

УДК 159.9

Конкурентоспособность в современных социально-психологических условиях

Виноградов Алексей Сергеевич

Соискатель кафедры психологии
Института социальной инженерии
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство),
115035, Российская Федерация, Москва, ул. Садовническая, 33;
e-mail: epyfis@mail.ru

Аннотация

В статье обозначены представления современных научных подходов к пониманию дефиниции «конкурентоспособность» и авторская установка на исследование социально-психологических условий деятельности личности и группового субъекта деятельности в современной действительности. Анализ актуальных социально-психологических условий демонстрирует, что социально-психологические условия для их детального рассмотрения можно типологизировать и разделить на три уровня с обозначением критериев и показателей, к которым для изучения подбираются исследователями определённого содержания тестовые методики. В заключении показано, что проблемное поле современных социально-психологических условий на современном российском фоне определило подходы к исследованию феномена конкуренции и конкурентоспособности. Исследование социально-психологических условий показало, что результативным для изучения является предварительное деление социально-психологических условий на три уровня: макро-, мезо- и микроуровни, поуровневое социальное изучение по выявленным критериям доказательно представляет отличия между социально-психологическими условиями - большими, средними, малыми социальными группами и личностью как субъектом деятельности.

Для цитирования в научных исследованиях

Виноградов А.С. Конкурентоспособность в современных социально-психологических условиях // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2024. Т. 13. № 2А. С. 202-210.

Ключевые слова

Конкуренция, конкурентоспособность, социально-психологические условия.

Введение

Изучение социально-психологических условий как таковых на современном российском фоне является очевидно актуальной задачей, поскольку произошли радикальные перемены в укладе жизни населения нашей страны, в образовательном пространстве, сфере управления и профессиональной деятельности, появились новые формы взаимодействия между субъектами профессиональной деятельности и, что более значимо, новые модели деятельности в условиях санкционного давления со стороны так называемых зарубежных партнёров. Актуальные социально-психологические условия отражают наличие противоречий, которые порождают новые социально-психологические феномены, такие, как конкуренция. Противоречия определены между предлагаемыми рыночными условиями деятельности и отсутствием модели изучения социально-психологических условий конкуренции; между сложившимися международными предпочтениями долгое время существующих субъектов производственной деятельности (производящими товары и услуги) и практическим отсутствием опыта конкуренции между российскими субъектами профессиональной деятельности внутри страны; между запросом предприятий в новых российских условиях на обеспечение собственной конкурентоспособности и отсутствием психологической готовности работать в новых условиях, обеспечивающих успех в конкурентной борьбе.

Основное содержание

Конкуренция детерминирует формирование и обязывает развивать такие качества как на уровне личности, так и на уровне группы, как конкурентоспособность.

Целью настоящего исследования является изучение подходов современных учёных в понимании сложившихся социально-психологических условий реальной рыночной действительности и анализе социально-психологического феномена конкуренции и, как производного, - конкурентоспособности.

Объект исследования – социально-психологические условия конкуренции.

Предмет исследования – конкурентоспособность.

Социально-психологические условия предполагают запрос на исследование характеристик социума, характеристик социальных групп, характеристик социально-психологических групповых феноменов и других социально-психологических составляющих жизни общества.

Так, понимание социально-психологических условий конкуренции возможно при условном делении на социальные уровни, а именно: макросоциальный уровень, мезосоциальный уровень, микросоциальный уровень. Макроуровень нужно интерпретировать как уровень изучения социально-психологических условий больших социальных групп по критериям социальных условий – функционирование политической системы государства (все ветви власти); уровень развития экономики - показатели налогообложения и доступности кредитов; развитие технологического потенциала - показатели рынка товаров и услуг; развитие человеческого капитала - общественное мнение и социальные настроения, общие ценности и готовность к социальной мобилизации.

Макроуровень на текущий момент характеризует переход не только экономической деятельности, но и всех сфер жизни людей на условия компьютеризации и цифровизации. Этот фактор радикально меняет условия конкуренции и требует от больших социальных групп изменения моделей деятельности, которые объективно меняются в связи с изменением системы ценностей, изменением ключевых механизмов трансфера интеллектуальной собственности – модель соперничества перманентно охватывает в связи с компьютеризацией и цифровизацией

большие социальные группы [Анисимов, 2018]. Цифровизация объединяет ресурсы больших компаний в единые технологические платформы, - этот факт детерминирует ускорение социальных, экономических, управленческих и других процессов. – с одной стороны – это процесс кооперации и сотрудничества, но с другой – это возможность конкуренции на региональных уровнях благодаря возможности интеллектуальной узкой специализации, формирующей региональную конкурентоспособность как способность развития больших социальных групп. [Цариковский, Иванова, Войниканис, 2018]. Макросоциальный уровень предполагает наличие и формирование внешнего имиджа, который обеспечивает позитивный или негативный образ и репутационный ресурс, которые зависят от результативности рекламы и добросовестного взаимодействия с другими участниками рынка. Внешний имидж обеспечивается развитием известности и узнаваемости в СМИ и сети Интернет.

На мезосоциальном уровне критериями социально-психологических условий конкуренции являются условия, формирующие внутренний имидж, который составляют три компонента социально-психологического характера, а именно кадровая политика, корпоративная (организационная) культура и социально-психологический климат. Кадровая политика предполагает система групповых ожиданий по качеству труда субъекта профдеятельности – отбор, подбор, расстановку кадров и формирование кадрового резерва для формирования конкурентоспособности предприятий на основе человеческого капитала. Корпоративная (организационная) культура через институционализацию этических норм и правил внутреннего распорядка обеспечивает привитие общих ценностей и лояльность к предприятию и руководству. Социально-психологический климат служит созданию синергетического эффекта на предприятии для повышения конкурентоспособности.

Микросоциальный уровень отражается в индивидуальности каждого отдельного сотрудника – субъектно-деятельностной профессиональной и личностной парадигме реализации своих знаний и умений для повышения своей собственной конкурентоспособности и конкурентоспособности предприятия, на котором трудится человек.

Так, социально-психологические условия конкуренции – это условия жизни и деятельности больших, средних и малых социальных групп в условиях соперничества, состязательности, соревновательности (за лучшие ресурсы, потребителя, производство в рыночных отношениях с целью увеличения прибыли и коллективного доминирования.) А.С. Виноградов.

Социально-психологические условия современной действительности запрашивают и понимания семантики конкуренции, и представление о семантике конкурентоспособности – характеристики социально-психологической категории.

Отметим, что Андреева Ю.В., Душкина О.В., Зазыкин В.Г., Котикова Д.С., Ключева О.А., Митина Л.М., Посохова А.В., Сидорова Н.Н., Строилова А.С., Фомин Н.В. изучали конкуренцию и конкурентоспособность в русле следующих дисциплин: акмеология, психология труда, психология профессиональной деятельности. Психологический подход отражает понимание конкуренции в отражении конкуренции в профессиональной деятельности: в результативности и трудовых достижениях, в достижении «акме» в процессе самоактуализации личности и направленности результатов своей деятельности на «других». Например, Митина Л.М. [Миронов, 2010] определяется с конкурентоспособностью как с «интегральным свойством в реализации субъекта деятельности в профессии, в достижении вершин мастерства в профессиональной сфере и сфере личностного роста». Шаповалов В.И. [Шмелёв, 2014] понимает так: «конкурентоспособность - это социально ориентированная система способностей, свойств и качеств личности...это как потенциальные возможности в достижении успеха.». Исследований конкурентоспособности по социальной психологии практически нет, а недостаточная изученность конкурентоспособности с социально-

психологической точки зрения и функционирования социальных профессиональных групп запрашивает систематизации на основе социально-психологического подхода, и необходимость согласованности с инструментарием. Общеизвестного конкретизированного определения конкурентоспособности в психологии на текущий момент нет.

Так, трактовка термина «конкуренция» множество, А.Г. Шмелёв в своём исследовании приводит десять определений, а именно:

1. «Конкуренция (от лат. *concurrentia* – сталкиваться) – состязание между производителями (продавцами) товаров, а в общем случае – между любыми экономическими, рыночными субъектами; борьба за рынки сбыта товаров с целью получения более высоких доходов...» (Экономический словарь (2007))

2. «Конкуренция в биологии – антагонистические отношения, определяемые стремлением лучше и скорее достигнуть какойлибо цели по сравнению с другими членами сообщества» (Естественные науки, 2000).

3. «Конкуренция (*competition*) – деятельность, в которой человек (группа) соперничает с одним или большим числом других людей (групп) в достижении цели, особенно когда искомые результаты дефицитны и не все могут ими воспользоваться» (Большой толковый социологический словарь, 2001).

4. «Конкуренция (*competition*) [конкурентная ситуация] – это ситуация, при которой индивиды с различными или противоположными интересами стремятся к максимальному увеличению своих преимуществ или вознаграждений» (Социологический словарь, 2008).

5. «Конкуренция – состязательная деятельность хозяйствующих субъектов по извлечению прибыли, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность друг друга односторонне повлиять на общие условия обращения товаров...» [Энциклопедия юриста, 2006].

6. «Конкуренция – тип биотических взаимоотношений, при котором организмы или виды соперничают между собой в потреблении одних и тех же, обычно ограниченных ресурсов. Ресурсы могут быть как пищевого, так и другого рода: наличие мест для выведения потомства...» [Экологический словарь, 2010].

7. «Конкуренция – в повседневном понимании – соперничество экономических субъектов за лучшие условия производства, купли и продажи товаров» (Экономика и финансы, 2000).

8. «Конкуренция (от лат. *concurro* – сбегаюсь, сталкиваюсь) – одна из основных форм организации межличностного взаимодействия, характеризующаяся достижением индивидуальных или групповых целей...» (Словарь по профориентации).

9. «Конкуренция – одна из основных форм организации взаимодействия межличностного, характерная достижением индивидуальных или групповых целей и интересов в условиях противоборства с добивающимися тех же целей и интересов другими индивидами или группами» [Национальная социологическая энциклопедия, Словарь практического психолога].

10. «Конкуренция [лат. *concurro* – сбегаюсь, сталкиваюсь] (в социальной психологии) – одна из основных форм организации межличностного и социального взаимодействия, характеризующаяся достижением индивидуальных или групповых целей...» (Социальная психология, 2005) [Шмелёв, 2014]

Не только отечественные учёные освещали свои научные интересы социально-психологическим явлением «конкуренция» и «конкурентоспособность». Зарубежные авторы, такие, как П. Дойль, Кейнс Дж., В.В. Леонтьев, А. Маршалл, М. Портер, А. Дж. Стрикленд, А.А. Томпсон и Ф. фон Хайек, Й. Шумпетер. Так, В.В. Леонтьевым был предложен метод экономического анализа "Затраты – выпуск" (Input – Output). Этот метод использован В. Леонтьевым при построении межотраслевых балансов экономики США. Произведенные по

этим балансам расчеты позволяют оценивать прямые и косвенные последствия изменений в масштабах, технологии и структуре производства, потребительском спросе, внешней торговле, инвестиционной сфере, соотношениях цен и доходов. П. Дойль считал, что высокая конкурентоспособность предприятий является необходимым условием обеспечения высокой прибыли в современных условиях. Кейнс Дж. создал «Общую теорию» и теорию конкуренции, она явилась поворотным пунктом в экономической науке XX в. и во многом определяет экономическую политику стран и в настоящее время. А. Маршалл создал теорию равновесия фирмы и отрасли, она широко используется в мировой практике для определения конкурентоспособности фирм. М. Портер считал, что конкурентоспособность — это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присущими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений. А. Дж. Стрикленд и А.А. Томпсон разработали пять стратегий конкурентоспособности предприятий. Ф. фон Хайек описывал смысл конкуренции. Й. Шумпетер определял две динамичные стороны конкуренции — конкуренцию организующую (или созидательную) и конкуренцию дезорганизующую (или разрушительную). Данные исследований конкуренции и конкурентоспособности зарубежными авторами проводились в русле экономических дисциплин.

Исследование значения и понимания дефиниции «конкурентоспособность» ознаменовано огромным количеством авторских определений отечественных учёных, которые излагаем в авторских редакциях. Дефиниция «конкурентоспособность» в трактовке российских учёных:

- Андреев В.А. определяет конкурентоспособность как личностную характеристику и выраженность лидерских качеств: «Конкурентоспособной считается личность, для которой характерно стремление и способность к высокому качеству и эффективности своей деятельности, а также к лидерству в условиях состязательности и напряженной борьбы со своими конкурентами.» [Андреев, 2004]
- Воронов А. трактует конкурентоспособность как функционал предприятия производить и реализовывать свою продукцию. «Конкурентоспособность – это способность выпускать и продавать конкурентоспособные товары» [Воронов, 2001]
- Взгляд на конкурентоспособность как на рыночную категорию и умение сохранять устойчивость в условиях конкуренции отражается в исследованиях Уткина Э.А.: «Конкурентоспособностью называется характеристика в контексте способности объекта сохранять свои позиции в рыночной борьбе относительно аналогичных конкурентов, в предлагаемых рамках изучаемого определённого рынка.» [Уткин, 2016]
- Понимание конкурентоспособности как экономической категории, то есть как возможности производства и оказания востребованных услуг определяет Селезнёв А.З.: «Конкурентоспособность - обусловленное суммой интегративных факторов состояние производителя товаров и услуг для внешнего и собственного рынка, эксплицитно представленное совокупностью индикаторов». [Селезнёв, 1999]
- Горобец А.В. определяется с дефиницией «конкурентоспособность» с точки зрения функционирования высокотехнологичных предприятий как представление автора о деятельности высокотехнологичных предприятий в сложных конкурентных условиях: политических, экономических и социальных. Конкурентоспособность высокотехнологичных компаний понимается автором как «наличие подходящей организационно-управленческой структуры, способность производить и реализовывать конкурентоспособную продукцию, необходимого уровня качества менеджмента, соответствие основным критериям конкурентоспособности таких компаний: доступ к

- инвестиционному капиталу, квалифицированные и креативные сотрудники, рынки сбыта продукции, защита интеллектуальной собственности» [Горобец, 2014]
- Как производственную деятельность по выпуску востребованной конкурентоспособной продукции определяет конкурентоспособность Фатхутдинов Р.А.: «Конкурентоспособность – это способность фирмы выпускать конкурентоспособную продукцию, ее преимущество по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами» [Фатхутдинов, 2005]
 - Завьялов П.С. осуществляет утилитарный подход хозяйствующего субъекта как функционирование предприятия в русле ведущей деятельности предприятия по созданию прибавочной стоимости и увеличению прибыли в условиях конкуренции, а «конкурентоспособность (по Завьялову П.С.) – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка» [Завьялов, 2005]
 - Конкурентоспособность как экономическую фьючерсную категорию предлагают понимать Фасхиев Х.А., Попов Е.В.: «Конкурентоспособность – это возможность производить и продавать конкурентоспособные товары (услуги) в будущем, без нанесения ущерба финансовому состоянию организации» [Фасхиев, 2003].
 - Как экономическую дефиницию - целью является извлечение прибыли в условиях конкуренции определяет Миронов М.Г.: «Конкурентоспособность – это экономическая категория, которая представляет собой эффективную хозяйственную деятельность предприятия, характеризующуюся прибыльностью реализации товаров и услуг в условиях конкурентного рынка» [Миронов, 2010]
 - В психологическом ключе как личностная характеристика целеполагания и алгоритм эффективной деятельности определяет Митина Л.М.: «Конкурентоспособность как комплекс индивидуально-психологических свойств личности, дающей возможность саморазвития в нестандартных условиях жизнедеятельности, находить оптимальные, гуманистические способы достижения поставленной цели и быть востребованной и успешной как личностно, так и профессионально» [Митина, 2003].
 - С точки зрения психологии труда и профессионального развития конкурентоспособность определяется как наличие профессионально важных качеств и адаптивное поведение Плугарева А.В.: «Конкурентоспособность определяется как социально ориентированная система способностей, свойств и качеств личности, характеризующая ее потенциальные возможности в достижении успеха (в учебе, профессиональной деятельности и др.), определяющее адекватное индивидуальное поведение в динамически изменяющихся условиях, обеспечивающая внутреннюю уверенность в себе, гармонию с собой и окружающим миром» [Плугарева, 2007].
 - Конкурентоспособность как личностные и субъектные качества в условиях конкуренции – психологическая основа (отношения, взаимодействия и поведение в социуме) определяет Посохова А.В.: «Конкурентоспособность – это личностное и профессиональное свойство предпринимателей, проявляющееся в деятельности, поведении и отношениях субъекта, которые осуществляются в условиях противоборства или состязательности, обуславливают преимущества и регулируются не только целями деятельности, но и личностными смыслами и нравственными нормами» [Посохова, 2014]
 - Как личностную характеристику в акмеологическом контексте в условиях соревновательности и возможности быть успешным рассматривает

- конкурентоспособность Токарева Е.В.: «Конкурентоспособность - комплекс индивидуально-психологических свойств личности, дающей возможность саморазвития в нестандартных условиях жизнедеятельности, находить оптимальные, гуманистические способы достижения поставленной цели и быть востребованной и успешной как личностно, так и профессионально» [Токарева, 2008]
- Комплексный подход в исследовании конкурентоспособности и определение её как интегративной характеристики – и социально-психологическая, управленческая и производственная - наблюдается у Царьковой С.В.: «Конкурентоспособность – это процесс осуществления управленческих, организационных, производственных и сбытовых функций.» [Царькова, 1999]
 - С точки зрения представления конкурентоспособности как феномена группового субъекта труда – это социально-психологическая характеристика конкурентного потенциала предприятия, которую Виноградов А.С. определяет так: «Конкурентоспособность предприятий - это конкурентоспособность профессиональной (социальной) группы, – интегративная характеристика, отражающая внутренний имидж предприятия: кадровую политику, организационную культуру, социально-психологический климат и комплекс личностных характеристик членов профессиональной группы» [Виноградов, 2021].

Заключение

Проблемное поле современных социально-психологических условий на современном российском фоне определило подходы к исследованию феномена конкуренции и конкурентоспособности. Исследование социально-психологических условий показало, что результативным для изучения является предварительное деление социально-психологических условий на три уровня: макро-, мезо- и микроуровни, поуровневое социальное изучение по выявленным критериям доказательно представляет отличия между социально-психологическими условиями - большими, средними, малыми социальными группами и личностью как субъектом деятельности. Современные представления о таком явлении, как конкуренция, позволили создать социально-психологическое представление о нём. Ознакомившись с существующими определениями такой исследуемой дефиниции, как конкурентоспособность, можно отметить интерес исследователей к этому явлению из различных областей научной деятельности – экономической, политической, социологической, психологической и других. Конкурентоспособность группового субъекта профессиональной деятельности подразумевает осуществление групповой профессиональной деятельности, определяющуюся выпуском и реализацией конкурентоспособной продукции (услуг), востребованных обществом в соответствии с социальным запросом.

Библиография

1. Анисимов А.В. Современная трансформация антимонопольная политика// Журнал экономической теории, 2018. Т.15. № 2. С.335-339.
2. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху: как защищать конкуренцию в условиях глобализации и четвертой промышленной революции / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики»; ФАС России; под ред. А. Ю. Цариковского, А. Ю. Иванова и Е. А. Войниканис. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. 311 с.
3. Андреев В.А. Конкурентология. Казань: ЦИТ, 2004. 468 с.
4. Виноградов А.С. Социально-психологические и экономические аспекты конкурентоспособности предприятий. М.: Издательство «Перо», 2021. – 154 с.
5. Воронов А. Конкуренция в XXI веке / А. Воронов // Маркетинг. 2001. № 5. С. 16-24.
6. Горобец А.В. Организационные формы внедрения инноваций в крупных высокотехнологичных компаниях.

- Москва: «Перо» М., 2014.158с.
7. Завьялов П.С. Конкурентоспособность и маркетинг / П.С. Завьялов // Российский экономический журнал. 2005. № 12. С. 50-58
 8. Миронов М. Г. Ваша конкурентоспособность. Москва:«Альфа-Пресс», 2010. 160 с.
 9. Митина Л. М. Психология развития конкурентоспособной личности. М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МО-ДЭК», 2003.400с.
 10. Плугарева А.В. Развитие конкурентоспособности личности студентов вузе// Материалы региональной межвузовской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Молода» наука - 2007». - Пятигорск: ПГЛУ, 2007.286с.
 11. Посохова А. В. Особенности предпринимательства как профессиональной деятельности//Акмеология. 2014. № S3-4. С. 145-146
 12. Селезнев А.З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. М.: Юристъ, 1999. - 139 с.
 13. Токарева Е.В. Конкурентоспособность личности - залог успешности в профессиональной деятельности // Психология и школа:2008. – №3 июль-сентябрь 2008. – с. 76-83
 14. Уткин Э.А. Курс менеджмента. Учебник для вузов. М.: Зерцало, 2016. 368с.
 15. Фасхиев Х.А. Как измерить конкурентоспособность предприятия?// Маркетинг в России и за рубежом. 2003. № 4. С. 53-58.
 16. Фатхудинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Эксмо. 2005. 544с.
 17. Царькова С.В. Методологические аспекты исследования конкурентоспособности переходной экономики России / С.В. Царькова: Автореф. дис. М., 1999. 23 с.
 18. Шаповалов В.И. Конкурентоспособность учащегося в системе педагогического менеджмента Вестник СГУТиКД. 2012. № 2 (20). С.116-120
 19. Шмелёв А.Г. Конкуренция как метакатегория современной психологии. Сообщение1 //Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология». 2014. Том7. №3. С.105-115.

Competitiveness in modern socio-psychological conditions

Aleksei S. Vinogradov

Applicant at the Department of Psychology
Institute of Social Engineering
Russian State University named after. A.N. Kosygin
(Technology. Design. Art),
115035, 33 Sadovnicheskaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: epyfis@mail.ru

Abstract

The article outlines the ideas of modern scientific approaches to understanding the definition of "competitiveness" and the author's attitude to the study of the socio-psychological conditions of the individual and the group subject of activity in modern reality. The analysis of current socio-psychological conditions demonstrates that socio-psychological conditions for their detailed consideration can be typologized and divided into three levels with the designation of criteria and indicators, to which researchers select test methods of a certain content for study. In conclusion, it is shown that the problem field of modern socio-psychological conditions against the modern Russian background has determined approaches to the study of the phenomenon of competition and competitiveness. The study of socio-psychological conditions has shown that it is effective for the study to preliminary divide socio-psychological conditions into three levels: macro-, meso- and micro levels; level-by-level social study according to identified criteria conclusively represents the differences between socio-psychological conditions - large, medium, small social groups and the individual as a subject of activity.

For citation

Vinogradov A.S. (2024) Konkurentosposobnost' v sovremennykh sotsial'no-psikhologicheskikh usloviyakh [Competitiveness in modern socio-psychological conditions]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 13 (2A), pp. 202-210.

Keywords

Competition, competitiveness, socio-psychological conditions.

References

1. Anisimov A.V. Modern transformation of antimonopoly policy// Journal of Economic Theory, 2018. Vol. 15. No. 2. pp.335-339.
2. Antitrust regulation in the digital age: how to protect competition in the context of globalization and the Fourth Industrial Revolution / National research. Higher School of Economics University; FAS of Russia; edited by A. Y. Tsarikovsky, A. Y. Ivanov and E. A. Voynikanis. M.: Publishing House of the Higher School of Economics, 2018. 311 p.
3. Andreev V.A. Competitiveness. Kazan: CIT, 2004. 468 p.
4. Vinogradov A.S. Socio-psychological and economic aspects of the competitiveness of enterprises. M.: Publishing house "Pero", 2021. – 154 p.
5. Voronov A. Competition in the XXI century / A. Voronov // Marketing. 2001. No. 5. pp. 16-24.
6. Gorobets A.V. Organizational forms of innovation implementation in large high-tech companies. Moscow: "Pero" M., 2014.158p.
7. Zavyalov P.S. Competitiveness and marketing / P.S. Zavyalov // Russian Economic Journal. 2005. № 12. C. 50-58
8. Mironov M. G. Your competitiveness. Moscow:Alfa-Press, 2010. 160 p.
9. Mitina L. M. Psychology of competitive personality development. Moscow: Moscow Psychological and Social Institute; Voronezh: Publishing house of NGO "MO-DEK", 2003.400p.
10. Plugareva A.B. Development of competitiveness of a student's personality at a university// Materials of the regional interuniversity scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists "Moloda nauka - 2007". - Pyatigorsk: PGLU, 2007.286p.
11. Posokhova A.V. Features of entrepreneurship as a professional activity//Acmeology. 2014. No. S3-4. pp. 145-146
12. Seleznev A.Z. Competitive positions and infrastructure of the Russian market. Moscow: Yurid, 1999. - 139 p.
13. Tokareva E.V. Competitiveness of personality - the key to success in professional activity // Psychology and school:2008. – No.3 July-September 2008. – pp. 76-83
14. Utkin E.A. Management course. Textbook for universities. Moscow: Zertsalo, 2016. 368s.
15. Fashiev H.A. How to measure the competitiveness of an enterprise?// Marketing in Russia and abroad. 2003. No. 4. pp. 53-58.
16. Fatkhutdinov R.A. Managing the competitiveness of an organization. Moscow: Eksmo. 2005. 544c.
17. Tsarkova S.V. Methodological aspects of the study of the competitiveness of the transitional economy of Russia / S.V. Tsarkova: Abstract. dis. M., 1999. 23 p.
18. Shapovalov V.I. Competitiveness of a student in the system of pedagogical management Bulletin of the Russian Academy of Sciences. 2012. No. 2 (20). pp.116-120
19. Shmelev A.G. Competition as a meta-category of modern psychology. Message 1 //Bulletin of SUSU. The series "Psychology". 2014. Volume 7. No. 3. pp.105-115.