

## СТРУКТУРА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФУНДАМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

**Антон Витальевич Хотян**

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Российская Федерация,  
anton\_khotyan@mail.ru

**Аннотация.** Современный этап развития экономики требует от организаций выработки комплексных решений для поддержания конкурентоспособности. В статье раскрываются иерархические связи и структурные элементы конкурентоспособности организаций. Развиваются идеи об источниках конкурентоспособности. Дается комплексное авторское представление о структуре конкурентоспособности организации с учетом развития современной экономической и управленческой мысли. Подчеркивается возрастающая ценность человеческого капитала как источника конкурентоспособности организации.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность организации, иерархия конкурентоспособности, факторы и источники конкурентоспособности, управление конкурентоспособностью

**Для цитирования:** Хотян А. В. Структура конкурентоспособности организации как фундамент эффективного управления // Развитие территорий. 2023. № 3. С. 53—59. DOI: 10.32324/2412-8945-2023-3-53-59.

Problems of economic development and management

Original article

## THE STRUCTURE OF COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION AS THE FOUNDATION OF EFFICIENT MANAGEMENT

**Anton V. Khotyan**

Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don, Russian Federation, anton\_khotyan@mail.ru

**Abstract.** The modern stage of economic development requires organizations to develop complex solutions to maintain competitiveness. The article reveals hierarchical relations and structural elements of organizations' competitiveness. The ideas about the sources of competitiveness are developed. The author gives a comprehensive author's idea of the structure of competitiveness of the organization taking into account the development of modern economic and managerial thought. The increasing value of human capital as a source of competitiveness of the organization is emphasized.

**Keywords:** competition, competitiveness of an organization, hierarchy of competitiveness, factors and sources of competitiveness, competitiveness management

**For citation:** Khotyan A.V. The structure of competitiveness of the organization as the foundation of efficient management. *Territory Development*. 2023;(3):53—59. (In Russ.). DOI: 10.32324/2412-8945-2023-3-53-59.

### Введение

В настоящее время существует множество теорий и подходов к изучению конкурентоспособности, что говорит одновременно как о достаточном исследовательском потенциале предмета, так и о его важности и актуальности. Ученые дали большое количество авторских трактовок этого понятия, тем не менее отсутствует какой-либо общепринятый терминологический аппарат, что усложняет систематизацию методов оценки, а следовательно, управления конкурентоспособностью на различных уровнях.

Ввиду целого ряда факторов развитие конкурентоспособности на всех уровнях видится нам действительно важным условием развития общества в экономическом и социальном аспектах. Повышение конкурентоспособности экономики (промышленности, торговли, сопутствующих тех-

нологий) создает мощный импульс для развития потенциала как страны в целом, так и предприятий в частности, а также для отдельных людей, формируя тем самым здоровый цикл воспроизводства, что положительно сказывается на устойчивом развитии всей экономической системы.

### Структура конкурентоспособности: субъекты и взаимосвязи

Согласно М. Портеру, понятия «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество» концептуально взаимосвязаны: логически конкурентное преимущество есть фактор, причина конкурентоспособности, а конкурентоспособность, в свою очередь, определяется как результат наличия ряда преимуществ, а также их реализации [1, с. 30].

Иерархически структура конкурентоспособности рассматривается различными исследователями порой противоречиво, несколько путанно и неоднозначно. Одним из наиболее устойчивых

видов является метод М. И. Гельвановского, который описывает структуру следующим образом [2]:

- макроуровень (страны);
- мезоуровень (предприятия);
- микроуровень (товары).

Отметим существенную, на наш взгляд, разницу в понимании природы и причинно-следственной связи в противоречии «конкурентоспособность предприятия / конкурентоспособность товара». Так, ученые выделяют следующие особенности:

- предприятие и товар имеют различную продолжительность жизненного цикла;
- устойчивое конкурентное преимущество предприятия не может опираться только на уникальные свойства товара, так как в случае их копирования предприятию может быть нанесен существенный экономический урон;
- оценка конкурентоспособности товара и предприятия разнится количественно (конкурентоспособность товара может изучаться на примере одного товара, конкурентоспособность предприятия требует анализа всего ассортимента);
- конкурентоспособность предприятия предполагает более широкий спектр тактик (производство, логистика, маркетинг, управление) [3, с. 41].

Важнейшим, на наш взгляд, элементом в иерархии конкурентоспособности является предприятие, а сама конкуренция понимается как некая его дополнительная деятельность. Конкуренция — это двигатель, катализатор усилий, прилагаемых предприятием в отношении рынка.

Итак, что же есть конкурентоспособность предприятия? Существует ряд классификаций данной категории. В качестве основания для рассмотрения возможных ответов на данный вопрос приведем две интересующие нас в разрезе предмета проводимого исследования достаточно распространенные и емкие классификации. Согласно одной из них, разрабатываемой в трудах В. В. Криворотова, Д. С. Воронова и др., конкурентоспособность предприятия есть его способность:

- создавать конкурентоспособные товары (т. е. конкурентоспособность предприятия равна способности выпускать и сбывать конкурентоспособные товары и (или) услуги);
- формировать и поддерживать конкурентные преимущества (которые обеспечивают предприятию возможности конкурировать с другими предприятиями, не теряя устойчивости);
- реализовывать оптимальную для текущих условий оперирования стратегию (что подразумевает большую адаптивность к изменениям на рынке, а также формирование и развитие требуемых ключевых компетенций);
- удерживать или исправлять положение на рынке (что отражается в занимаемой доле рынка);
- обеспечивать эффективность операций (что происходит путем внедрения и использования актуальных производственных, маркетинговых и управленческих инструментов) [4, с. 108—113].

Альтернативная классификация, которую мы рассмотрим в рамках проводимого исследования, основывается на работах ученого Х. А. Фасхиева,

который разделит предприятия на несколько категорий, в зависимости от того, что находится в центре внимания:

- внимание сосредоточено на товарной составляющей;
- внимание сосредоточено на товарной составляющей и производственной деятельности;
- внимание сосредоточено на внутренней и внешней деятельности предприятия без выделения товарной составляющей [5, с. 75—77].

Товарная составляющая получила активное развитие в работах профессора Р. А. Фатхутдинова, фокусирующегося на том, что суть конкурентоспособности предприятия заключается в способности производить конкурентоспособный товар или услугу [6, с. 184]. Подобного мнения придерживается и М. Г. Миронов, рассматривая конкурентоспособность предприятия как способ адаптации к условиям рыночной конкуренции, где конкуренция предприятий имеет, по сути, характер конкуренции товаров как основной формы проявления конкурентоспособности самого предприятия [7, с. 19].

С нашей точки зрения, однако, товар может являться одним из факторов, формирующих конкурентное преимущество, однако действие данного преимущества может быть ограничено во времени. Более того, продукт как таковой не всегда способен обеспечивать конкурентоспособность предприятия, что подводит нас к идее о допустимости, возможности такой трактовки лишь в определенных случаях, т. е. она не универсальна.

Концепции конкурентоспособности предприятий, включающие не только (или даже не столько) продуктовую составляющую, но и производственную деятельность предприятий, представлены в работах Ю. Б. Рубина и В. В. Шустова, согласно которым конкурентоспособность предприятия рассматривается в динамике и перспективе, а именно как действительная, актуальная и вероятная, возможная в будущем способность предприятия создавать и оборачивать на рынке товары, которые по своим характеристикам более привлекательны для потребителей [8, с. 6—7]. А. Н. Чаплина формулирует термин как способность предприятия создавать востребованные на рынке товары, удерживая при этом высокие показатели эффективности производства [9, с. 238]. Важно в этой связи также выделить относительность данного понятия, так как содержательное наполнение конкурентоспособности появляется не в искусственной изоляции и теоретизации, а благодаря сравнению со сходными параметрами или идентификаторами конкурентоспособности предприятий-конкурентов [10, с. 93]. Г. Б. Бакалгин отмечает, что мера конкурентоспособности предприятия определяется умением функционировать в условиях рыночной экономики, создавать ценность и прибыль, достаточную для развития производственных мощностей, поддержки сотрудников и создания конкурентоспособной продукции [11].

Целый ряд отечественных ученых фокусируют свое внимание в большей степени на внутренних и внешних факторах деятельности предприятий, не выделяя при этом ее товарного компонента. Сложность взаимосвязей между уровнями конкурентоспособности подразумевает также взаимосвязь конкурентного положения отдельно взятого предприятия не столько с уровнем конкурентоспособности его отдельных продуктов, сколько с уровнем конкурентоспособности государства, страны как системы. Так, согласно З. А. Васильевой, основой для формирования привлекательных условий для экономической деятельности и безопасных капиталовложений служит политика государства [12, с. 83]. Профессор М. Гельвановский также подчеркивал, что конкурентоспособность — это комплексная многоуровневая категория, при изучении которой необходимо учитывать ее уровень [13, с. 76].

Подытоживая идею системности представлений о конкурентоспособности, следует отметить, что распространенная триада продукт — предприятие — страна, на наш взгляд, предполагает рассмотрение ее в качестве набора различных взаимосвязанных уровней, или ступеней, иерархии, на которых происходит экономическая активность, однако конкуренция является незаконченной, так как не отражает в полной мере один немаловажный уровень — уровень индивида.

В этой связи также следует отметить особую важность (однако не столь распространенную в экономических оценках уровней конкурентоспособности) фундаментального уровня конкурентоспособности отдельного человека, сотрудника. Данный уровень конкурентоспособности предприятия имеет, на наш взгляд, несколько неопределенный статус. С одной стороны, конкурентоспособность отдельного человека, личности не в полной мере относится к предмету исследований экономических наук, представляя в большей мере интерес для психологии и социологии. С другой — именно люди создают ту ценность, которая оказывается востребована на рынке. Сотрудники предприятия формируют стратегию, обеспечивают экономическую эффективность, принимают управленческие, операционные и кадровые решения. Ноу-хау, эффективные маркетинговые, логистические и производственные решения разрабатываются и принимаются также людьми.

Обращаясь к теории конкурентоспособности личности, приведем трактовку профессора В. И. Андреева, согласно которой конкурентоспособность индивида представляет собой взаимосвязанную совокупность: ясность целей и ориентиров, трудолюбие, творческое отношение к делу, здравая способность к риску, лидерские навыки, стрессоустойчивость, стремление к профессиональному и личностному росту, достигаемому гуманными способами [14, с. 25—32].

Таким образом, мы приходим к выводу, что конкурентоспособность предприятия является одним из трех «сообщающихся сосудов» в структуре конкуренции, где базовым ее уровнем явля-

ется не товар, а сотрудник, связующим — предприятие, а самым крупным — государство.

Конкурентоспособность товаров, безусловно, важна для обеспечения конкурентоспособности предприятия, так как трудно представить себе предприятие, неспособное производить конкурентоспособные товары, но тем не менее являющееся конкурентоспособным. Однако влияние товара на конкурентоспособность предприятия может быть, скорее, отнесено к одному из конкурентных преимуществ, в то время как конкурентоспособность персонала имеет всеобъемлющее, всепроникающее влияние на конкурентоспособность предприятия как на стадии выработки управленческих решений, так и на этапах планирования и реализации.

### **Сущность конкурентоспособности мезоуровневых акторов (хозяйствующих субъектов)**

Возвращаясь к конкурентоспособности предприятия, следует отметить, что в современной экономической науке существует множество разнообразных представлений и подходов к определению понятия конкурентоспособности предприятия, согласно которым она коррелируется самыми разными параметрами и понятиями — от устойчивости до качества и эффективности.

С нашей точки зрения, конкурентоспособность предприятия следует рассматривать исходя из позиций деятельностного видения конкуренции, сформулированного как взаимодействие предприятия с другими участниками рынка в условиях неопределенности путем принятия неоптимальных решений, направленных на достижение целей на этом рынке, протяженных во времени. В этой связи, подчеркивая важность учета целесообразности, протяженности во времени и заведомой неоптимальности ввиду окружающей неопределенности, отметим точность и справедливость определения Д. С. Воронова, утверждающего, что конкурентоспособность предприятия есть универсальное свойство любого предприятия, мера эффективности использования экономических ресурсов в сравнении с конкурентами [4, с. 114]. Подобная формулировка содержится также в дефиниции Л. М. Калашниковой, где конкурентоспособность предприятия включает в себя целый ряд немаловажных факторов, служащих формированию предпосылок для достижения целей предприятия на рынке, таких как система управления, качественные и количественные характеристики предлагаемого товарного ряда, инновационность, эффективность использования ресурсов (включая трудовые ресурсы и компетенции), а также логистическая система и репутация предприятия [15, с. 206].

В рамках нашего исследования мы придерживаемся данной формулировки в отношении конкурентоспособности как предприятия в целом, так и его различных функциональных подсистем. Выделим важный компонент в данной формулировке, имеющий особое значение в рамках про-

водимого исследования, а именно эффективность использования экономических ресурсов. Эффективность в самом широком смысле — это соотношение того результата, который удалось получить, к объему использованного ресурса. Под экономическими ресурсами мы понимаем всю совокупность наличествующих у предприятия источников создания ценности, включающую в себя материальные ресурсы, финансы, трудовые ресурсы, знания и компетенции, а также управленческий и предпринимательский потенциал. Преобразуя все указанные ресурсы, предприятие стремится создать конкурентные преимущества.

Конкурентные преимущества также представляют собой разрозненную палитру подходов, представленную рядом авторских дефиниций. Отметим, однако, важность этой категории понятий для определения методологии анализа и оценки конкурентоспособности предприятий, так как гибкость предприятия в адаптации своих ресурсов к складывающейся экономической ситуации позволяет осознанно формировать свою стратегию на основе тех из них, которые могут в данном случае стать преимуществами.

Итак, профессор Р. А. Фатхутдинов рассматривает понятие «конкурентное преимущество» как «превосходство объекта управления в какой-либо области деятельности по сравнению с конкурентами» [16, с. 105]. Г. Л. Азоев формулирует термин, уточняя его, как реализацию измеримого превосходства в различных аспектах деятельности предприятия [17, с. 30]. С точки зрения Н. Г. Агеевой, преимущество есть положение предприятия на рынке, фактически определяющее его способность побеждать в конкурентной борьбе за внимание покупателей, реализуемое посредством использования имманентных этому предприятию особых ресурсов либо благодаря наличию достаточно высокой степени компетентности в тех аспектах деятельности, которые представляют наибольшую для него важность [18, с. 64]. М. Портер в своих работах по стратегическому управлению выделял следующие основные виды конкурентных преимуществ: дифференциация продукции, низкие производственные и операционные издержки [19, с. 42].

Важным видится построение устойчивой умозрительной основы, генерирующей необходимые комбинации различных конкурентных преимуществ в текущих условиях оперирования. Следует ответить на вопрос — что в таком случае является источником конкурентоспособности предприятия?

### **Факторы и источники конкурентоспособности организаций**

Ответ на этот вопрос впервые озвучил М. Портер, определив два основных источника: операционную эффективность деятельности и стратегическое позиционирование. Операционная эффективность подразумевает качественно лучшее исполнение типовых операций, наличествующих также у конкурентов. Стратегическое позиционирование, в свою очередь, есть явное различие

с тем, какими методами реализуются схожие с конкурентами виды деятельности или посредством каких действий в принципе формируется самобытная (отличная от конкурентов) ценность для рынка. Таким образом, операционная эффективность увеличивает объем прибыли, а стратегическое позиционирование ее обуславливает. То, насколько источники смогут оказывать фактическое воздействие на рост конкурентоспособности предприятия, во многом зависит от внутренних и внешних факторов, во взаимодействии с которыми оно оперирует [3, с. 45—46].

Факторы, определяющие меру конкурентоспособности предприятия, действительно разнообразны и классифицируются учеными по-разному. Прежде чем мы рассмотрим их детальнее, следует отметить, что часто исследователи среди наиболее значимых выделяют следующие факторы:

- финансовую устойчивость предприятия;
- применяемые передовые технологии;
- гибкость в управлении ассортиментом и услугами;
- наличие торговой сети;
- качество обслуживания;
- действенность рекламы и системы связей с общественностью;
- обеспеченность информацией [20, с. 60].

Данная классификация не учитывает важной составляющей. На наш взгляд, следует разделять факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность предприятия, по характеру их природы и мерам возможного на них влияния со стороны руководства предприятия.

Выделяют внутренние и внешние факторы. К внутренним факторам относят такие, которые в большей мере определяются предприятием. Внешние, в свою очередь, формируют некую среду, в которой предприятие функционирует [21, с. 74].

Приведем примеры факторов, не ограничивая список указанными ниже. К внутренним факторам относятся: производственная и организационная структура предприятия; применяемые технологии; репутация; эффективная конкурентная стратегия. Среди внешних факторов следует выделить следующие: государственная экономическая политика; уровень развития экономики страны; уровень развития инфраструктуры в стране; развитие научно-технологического потенциала.

Итак, следуя деятельностному подходу к пониманию конкуренции в целом и конкурентоспособности предприятия в частности, мы опираемся на определение, предложенное Д. С. Вороновым, согласно которому источником конкурентоспособности предприятия выступает формируемый руководством предприятия набор факторов, оказывающих определенное влияние на результаты деятельности. Метод выявления источников конкурентоспособности основан на взаимодействии комплекса внешних и внутренних детерминантов, сформулированных ранее М. Портером. Они делятся на факторы базирования и факторы конкурентной среды. Оказывая взаимное влияние друг

на друга, факторы базирования и факторы конкурентной среды формируют источники конкурентоспособности предприятия, а именно операционную эффективность и стратегическое позиционирование (по М. Портеру) и устойчивое финансовое состояние, согласно Д. С. Воронову [4, с. 169—173].

Еще один немаловажный источник конкурентоспособности выступает эффективная кадровая политика предприятия, функционирование которой является, как и в случае с иерархическими уровнями конкурентоспособности, основой функционирования остальных источников.

## Выводы

Современные исследования в науке управления также подтверждают растущую потребность в систематизации и дальнейшем развитии человеческого капитала как источника конкурентоспособности предприятий. Профессор А. В. Тебе-

кин утверждает, что в ближайшие десятилетия помимо повышения эффективности управления межличностными отношениями, а также развития культуры управления в компаниях «концепция 2030-х гг. будет базироваться на технологиях использования человеческого капитала, т. е. знаний, умений, талантов и способностей сотрудников компании» [22, с. 174—175].

Графически отобразим предложенную структуру конкурентоспособности предприятия в виде трех основных источников конкурентоспособности (финансовая устойчивость, операционная эффективность и стратегическое позиционирование), связанных с эффективной кадровой политикой в качестве четвертого, системообразующего источника, которые, находясь в активном взаимодействии с различными факторами конкурентоспособности предприятия (внешними и внутренними), продуцируют ее на протяжении некоторого времени (рисунок).



Структура конкурентоспособности предприятия (предложена автором)  
Structure of enterprise competitiveness (proposed by the author)

Критически важной характеристикой различий между предприятием и товаром с точки зрения конкурентоспособности, а также, собственно, немаловажным фактором влияния при оценке конкурентоспособности предприятия может считаться категория «время». Время выступает действительно серьезным фактором конкурентоспособности, пронизывающим как внешние факторы (факторы конкурентной среды), так и внутренние (факторы базирования). Фактор времени соединяет в единую сеть взаимодействия все рыночные силы М. Портера: потребителей, поставщиков, существующих и потенциальных конкурентов, производителей товаров-заменителей [20, с. 61—62].

Приведем ряд примеров:

— сокращение временных затрат на выполнение различных процессов формирует предпосылки для ряда преимуществ с точки зрения экономики ресурсов, а также улучшения потребитель-

ских свойств (в случае, например, с логистическими услугами);

— соблюдение сроков исполнения во многих областях является принципиальным, «гигиеническим» фактором, скорее, не формирующим конкурентные преимущества, а обуславливающим в целом основания для сотрудничества;

— реструктуризация текущих процессов выступает мерой адаптивности предприятия к меняющейся среде, например при внедрении новых методов производства или продаж.

Бесспорным видится утверждение, что для организации устойчивого развития предприятия требуется постоянная деятельность руководства и персонала по повышению конкурентоспособности. Этот процесс, как мы уже указывали, существенно отличается от формирования «конкурентоспособности товара», является более сложной организованной активностью по улучшению опе-

рирования всех подсистем предприятия. Управление конкурентоспособностью предприятия есть не что иное, как формирование актуальных конкурентных преимуществ во всех значимых сферах функционирования. Целью этой деятельности является реализация объединенного потенциала

всех подсистем предприятия, формирующая таким образом набор конкурентных преимуществ. Эти конкурентные преимущества крайне важны, так как обеспечивают достижение целей, при этом оптимально (в достижимых рамках) расходуя имеющиеся у предприятия экономические ресурсы.

#### Список источников

1. *Портер М.* Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е. Калининой. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 714 с.
2. *Гельвановский М. И.* Методологические подходы к обеспечению конкурентоспособности международных интеграционных группировок в условиях глобализации // *Евразийская экономическая интеграция*. 2012. № 1. С. 44—58.
3. *Воронов Д. С.* Соотношение конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции // *Современная конкуренция*. 2015. № 1 (49). С. 39—53.
4. *Воронов Д. С.* Методология динамической оценки и управления конкурентоспособностью промышленного предприятия : дисс. ... д-ра экон. наук : 08.00.05. Екатеринбург : УрФУ, 2021. 411 с.
5. *Фасхиев Х. А.* Определение конкурентоспособности предприятия // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2009. № 4 (72). С. 75—83.
6. *Фатхутдинов Р. А.* Управление конкурентоспособностью организации: эксклюзив. технологии формирования стратегии повышения конкурентоспособности орг.: теория, методика, практика : учеб. пособие. М. : ЭКСМО, 2004. 541 с.
7. *Миронов М. Г.* Ваша конкурентоспособность. М. : Альфа-Пресс, 2004. 159 с.
8. *Рубин Ю. Б., Шустов В. В.* Конкуренция: реалии и перспективы. М. : Знание, 1990. 62 с.
9. *Чаплина А. Н.* Обеспечение конкурентоспособности предприятий предпринимательской сферы на основе методов управления качеством // *Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева*. 2017. № 17. С. 232—238.
10. *Мансуров Р. Е.* Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2006. № 2 (52). С. 91—94.
11. *Бакалягин Г. Б.* Конкурентоспособность малого предпринимательства // *Вопросы статистики*. 2009. № 8. С. 81—84.
12. *Васильева З. А.* Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2006. № 2 (52). С. 83—90.
13. *Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И.* Конкурентоспособность: в микро-, мезо-, и макроуровневом измерениях // *РЭЖ*. 1998. № 3. С. 67—77.
14. *Андреев В. И.* Конкурентология : учеб. курс для твор. саморазвития конкурентоспособности / Поволж. отд-ние РАО, Казан. гос. ун-т. Казань : Центр инновац. технологий, 2004. 467 с.
15. *Плотицина Т. М.* Определение конкурентоспособности предприятия // *Вестник ТГТУ*. 2010. № 1. С. 205—211.
16. *Фатхутдинов Р. А.* Конкурентоспособность: Россия и мир 1992—2015. М. : Экономика, 2005. 605 с.
17. *Азоев Г. Л., Челенков А. П.* Конкурентные преимущества фирмы / Гос. ун-т упр., Нац. фонд подготовки кадров. М. : Новости, 2000. 254 с.
18. *Агеева Н. Г.* Справочник по конкуренции и конкурентоспособности : учеб. пособие / Курган. гос. ун-т. Курган : Изд-во Курган. гос. ун-та, 2002. 120 с.
19. *Портер М.* Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. Н. Минервина. 3-е изд. М. : Альпина Бизнес Букс : Компания XXI век, 2007. 452 с.
20. *Денисова И. Н.* Теоретические и методические основы конкурентоспособности хозяйствующих субъектов // *Вестник Московского финансово-юридического университета*. 2015. № 3. С. 49—77.
21. *Белоусова Д. С.* Понятие и сущность конкурентоспособности. Факторы, влияющие на конкурентоспособность // *Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире*. 2016. № 15—2. С. 72—76.
22. *Тебекин А. В.* К вопросу о формировании концепции менеджмента 2030-х годов // *Вестник Московской финансово-юридической академии*. 2019. № 2. С. 168—176.

#### References

1. Porter M. Konkurentnoe preimushchestvo: kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustoichivost' [Competitive advantage: how to achieve a high result and ensure its sustainability]. Moscow, Al'pina Biznes Buks, 2005, 714 p.
2. Gel'vanovskii M.I. Metodologicheskie podkhody k obespecheniyu konkurentosposobnosti mezhduнародnykh integratsionnykh gruppировок v usloviyakh globalizatsii [Methodological approaches to ensuring competitiveness of international integration groupings in the context of globalization], *Evrasiiskaya ekonomicheskaya integratsiya [Eurasian economic integration]*, 2012, no. 1, pp. 44-58.
3. Voronov D.S. Sootnoshenie konkurentosposobnosti predpriyatiya i konkurentosposobnosti ego produktitsii [Relationship between the competitiveness of an enterprise and the competitiveness of its products], *Sovremennaya konkurentsia [Modern competition]*, 2015, no. 1 (49), pp. 39-53.
4. Voronov D.S. Metodologiya dinamicheskoi otsenki, analiza i upravleniya konkurentosposobnost'yu promyshlennogo predpriyatiya [Methodology of dynamic assessment, analysis and management of industrial enterprise competitiveness], dr. economic. sci. diss., 08.00.05. Ekaterinburg, UrFU, 2021, 411 p.
5. Faskhiev Kh.A. Opredelenie konkurentosposobnosti predpriyatiya [Determining the competitiveness of an enterprise], *Marketing v Rossii i za rubezhom [Marketing in Russia and abroad]*, 2009, no. 4 (72), pp. 75-83.

6. Fatkhutdinov R.A. Upravlenie konkurentosposobnost'yu organizatsii: eksklyuziv. tekhnologii formirovaniya strategii povysheniya konkurentosposobnosti org.: teoriya, metodika, praktika [Management of competitiveness of the organization: exclusive. technologies of formation of strategy of increase of competitiveness of org.: theory, methodology, practice], ucheb. posobie. Moscow, EKSMO, 2004, 541 p.
7. Mironov M.G. Vasha konkurentosposobnost' [Your competitiveness]. Moscow, Al'fa-Press, 2004, 159 p.
8. Rubin Yu.B., Shustov V.V. Konkurentsia: realii i perspektivy [Competition: realities and prospects]. Moscow, Znanie, 1990, 62 p.
9. Chaplina A.N. Obespechenie konkurentosposobnosti predpriyatiĭ predprinimatel'skoi sfery na osnove metodov upravleniya kachestvom [Ensuring competitiveness of entrepreneurial enterprises on the basis of quality management methods], *Vestnik Sibirskogo gosudarstvennogo aerokosmicheskogo universiteta imeni akademika M.F. Reshetneva* [Vestnik of the Siberian State Aerospace University named after Academician M. F. Reshetnev], 2017, no. 17, pp. 232-238.
10. Mansurov R.E. Ob ekonomicheskoi sushchnosti ponyatiĭ "konkurentosposobnost' predpriyatiya" i "upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyatiya" [Economic essence of the concepts "enterprise competitiveness" and "enterprise competitiveness management"], *Marketing v Rossii i za rubezhom* [Marketing in Russia and abroad], 2006, no. 2 (52), pp. 91-94.
11. Bakalyagin G.B. Konkurentosposobnost' malogo predprinimatel'stva [Competitiveness of small business], *Voprosy statistiki* [Statistical issues], 2009, no. 8, pp. 81-84.
12. Vasil'eva Z.A. Ierarkhiya ponyatiĭ konkurentosposobnosti sub'ektov rynka [Hierarchy of concepts of competitiveness of market entities], *Marketing v Rossii i za rubezhom* [Marketing in Russia and abroad], 2006, no. 2 (52), pp. 83-90.
13. Gel'vanovskii M., Zhukovskaya V., Trofimova I. Konkurentosposobnost': v mikro-, mezo-, i makrourovnevom izmereniyakh [Competitiveness: in micro-, meso-, and macro-level dimensions], *REZh* [Russian electronic journal], 1998, no. 3, pp. 67-77.
14. Andreev V.I. Konkurentologiya [Competitiveness], ucheb. kurs dlya tvor. samorazvitiya konkurentosposobnosti. Kazan', Tsentr innovats. tekhnologii, 2004, 467 p.
15. Plotitsina T.M. Opredelenie konkurentosposobnosti predpriyatiya [Determining the competitiveness of an enterprise], *Vestnik TGTU* [Vestnik TSTU], 2010, no. 1, pp. 205-211.
16. Fatkhutdinov R.A. Konkurentosposobnost': Rossiya i mir 1992—2015 [Competitiveness: Russia and the world 1992-2015]. Moscow, Ekonomika, 2005, 605 p.
17. Azoev G.L., Chelenkov A.P. Konkurentnye preimushchestva firmy [Competitive advantages of the firm]. Moscow, Novosti, 2000, 254 p.
18. Ageeva N.G. Spravochnik po konkurentsii i konkurentosposobnosti [Handbook on Competition and Competitiveness], ucheb. Posobie. Kurgan, Publ. Kurgan. gos. un-ta, 2002, 120 p.
19. Porter M. Konkurentnaya strategiya: metodika analiza otraslei i konkurentov [Competitive strategy: methodology for analyzing industries and competitors], ed. 3. Moscow, Al'pina Biznes Buks, Kompaniya XXI vek, 2007, 452 p.
20. Denisova I.N. Teoreticheskie i metodicheskie osnovy konkurentosposobnosti khozyaistvuyushchikh sub'ektov [Theoretical and methodological foundations of competitiveness of economic entities], *Vestnik Moskovskogo finansovo-yuridicheskogo universiteta* [Basic and applied research in the modern world], 2015, no. 3, pp. 49-77.
21. Belousova D.S. Ponyatie i sushchnost' konkurentosposobnosti. Faktory, vliyayushchie na konkurentosposobnost' [The concept and essence of competitiveness. Factors affecting competitiveness], *Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya v sovremennom mire* [Basic and applied research in the modern world], 2016, no. 15-2, pp. 72-76.
22. Tebekin A.V. K voprosu o formirovanii kontseptsii menedzhmenta 2030-kh godov [Toward a vision of management in the 2030s], *Vestnik Moskovskoi finansovo-yuridicheskoi akademii* [Bulletin of the Moscow finance and law academy], 2019, no. 2, pp. 168-176.

#### Информация об авторе

**Хотян Антон Витальевич** — соискатель ученой степени кандидата наук, кафедра инновационного менеджмента и предпринимательства, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Российская Федерация. E-mail: anton\_khotyan@mail.ru

#### Information about the author

**Anton V. Khotyan** — Candidate of Sciences Degree Applicant, Department of Innovation Management and Entrepreneurship, Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don, Russian Federation. E-mail: anton\_khotyan@mail.ru

Статья поступила в редакцию 08.01.2023; одобрена после рецензирования 21.07.2023; принята к публикации 22.07.2023.

The article was submitted 08.01.2023; approved after reviewing 21.07.2023; accepted for publication 22.07.2023.