нише.

Подобный подход к определению дает Ж. Б. Розанова [27], однако подчеркивает применение преимущественных черт предприятия и сосредоточение его усилий на том рынке (внутреннем и внешнем), где компания может занять лидирующие места.

По мнению И. Чайки и Н. Львова [29], конкурентоспособность – это релятивная особенность, которая выражает различия становления конкретного предприятия от развития аналогичных компаний по степени удовлетворения своей продукцией потребности людей и по рентабельности конечной деятельности. Конкурентоспособность компании затрагивает способности и тенденции ее адаптации к современным условиям цифровой конкуренции.

А. Г. Мокроносов [30] определяет конкурентоспособность как хозяйственную категорию, выражающую возможность производить конкурентоспособные товары, обладание достоинствами по отношению к конкурентам в данной отрасли внутри региона и за его пределами.

Н. С. Яшин [31] разделяет мнение предыдущего автора о конкурентном преимуществе компании и ее продукции и считает это главным критерием эффективности деятельности организации. Автор утверждает, что конкурентоспособность охватывает совокупность, с одной стороны, свойств самого предприятия, определяемого уровнем использования современных цифровых технологий, а с другой – модернизации факторов, позволяющих предприятию производить более заманчивые по ценовым и неценовым признакам товары в сравнении с конкурентами.

По мнению Е. А. Лысовой [32], конкурентоспособность – возможность компании, работая над собой и совершенствуя свои навыки, превосходить аналогичные компании, плодотворно использовать внутренние резервы и брать во внимание факторы окружающей среды, делать акцент на рыночных условиях, региональной специфике развития, особенностях сферы деятельности, при этом добиваться необходимой суммы денежных средств для наращивания возможностей.

Е. А. Иванова [33] в своей работе рассматривает конкурентоспособность предприятия, отмечая, что ее особенностью является неотложное обеспечение промышленности конкурентоспособной продукцией, которая в современных реалиях выступает значимым трендом в деятельности организации, направленной на взятие лидирующих позиций на внутреннем и внешних рынках, создание продукции, отвечающей всем запросам потребителей и международным стандартам в конкретное

время на конкретной территории.

Однако Е. Е. Можарова [34] рассматривает подход к определению конкурентоспособности как способности фирмы не только обеспечивать рынок современными конкурентоспособными товарами, но и планировать производство и реализацию продукции, которая по ценовым и неценовым качествам в совокупности более заманчива для потребителей, чем товары аналогичных компаний.

С точки зрения Г. Л. Азоева [35], конкурентоспособность – это совокупная хозяйственная характеристика компании за конкретный промежуток времени на конкретном рынке, отражающая степень его превосходства по отношению к существующим конкурентам в двух компонентах – рынке и ресурсах.

П. С. Завьялов [36] под конкурентоспособностью понимает плодотворность организационно-сбытовой деятельности и фактической рентабельной реализации в условиях конкурентного рынка.

Такую же точку зрения имеет и Т. Г. Философова [37]. Конкурентоспособностью она считает как существующую, так и вероятную возможность предприятия разрабатывать, производить, реализовывать и обслуживать в определенных рамках рынка конкурентоспособную продукцию, превосходящую по качеству и ценовым показателям аналоги и пользующуюся более значительным спросом у покупателей.

В. Р. Иванченко [38] указывает, что конкурентоспособность – это необходимый в современных реалиях тренд деятельности компании, направленный на покорение как внутреннего, так и внешнего рынка путем изготовления продукции, которая соответствует требованиям потребителей и международным стандартам на конкретных рынках в конкретное время.

С почти аналогичным мнением И. У. Зулкарнаев и Л. Р. Ульясова [39] в своей работе дают определение термина как возможности удерживать конкретную долю рынка товаров и увеличивать/уменьшать эту долю.

М. В. Лисенков [40] под конкурентоспособностью рассматривает соперничество компании за незначительный объем платежеспособного требования на посильных ей сегментах.

Современный подход к определению дает А. В. Милантьев [41], понимая под конкурентоспособностью стремительную возможность компании адаптироваться к современным цифровым реалиям и совершать работу даже в условиях критической экономики.

И. П. Данилов [42] говорит о конкурентоспособности, которая служит для удовлетворения продукцией или услугами определенной общественной нужды в реальной и цифровой среде, с учетом рентабельности конечной деятельности.

С точки зрения Р. Ю. Симионова [43], конкурентоспособность есть совокупность вероятных современных цифровых способностей предприятия формировать прибыль в долгосрочной перспективе в условиях цифровизации.

Р. А. Фатхутдинов [44] конкурентоспособностью считает умение в стратегическом маркетинге устраивать конкуренцию в интернете по сравнению со схожими участниками рынка.

Конкурентоспособность как существующую и вероятную готовность компании в условиях цифровизации планировать, производить и реализовывать материальные и цифровые блага при помощи цифровых технологий, которые по ценовым и неценовым качествам более привлекательны для покупателя, чем продукция их конкурентов, рассматривает Л. М. Калашников [45].

По мнению И. Ю. Швеца [46] конкурентоспособность – качество участника рыночных отношений действовать на цифровом рынке наравне с существующими там схожими конкурирующими субъектами рыночных отношений.

В учебнике и практикуме для академического бакалавриата В. Е. Хруцкий и И. В. Корнеева [47] рассматривают конкурентоспособность как возможность результативно оперировать на цифровом рынке в конкретный период времени путем производства и сбыта конкурентоспособных товаров и услуг с использованием цифровых технологий.

В. А. Баринов, А. О. Блинов, В. Я. Захаров и М. В. Маракулин [48] видят конкурентоспособность в возможности организовать такое преобладание над аналогичными предприятиями, которое способствует достижению определенных целей не только в бытовых условиях, но и в цифровой среде.

Более развернутое определение дают М. Г. Долинская и И. А. Соловьев [49], анализируя конкурентоспособность как систематический термин, который определяется системой и тщательностью управления, качеством товаров, шириной и глубиной ассортимента, требуемого компанией или ее отдельными членами, устойчивым материальным состоянием, возможностью к инновациям, плодотворным применением ресурсов и новых цифровых возможностей, ориентированной работой с сотрудниками, уровнем развития системы товародвижения и сервиса, имиджем компании.

Г. Сабецкая [50] понимает конкурентоспособность как возможность выдерживать конкуренцию на цифровом рынке относительно схожих производителей и поставщиков аналогичных продуктов или услуг (конкурентов) с точки зрения степени удовлетворения определенной социальной потребности и с прибыльности конечной деятельности.

Таблица 1. Школы, теории и концепции конкуренции и конкурентоспособности  
Table 1. Schools, theories and concepts of competition and competitiveness

Конкурентоспособность как экономия на издержках	Конкурентоспособность как борьба за потребителя	Конкурентоспособность экономичное производство с ориентацией на потребителя	Конкурентоспособность в условиях цифровизации
Авторы рассматривают конкурентоспособность как возможность компании экономить ресурсы и этим обходить конкурентов	Авторы понимают конкурентоспособность как соперничество за своего покупателя	Авторы определяют конкурентоспособность как борьбу за потребителя при экономном производстве	Авторы включают в сущность конкурентоспособности цифровую трансформацию
А. Смит 1776 [1]; Д. Рикардо 1817 [2]; М. Портер 1980 [4]; М. И. Гельвановский 1998 [9]; Е. П. Голубков 1999 [10]; А. З. Селезнев 1999 [11]; А. Печенкин, В. Фомин 2000 [12]; С. Б. Авдашева, В. А. Аронин и др. 2006 [18]; А. И. Коваленко 2013 [25]; О. А. Пекарская 2014 [26]; Ж. Б. Розанова 2014 [27]; А. Г. Мокроносов 2014 [30]; Е. А. Лысова 2014 [32]; П. С. Завьялов 2016 [36]	Е. Вигдорчик 1998 [8]; С. Г., Светуных 2000 [13]; М. Макдональд, Я. Данбар 2002 [16]; А. Б. Кулешова 2004 [17]; Е. Н. Бондаренко 2011 [22]; Р. А. Фатхутдинов 2013 [23]; А. Н. Захаров, А. А. Зокин 2013 [24]; А. Ю. Юданов 2014 [28]; В. Р. Иванченко 2016 [38]; М. В. Лисенков 2017 [40]	И. Шумпетер 1995 [3]; И. Максимова, 1996 [5]; Л. В. Донцова 1997 [6]; С.Г. Светуных 1997 [7]; Х. А. Фасхиев 2001 [14]; А. М. Кротков 2001 [15]; Л. В. Новак 2009 [20]; Е. А. Иванова 2014 [33]; Г. Л. Азоев 2016 [35]; Т. Г. Философова 2016 [37]; Л. Р. Ильясова 2016 [39]	Г. Г. Карачурина 2010 [21]; И. Чайка, Н. Львов 2014 [29]; Н. С. Яшин 2014 [31]; Е. Е. Можарова 2015 [34]; А. В. Милантьев 2016 [41]; И. П. Данилов 2017 [42]; Р. Ю. Симионов 2017 [43]; Р. А. Фатхутдинов 2018 [44]; Л. М. Калашникова 2018 [45]; И. Ю. Швец 2018 [46]; И. В. Корнеева 2018 [47]; В.А. Баринов 2019 [48]; М. Г. Долинская 2019 [49]; Г. Сабецкая [50]

Проведенный анализ понятия «конкурентоспособность» позволил отметить, что большинство авторов трактуют термин, опираясь на соперничество компаний и их продукцию. Эволюционный подход к определениям показал, что со временем оно дополняется значимыми элементами.

Таким образом, в результате проведенного исследования мы рассматриваем конкурентоспособность как возможность субъекта рыночных отношений своевременно адаптироваться к изменяющимся реалиям и использовать новые цифровые технологии для повышения уровня обслуживания и удовлетворения потребностей покупателей раньше и лучше конкурентов.

**Выводы и дискуссионные вопросы.** Ретроспективный анализ термина конкурентоспособности позволил выявить, что большинство авторов определяет данный термин как соперничество предприятий за рынок, товар, потребителя. Эволюционный подход к изложению определений показал, что со временем определения обогащаются новыми значимыми элементами, которые выражают реалии, связанные с цифровой трансформацией.

Важным моментом в понимании термина конкурентоспособности стали быстро изменяющаяся окружающая среда и формирующиеся новые риски для предприятий. Экономисты отмечают, что важность использования научных разработок для управления предприятием повышается в условиях современной конкуренции. Изначально ключевыми моментами были экономия на издержках и привлечение своего потребителя. Цифровая трансформация привела к появлению на рынке многофункциональных предприятий, которые практикуют развитие как в обычном формате, так и в цифровой среде путем реализации цифровых товаров и услуг.

Актуальное определение конкурентоспособности заключается в понимании того, что компании необходимо не только взаимодействовать и сохранять устойчивое положение на рынке по отношению к конкурентам и внешним субъектам, но и энергично использовать новые цифровые ресурсы для плодотворного позиционирования в течение всех жизненных циклов и увеличения финансовой стабильности и роста рентабельности.

#### **Библиографический список**

1. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит. – Москва : Эксмо, 2009. – 960 с.
2. Рикардо, Д. Начала политической экономии и налогового обложения [Текст] / Д. Рикардо. – Москва : Эксмо, 2007. – 960 с.
3. Шумпетер, Й. Капитализм, социализм и демократия [Текст] / И. Шумпетер. – Москва : Экономика, 1995. – 540 с.
4. Портер, М. Конкуренция [Текст] / М. Портер. – Москва: Вильямс, 2005. – 608 с.
5. Максимова, И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия [Текст] / И. Максимова // Маркетинг. – 1996. – № 3. – С. 33-39.
6. Донцова, Л. В. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции [Текст] / Л. В. Донцова. – Москва : Пресс-сервис, 1997. – 129 с.
7. Светульников, С. Г. Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях [Текст] / С. Г. Светульников. – СПб.: Питер, 1997. – 106 с.
8. Вигдорчик, Е. Пути повышения конкурентоспособности предприятий [Текст] / Е. Вигдорчик, А. Нещадин, И. Липсиц // Экономист. – 1998. – № 11. – С. 69-71.
9. Гельвановский, М. И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневых измерениях [Текст] / М. И. Гельвановский // Российский

экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67-68.

10. Голубков, Е. П. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе [Текст] / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 2. – С. 27-43.

11. Селезнев, А. З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России: монография [Текст] / А. З. Селезнев. – Москва : Юристь, 1999. – 384 с.

12. Печенкин, А. Об оценке конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей [Текст] / А. Печенкин, В. Фомин // Маркетинг. – 2000. – № 2. – С. 23-25.

13. Светуных, С. Г. Конкуренция и предпринимательские решения [Текст] / С. Г. Светуных, А. А. Литвинов. – Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2000. – 256 с.

14. Фасхиев, Х. А. Анализ методов оценки качества и конкурентоспособности грузовых автомобилей [Текст] / Х. А. Фасхиев // Методы менеджмента качества. – 2001. – № 3. – С. 24-28.

15. Кротков, А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки [Текст] / А. М. Кротков, Ю. Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 19-24.

16. Макдоналд, М. Сегментирование рынка: практическое руководство [Текст] / М. Макдоналд, Я. Данбар. – Москва : Дело и сервис, 2002. – 288 с.

17. Кулешова, А. Б. Конкуренция в вопросах и ответах [Текст] / А. Б. Кулешова. – Москва : ТК Велби, 2004. – 256 с.

18. Конкуренция и антимонопольное регулирование [Текст] / С. Б. Авдашева, В. А. Аронин, И. К. Ахполов [и др.]. – Москва : Новый мир, 2006. – 458 с.

19. Данилов, И. П. Конкурентоспособность регионов России (теоретические основы и методология) : монография [Текст] / И. П. Данилов. – Москва : Канон +, 2017. – 368 с.

20. Новак, Л. В. Моделирование механизма повышения конкурентоспособности в активных экономических системах [Текст] / Л. В. Новак; Филиал ФГОУ ВПО «РГУТиС» в г. Самаре. – Самара : Самара, отд-ние Литфонда, 2009. – 184 с.

21. Карачурина, Г. Г. Инновационная конкурентоспособность региона и ее влияние на устойчивость экономического развития [Текст] / Г. Г. Карачурина, А. В. Золотухина, Е. А. Путенихина // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 21. – С. 29-34

22. Бондаренко, Е. Н. Методические подходы к оценке конкурентоспособности региона [Текст] / Е. Н. Бондаренко // Наукапарк. – 2011. – № 2(3). – С. 88-95.

23. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – Москва: Маркетинг, 2013. – 892 с.

24. Захаров, А. Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения [Текст] / А. Н. Захаров, А. А. Зокин // Бизнес и банки. – 2013. – № 1-2. – С. 1-5.

25. Коваленко, А. И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях [Текст] / А. И. Коваленко // Современная конкуренция. – 2013. – № 6(42). – 65-79.

26. Пекарская, О. А. Формирование и развитие конкурентоспособности предприятий гостиничных услуг (на примере Санкт-Петербурга): дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Ольга Алексеевна Пекарская. – Санкт-Петербург, 2014. – 169 с.

27. Розанова, Ж. Б. Факторы и резервы повышения конкурентоспособности предприятия [Текст] / Ж. Б. Розанова // Актуальные вопросы управления в социальных

и экономических системах: межвуз. науч. сб. – Уфа, 2014. – С. 122-127.

28. Юданов, А. Ю. Конкуренция: теория и практика [Текст] / А. Ю. Юданов. – 2-изд., испр. и доп. – Москва : Гном-Пресс, 2014. – 142 с.

29. Чайка, И. Конкурентоспособное качество отечественной продукции – ключевая проблема выхода России из экономического кризиса [Текст] / И. Чайка, Н. Львов // Стандарты и качество. – 2014. – № 6. – С. 47-50.

30. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность [Текст] / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Уралю ун-та, 2014. – 194 с.

31. Яшин, Н. С. Конкурентоспособность предприятий: методология, оценка [Текст] / Н. С. Яшин. – Саратов: Изд. центр СГЭА, 2014. – 248 с.

32. Лысова, Е. А. Разработка организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг [Текст] / Е. А. Лысова // Научно-технические ведомости СПб ГПУ. – 2014. – № 2(192). – С. 88-97.

33. Иванова, Е. А. Оценка конкурентоспособности предприятия [Текст] / Е. А. Иванова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 430 с.

34. Можарова, Е. Е. Совершенствование организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Елена Евгеньевна Можарова. – Москва, 2015. – 24 с.

35. Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы [Текст] / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – Москва : Новости, 2016. – 255 с.

36. Завьялов, П. С. Базовые факторы конкуренции и конкурентоспособности в сфере услуг [Текст] / П. С. Завьялов // Вестник ТИСБИ. – 2016. – № 2. – С. 15-20.

37. Философова, Т. Г. Международная конкурентоспособность инновационных фирм: взаимодействие факторов внутренней среды и национальной инновационной системы [Текст] / Т. Г. Философова, Т. А. Ланьшина // Россия в глобальном мире. Сборник научных трудов 10-й Всерос. науч.-теоретич. конф. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 25-35.

38. Иванченко, В. Р. Разработка сетевой управляющей модели программы по повышению конкурентоспособности предприятий [Текст] / В. Р. Иванченко // Вестник Калининградского юридического института МВД России. – 2016. – № 4(22). – С. 85-90.

39. Ильясова, Л. Р. Методический подход к расчету индикаторов конкурентоспособности предприятия [Текст] / Ильясова Л. Р. // Балтийский экономический журнал. – Калининград. – 2016. – № 1(5). – С. 69-77.

40. Лисенков, М. В. Конкурентный потенциал и конкурентная стратегия в совокупности отношений конкурентоспособности [Текст] / М. В. Лисенков // Вестник ТГУ. – 2017. – № 45. - С. 63-65.

41. Милантьев, А. В. Сущность и понятие конкурентоспособности [Текст] / А. В. Милантьев // Студенческая наука XXI века: материалы VIII Междунар. студенч. науч.-практ. конф. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – № 1 (8). – С. 204-210.

42. Данилов, И. П. Конкурентоспособность регионов России (теоретические основы и методология) : монография [Текст] / И. П. Данилов. – Москва : «Канон +», 2017. – 368 с.

43. Симионов, Р. Ю. Стоимостная оценка экономического потенциала строительного предприятия: подходы и методы [Текст] / Р. Ю. Симионов // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. – № 2. – С. 14-19.

44. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический маркетинг [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 368 с.

45. Калашникова, Л. М. Конкурентоспособность предприятий и их продукции [Текст] / Л. М. Калашникова // Машиностроитель. – 2018. – № 11. – С. 15-18.

46. Швец, И. Ю. Анализ развития теории конкурентоспособности [Текст] / И. Ю. Швец // Проблемы экономики и управления. – 2018. – № 3. – С. 44-49.
47. Корнеева, И. В. Маркетинг [Текст] / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – Москва: Юрайт, 2018. – 436 с.
48. Баринов, В. А. Развитие организации в конкурентной среде [Текст] / В. А. Баринов, А. В. Синельников // Менеджмент в России и за рубежом. – 2019. – № 6. – С. 16-22.
49. Долинская, М. Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции [Текст] / М. Г. Долинская, И. А. Соловьев. – Москва : Экономика, 2019. – 125 с.
50. Сабецкая, Г. Рыночная модель конкурентоспособности продукции [Текст] / Г. Сабецкая // Маркетинг. – 2020. – № 1. – С. 29-33.

### **References**

1. Smith, A. (2009). Research on the nature and causes of the wealth of peoples. Moscow : Eksmo, 960.
2. Ricardo, D. (2007). The Beginnings of Political economy and taxation. Moscow : Eksmo, 960.
3. Schumpeter, J. (1995). Capitalism, Socialism and Democracy. Moscow : Ekonomika, 540.
4. Porter, M. (2005). Competition: translated from English. Moscow : Williams, 608.
5. Maksimova, I. (1996). Evaluation of the competitiveness of an industrial enterprise. Marketing, 3, 33-39.
6. Dontsova, L. V. (1997). Problems of competitiveness of electrotechnical products. Moscow: Press-service, 129.
7. Svetunkov, S. G. (1997). Forecasting the economic conjuncture in marketing research. St. Petersburg: Peter, 106.
8. Vigdorichik, E., Neschadin, A., Lipsits, I. (1998). Ways to increase the competitiveness of enterprises. Economist, 11, 69-71.
9. Gelvanovskiy, M. I. (1998). Competitiveness in micro-, meso- and macro-level dimensions. The Russian economic journal, 3, 67-68.
10. Golubkov, E. P. (1999). Studying competitors and gaining advantages in competition. Marketing in Russia and abroad, 2, 27-43.
11. Seleznev, A. Z. (1999). Competitive positions and infrastructure of the Russian market. Moscow : Jurist, 384.
12. Pechenkin, A., Fomin V. (2000). On assessing the competitiveness of goods and commodity producers. Marketing, 2, 23-25.
13. Svetunkov, S. G., Litvinov, A. A. (2000). Competition and entrepreneurial solutions. Ulyanovsk: Corporation of Promotion Technologies, 256.
14. Fashiev, H. A. (2001). Analysis of methods for assessing the quality and competitiveness of trucks. Methods of quality management. 3. 24-28.
15. Krotkov, A. M., Eleneva, Yu. Ya. (2001). Competitiveness of the enterprise: approaches to ensuring, criteria, evaluation methods. Marketing in Russia and abroad, 6, 19-24.
16. McDonald, M., Dunbar, Ya. (2002). Market segmentation: A practical guide. Moscow : Business and Service, 288.
17. Kuleshova, A. B. (2004). Competition in questions and answers. Moscow : TK Velbi, 256.
18. Avdashev, S. B., Aronin, V. A., Akhpolpv, I. K. [et al.] (2006). Competition and

antimonopoly regulation. Moscow : Novy Mir, 458.

19. Danilov, I. P. (2017). Competitiveness of Russian regions (theoretical foundations and methodology): monograph. Moscow : Canon +, 368.

20. Novak, L. V. (2009). Modeling of the mechanism of increasing competitiveness in active economic systems. Samara: Samara, Publishing House of the Literary Fund, 184.

21. Karachurina, G. G., Zolotukhina, A. V., Putenikhina, E. A. (2010). Innovative competitiveness of the region and its impact on the sustainability of economic development. *Regional economy: theory and practice*, 21, 29-34.

22. Bondarenko, E. N. (2011). Methodological approaches to assessing the competitiveness of the region. *Naukapark*, 2(3), 88-95.

23. Fatkhutdinov, R. A. (2013). Competitiveness of an organization in a crisis: economics, marketing, management. Moscow : Marketing, 892.

24. Zakharov, A. N., Zokin, A. A. (2013). Competitiveness of the enterprise: essence, methods of assessment and mechanisms of increase. *Business and banks*, 1-2, 1-5.

25. Kovalenko, A. I. (2013). Theoretical and methodological aspects of using the concept of "competitiveness" in scientific research. *Modern competition*, 6(42), 65-79.

26. Pekarskaya, O. A. (2014). Formation and development of competitiveness of hotel services enterprises (on the example of St. Petersburg): dis. ... Candidate of Economic Sciences: 08.00.05 / Olga Alekseevna Pekarskaya. St. Petersburg, 169.

27. Rozanova, Zh. B. (2014). Factors and reserves of increasing the competitiveness of the enterprise. *Topical issues of management in social and economic systems: Inter-university. sci. collection*. Ufa, 122-127.

28. Yudanov, A. Yu. (2014). Competition: theory and practice. Moscow : Gnom-Press, 142.

29. Chaika, I., Lviv, N. (2014). Competitive quality of domestic products – the key problem of Russia's exit from the economic crisis. *Standards and quality*, 6, 47-50.

30. Mokronosov, A. G., Mavrina, I. N. (2014). Competition and competitiveness. Yekaterinburg : Publishing House of the Ural University, 194.

31. Yashin, N. S. (2014). Competitiveness of enterprises: methodology, evaluation. Saratov: Publishing house of the SGEA Center, 248.

32. Lysova, E. A. (2014). Development of an organizational and economic mechanism for managing the competitiveness of a service sector enterprise. *Scientific and technical bulletin of St. Petersburg GPU*, 2(192), 88-97.

33. Ivanova, E. A. (2014). Assessment of competitiveness of the enterprise. Rostov-on-Don : Phoenix, 430.

34. Mozharova, E. E. (2015). Improvement of the organizational and economic mechanism for increasing the competitiveness of an industrial enterprise: abstract. dis. ... Candidate of Economic Sciences: 08.00.05 / Elena Evgenievna Mozharova. Moscow, 24.

35. Azoev, G. L., Chelenkov, A. P. (2016). Competitive advantages of the company. Moscow : Novosti, 255.

36. Zavyalov, P. S. (2016). Basic factors of competition and competitiveness in the service sector. *Bulletin of TISBI*, 2, 15-20.

37. Filosofova, T. G., Lanshina, T. A. (2016). International competitiveness of innovative firms: interaction of factors of the internal environment and the national innovation system. *Russia in the global world. Collection of scientific papers of the 10th All-Russian Scientific and Theoretical Conference*. St. Petersburg, 25-35.

38. Ivanchenko, V. R. (2016). Development of a network management model of a program to improve the competitiveness of enterprises. *Bulletin of the Kaliningrad Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 4(22), 85-90.

39. Ilyasova, L. R. (2016). Methodical approach to the calculation of indicators of

competitiveness of the enterprise. *Baltic Economic Journal*. Kaliningrad, 1(5), 69-77.

40. Lisenkov, M. V. (2017). Competitive potential and competitive strategy in the aggregate of competitiveness relations. *Bulletin of TSU*, 45, 63-65.

41. Milantsev, A. V. (2016). The essence and concept of competitiveness. *Student science of the XXI century: materials of the VIII International Student Scientific and Practical Conference*. Cheboksary, 1(8), 204-210.

42. Danilov, I. P. (2017). *Competitiveness of Russian regions (theoretical foundations and methodology): monograph*. Moscow : Canon +, 368.

43. Simionov, R. Yu. (2017). Cost estimation of the economic potential of a construction enterprise: approaches and methods. *Economic analysis: theory and practice*, 2, 14-19.

44. Fatkhutdinov, R. A. (2017). *Strategic Marketing*. St. Petersburg: Peter, 368.

45. Kalashnikova, L. M. (2018). *Competitiveness of enterprises and their products*. *Mashinostroitel*, 11, 15-18.

46. Shvets, I. Y. (2018). Analysis of the development of the theory of competitiveness. *Problems of economics and management*, 3, 44-49.

47. Korneeva, I. V., Khrutsky, V. E. (2018). *Marketing*. Moscow : Yurayt, 436.

48. Barinov, V. A., Sinelnikov, A. V. (2019). Development of the organization in a competitive environment. *Management in Russia and abroad*, 6, 16-22.

49. Dolinskaya, M. G., Soloviev, I. A. (2019). *Marketing and competitiveness of industrial products*. Moscow : Economics, 125.

50. Sabetskaya, G. (2020). Market model of product competitiveness. *Marketing*, 1, 29-33.