

УДК 332.1

Р.Х. Кушбокова, Т.Р. Урусов, Ам.А. Кушбоков

ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет
им. Х.М. Бербекова», г. Нальчик, email: ri.kush@mail.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, конкурентная среда, конкурентная борьба, конкурентная позиция, конкурентная политика, конкурентная стратегия, конкурентный потенциал, инновационный потенциал, конкурентный статус.

В статье рассматриваются сущность, виды, предпосылки и условия, влияющие на конкурентоспособность предприятия, раскрываются взаимосвязь и роль конкурентных преимуществ в создании и развитии конкурентного потенциала как основы для формирования конкурентоспособности предприятия. Подробно исследуются факторы, формирующие конкурентные преимущества и конкурентный потенциал предприятия, а также структурные элементы конкурентного потенциала. Значительное внимание уделено вопросам формирования конкурентной стратегии, выбору типа стратегии в соответствии с целями конкурентной политики, увязке стратегий предприятий с стратегиями социально-экономического развития регионов и региональными целевыми программами, учитывающими специфические особенности конкретного региона и нацеленными на решение существующих проблем с учетом конкурентных преимуществ предприятий, отраслей и регионов. Проведенное исследование позволило выявить технические, организационные и социально-экономические пути повышения конкурентоспособности предприятия, предложить рекомендации по разработке эффективной конкурентной стратегии и конкурентной политики.

R.Kh. Kushbokova, T.R. Urusov, Am.A. Kushbokov

Kabardino-Balkaria State University named after Kh.M. Berbekov, Nalchik,
email: ri.kush@mail.ru

THEORETICAL ASPECTS OF THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES AND WAYS TO INCREASE IT

Keyword: competitiveness, competitive advantages, competitive environment, competitive struggle, competitive position, competitive policy, competitive strategy, competitive potential, innovative potential, competitive status.

The article discusses the essence, types, prerequisites and conditions that affect the competitiveness of an enterprise, reveals the relationship and role of competitive advantages in the creation and development of competitive potential as the basis for the formation of the competitiveness of an enterprise. The factors that form the competitive advantages and competitive potential of the enterprise, as well as the structural elements of the competitive potential, are studied in detail. Considerable attention is paid to the formation of a competitive strategy, the choice of the type of strategy in accordance with the objectives of competition policy, the linking of enterprise strategies with strategies for the socio-economic development of regions and regional targeted programs that take into account the specific features of a particular region and are aimed at solving existing problems, taking into account the competitive advantages of enterprises, industries and regions. The study made it possible to identify technical, organizational and socio-economic ways to increase the competitiveness of an enterprise, to offer recommendations for the development of an effective competitive strategy and competitive policy.

Актуальность проблемы обеспечения, поддержания и повышения конкурентоспособности предприятия обусловлена тем, что в условиях глобализации и цифровизации в экономическом пространстве возникают новые вызовы глобальной среды, требующие ответа в виде готовности и способности хозяйствующих субъектов адаптироваться к изменяющимся внешним и внутренним условиям, находить, сохранять

и развивать новые конкурентные преимущества, поддерживающие или улучшающие позиции предприятия в конкурентной среде.

Формирование и сохранение конкурентных преимуществ у предприятий является одной из актуальнейших задач в настоящее время, что обусловлено развитием интенсивной региональной и технологической интеграции и, как следствие, ростом конкуренции за по-

требителя ресурсы как на глобальном, так и локальных рынках. Понятно, что чем больше конкурентных преимуществ имеет предприятие, тем выше его конкурентоспособность, эффективность и перспективность.

Актуализация вопросов формирования, сохранения и повышения уровня конкурентоспособности предприятия требует решения ряда задач как теоретического, так и практического характера, в числе которых:

- четкое определение понятия «конкурентоспособность»;
- уяснение механизма формирования конкурентоспособности;
- выявление внешних и внутренних факторов, влияющих на конкурентоспособность, с ранжированием их по приоритетности и степени влияния;
- анализ внешней и внутренней среды, в которой функционирует предприятие;
- грамотная оценка имеющегося конкурентного статуса;
- оценка конкурентного потенциала предприятия;
- выявление возможных направлений роста конкурентоспособности, адекватных сложившимся условиям;
- разработка конкурентных стратегий и конкурентной политики;
- оценка эффективности реализуемой конкурентной политики.

Содержание понятия «конкурентоспособность» носит многогранный характер и раскрыть его в корректной и в то же время исчерпывающей форме достаточно трудно. Категория конкурентоспособности – это сложная, комплексная, многоуровневая и динамичная категория, функционирование которой сопряжено с действием огромного количества разнообразных факторов в разных экономических, политических и социальных условиях [1, с. 108]. В этой связи понятие «конкурентоспособность» не имеет однозначного универсального толкования в науке и практике, что порождает существование множества концептуальных подходов к его трактовке.

В частности, Ф. Котлер рассматривает конкурентоспособность как способность предприятия или организации выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке [2].

Мнение Фатхутдинова Р.А. сводится к тому, что конкурентоспособность – это способность субъекта быть лидером на рынке, управлять своими конкурентными преимуществами, преимуществами управляемого объекта по достижению запланированных целей в соперничестве с конкурентами на конкретном рынке в данное время [3].

Ярлыченко А.А. считает конкурентоспособность предприятия соотношением цены и качества производимой продукции, поскольку именно эти два критерия являются самыми важными для любого покупателя, который хочет приобрести товар в соответствии со своими потребностями и возможностями [4].

Чайникова Л.Н. сформулировала очень лаконичное и емкое определение: конкурентоспособность – это показатель, интересующий как производителя, так и потребителя продукции [5].

Белюсова Д.С. полагает, что конкурентоспособность предприятия – это всесторонняя оценка предприятия, характеризующая его возможность в любой момент времени обеспечивать свои конкурентные преимущества и прибыльность, а также адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям внешней среды [6].

В определении Ивановой С.В. сущность конкурентоспособности заключается в возможности предприятия вести экономическую борьбу за потребителя с другими схожими предприятиями [7].

Мы считаем возможным согласиться с мнением Курипченко Е.В., который полагает, что конкурентоспособность представляет собой способность предприятия формировать, сохранять и укреплять свои рыночные позиции в конкурентной борьбе с другими экономическими субъектами, выступая фактически универсальной характеристикой любого анализируемого предприятия [8, с. 76].

Сегодня исследование сущности, условий, факторов, направлений обеспечения и повышения конкурентоспособности предприятий, оценка и эффективное управление конкурентоспособностью с использованием современного инструментария и технологий важны как никогда, так как позволяют сформировать точки роста экономики не только отдельного предприятия, но и отрасли, региона, страны [9, с. 236].

Нельзя не отметить тот факт, что, если в традиционном понимании категорию конкурентоспособности было принято использовать применительно к товару, отдельному хозяйствующему субъекту, то сегодня данную категорию стали применять по отношению к экономике и отрасли, и региона, и страны в целом. Поэтому сегодня актуальны и значимы исследования конкурентоспособности человеческого капитала, товара, предприятия, отрасли, региона, национальной экономики в целом, так как любой аспект таких исследований способствует реализации цели достижения успеха в конкурентной борьбе посредством решения таких задач, как завоевание устойчивого конкурентного положения на рынке; использование прогрессивных информационных и цифровых технологий; формирование высокого инновационного потенциала; умение проводить грамотные маркетинговые исследования и эффективно использовать их результаты; способность маневрировать за счет изменения характеристик реализуемого товара, оказания связанных с товаром комплекса услуг; формирование собственной сети снабжения и сбыта; реализация качественной и действенной рекламы и системы связи с общественностью; анализ слабых и сильных сторон основных фирм-конкурентов и др.

На конкурентоспособность предприятия влияет множество факторов, которые для разных предприятий могут быть разными, характерными именно для данного предприятия. Эти факторы могут быть неодинаковыми даже внутри отрасли, к которой относится предприятие. Однако можно выделить ряд ключевых факторов, приносящих успех любому предприятию в его конкурентной борьбе, формировании конкурентного статуса, освоении конкурентоспособной рыночной позиции. К этим факторам относятся финансовая устойчивость предприятия, гибкость производства, быстрое реагирование на потребности покупателей, внедрение инноваций, обеспечение услуг при продаже [10, с. 21].

Все эти факторы, каждый в отдельности и все вместе как система, создают среду, в которой формируются: а) ресурсы и навыки, необходимые для получения конкурентного преимущества

внутри отрасли, региона, национальной и мировой экономики; б) информация, от которой зависит, будут ли выявлены и использованы возможности получить конкурентное преимущество в направлении применения ресурсов и навыков, имеющихся в распоряжении предприятия; в) цели владельцев, менеджеров и персонала предприятия, участвующих в конкуренции; г) потребности предприятия инвестировать средства в ту или иную деятельность и заниматься обновлением производства.

Конкурентоспособность предприятия реализуется через конкурентные преимущества, которые представляют собой внутренние или внешние факторы, обеспечивающие превосходство над конкурентами. Возможность формирования и сохранения конкурентных преимуществ в значительной степени зависит от экономических, технологических, технических характеристик предприятия, отрасли, где, согласно хорошо известному мнению М. Портера, действуют пять сил конкуренции, выражающих суть конкуренции и определяющих прибыльность предприятия, отрасли. Это угроза появления новых конкурентов; угроза появления товаров или услуг-заменителей; способность поставщиков комплектующих изделий торговаться; способность покупателей торговаться; соперничество между уже имеющимися конкурентами [11, с. 51]. Именно в условиях конкуренции возникает спрос на конкурентное преимущество как инструмент победы в условиях конкурентной борьбы.

Конкурентные преимущества можно разделить на базовые и обеспечивающие. Базовые включают в себя наличие и структуру производственно-технического, технологического, инновационного, кадрового потенциала, уровень организации производственно-технологического процесса, степень применения достижений научно-технического прогресса, наличие развитой инфраструктуры, К обеспечивающим конкурентным преимуществам относятся эффективность управления предприятием, результативность производственной, инвестиционной, инновационной, кадровой политики, инновационная активность предприятия, готовность к переменам [9, с. 236-237]. Все многообразие конкурент-

ных преимуществ можно свести также к ресурсным, технологическим, организационным преимуществам.

Необходимо отметить, что в современном быстро меняющемся мире конкурентные преимущества не являются чем-то раз и навсегда данным, они меняются, появляются новые конкурентные преимущества, которые в большей степени определяются не статическими, а динамическими показателями: тенденциями, процессами и т.д. Поэтому конкурентные преимущества должны формироваться по однородным признакам и критериям, чтобы они были сопоставимыми, адекватными и актуальными.

На формирование предприятием конкурентных преимуществ действует множество факторов внешнего и внутреннего характера, среди которых можно назвать: определение миссии и ценностей предприятия; формирование стратегии долгосрочного инновационного развития предприятия; формирование проактивной позиции предприятия и его персонала, позволяющей правильно определять приоритеты в формировании конкурентоспособности; стремление к постоянному обновлению; технологическая, техническая и организационная модернизация производственного процесса; способность к постоянному обучению и совершенствованию; высокий уровень адаптации к изменениям внешней и внутренней среды; постоянное и непрерывное обновление конкурентных преимуществ; повышение объемов инвестирования в инновационные проекты, процессы; внедрение управленческих инноваций в деятельность предприятия; комплексное использование всех существующих подходов к формированию конкурентоспособности предприятия; формирование устойчивых взаимоотношений с другими организациями, органами власти и прочими структурами; использование гибких организационных структур; постоянное повышение качества продукции; внедрение системы управления проектами; обучение и развитие персонала; развитие управленческих компетенций на предприятии; использование различных стилей руководства в процессе управления предприятием; поддержка со стороны государства; отказ от сырьевой экономики [12, с. 85].

Конкурентные преимущества сами по себе не возникают. Их, по справедливому мнению М. Портера (и мы не можем с ним в этом не согласиться), надо создавать, развивать, совершенствовать [11, с. 89]. Создание, развитие конкурентных преимуществ предприятия позволяют сформировать его конкурентный потенциал, степень реализации которого в значительной степени определяет конкурентную позицию и конкурентный статус предприятия. Под конкурентной позицией можно понимать положение на рынке, которое предприятие занимает относительно конкурентов в определенный момент времени. Но надо отметить, что конкурентная позиция является статической характеристикой, привязана к конкретному моменту времени, поэтому не показывает динамику и факторы, влияющие на позицию субъекта на рынке. Характеристика конкурентных позиций предприятия на рынке, позволяющая сравнить данное предприятие с другими конкурентами, представляет собой, согласно формулировке И. Ансоффа, конкурентный статус предприятия [13, с. 173].

Внутренние возможности предприятия по усилению своей конкурентной позиции и внешние факторы, которые могут как способствовать, так и сдерживать реализацию предприятием своей конкурентной стратегии, определяют конкурентный потенциал предприятия. Можно сказать, что конкурентное преимущество является причиной, конкурентоспособность – следствием, а конкурентный потенциал – основой, без которой невозможно выиграть в конкурентной борьбе за ресурсы и потребителя.

Эффективность использования конкурентного потенциала для формирования и развития конкурентоспособности зависит от реализации его структурных элементов. Ряд авторов выделяет в структуре конкурентного капитала ресурсный, рыночный, инновационный, маркетинговый, творческий потенциал [14, с. 122].

Элементы конкурентного потенциала активно взаимодействуют друг с другом, оказывают влияние друг на друга и на конкурентный потенциал в целом. Можно утверждать, что влияние каждого структурного элемента на развитие

конкурентного потенциала разное. Важность каждой составляющей потенциала зависит от специфики рынка и особенностей деятельности самого предприятия. При этом отдельно хотелось бы подчеркнуть особую роль инновационного потенциала, отражающего совокупность характеристик предприятия, определяющих его способность по созданию, внедрению и распространению новых идей, технологий и продуктов, и являющегося важнейшим условием и фактором повышения эффективности инновационных процессов на предприятии. Инновационный потенциал самым тесным образом связан с ресурсным потенциалом, поскольку максимальная эффективность использования инновационного потенциала возможна только при полном задействовании всех ресурсов предприятия. На полноту и эффективность использования инновационного потенциала также сильно влияет творческий потенциал.

Для того, чтобы выявить направления повышения своей конкурентоспособности, предприятию необходимо прежде всего провести анализ и оценку своей деятельности для выявления сильных и слабых сторон, оценить уровень своей конкурентоспособности, определить какие факторы влияют на конкурентоспособность и каковы пути ее повышения. Оценка текущей конкурентоспособности предприятия имеет важное значение и основывается на потенциальных возможностях обеспечить доходность деятельности в текущем периоде и перспективе, направлена на обеспечение на рынке собственных конкурентных позиций предприятия и в определенной мере формирует отраслевую конкурентоспособность.

Можно выделить технические, организационные и социально-экономические пути повышения конкурентоспособности предприятия.

Технические включают использование достижений научно-технического прогресса; обеспечение предприятия необходимым оборудованием высокого уровня; формирование уникальных знаний (патентов, лицензий, ноу-хау), создание прочных контактов с научными учреждениями; совершенствование стандартов.

К организационным путям повышения конкурентоспособности предприятия относятся обеспечение предприятия высококвалифицированной рабочей силой; постоянное обучение и переподготовка кадров; внедрение современных методов организации управления производством; совершенствование системы товародвижения; повышение материальной заинтересованности работников и улучшение условий труда; использование отечественного и зарубежного опыта в сфере повышения конкурентоспособности.

В социально-экономические направления входят совершенствование системы ценообразования; использование эффективной системы мотивации труда; инвестиционное сотрудничество с зарубежными странами; регистрация своего товарного знака и использование фирменных марочных изделий; проведение маркетинговых исследований рынка с целью установления потребностей покупателей; формирование широкого ассортимента продукции.

Пути повышения конкурентоспособности должны найти отражение в конкурентной политике предприятия, нацеленной на решение таких задач, как общее улучшение конкурентной среды за счет сокращения необоснованных внутренних и внешнеторговых барьеров, создания механизмов предотвращения избыточного регулирования, развития транспортной, информационной, финансовой, энергетической инфраструктуры и обеспечения ее доступности для участников рынка; повышение эффективности защиты конкуренции от антиконкурентных действий органов власти и хозяйствующих субъектов посредством совершенствования антимонопольного регулирования; реализация мер развития конкуренции в отдельных отраслях путем ликвидации необоснованных внутренних и внешнеторговых барьеров, использования инструментов налогового и неналогового стимулирования и поддержки [15, с.74].

Конкурентная политика должна стать основой разработки конкурентной стратегии предприятия, представляющей собой комплекс действий предприятия на рынке, направленных на укрепление существующих позиций и формирова-

ние наиболее выгодной конкурентной позиции путем реализации существующих и формирования новых конкурентных преимуществ. Процесс формирования конкурентной стратегии выступает важнейшей частью стратегического планирования деятельности предприятия, отражающим многообразие видов деятельности, совокупность глобальных идей и перспективных направлений развития. Данный процесс отличается многоэтапностью, последовательностью, инновационностью; означает координацию усилий и согласование действий предприятия по обеспечению устойчивой конкурентной позиции; характеризуется системным подходом к оценке сильных и слабых сторон деятельности предприятия [16, с. 293].

Для любых конкурентных действий и разработки эффективной конкурентной стратегии предприятию необходимы наличие знаний и достоверной информации о структуре рынка, характере конкуренции на нем, оценка внутреннего потенциала предприятия и определение направлений достижения конкурентных преимуществ, что в конечном итоге определяет тип разрабатываемой стратегии. В зависимости от целей выделяют такие типы конкурентных стратегий, как:

- стратегии, направленные на устранение конкурентов (стратегия монополизации, стратегия сильного интегратора);
- стратегии, направленные на сближение с конкурентами (стратегия кооперации с конкурентами, стратегия компромисса с конкурентами);
- стратегии, направленные на отступление под влиянием конкурентов (стратегия полного отступления, стратегия слабого интегратора);
- стратегии, направленные на обособление от конкурентов (стратегия простого обособления, стратегия дезинтеграции, стратегия обособления специализированного бизнеса).

Но независимо от особенностей типа реализация конкурентной стратегии предприятия должна быть нацелена на формирование и развитие собственного стратегического конкурентного потенциала по сравнению с потенциалом других предприятий; обеспечение уровня конкурентоспособности, позволяющего осуществить конкурентные

действия против соперников и гарантировать безопасное развитие собственного бизнеса; определение стратегических областей соперничества и стратегическое планирование конкурентных действий; выявление возможностей использования стратегических конкурентных преимуществ представителей внешнего окружения предприятия в его собственных интересах.

Кроме того, конкурентная стратегия предприятий должна быть тесно увязана с стратегиями социально-экономического развития регионов и региональными целевыми программами, реализующими приоритетные и перспективные направления развития региональной экономики. Это обусловлено тем, что региональные целевые программы учитывают специфические особенности конкретного региона, на развитие которого они направлены, нацелены на решение проблем, актуальных для данного региона, отражают существующие проблемы в развитии региональной экономики и пути их решения с учетом имеющихся конкурентных преимуществ предприятий, отраслей и региона [17, с.300].

В целом эффективная конкурентная стратегия должна учитывать динамику рыночных ожиданий, быть мотивированной, устойчивой и долговременной с тем, чтобы обеспечить предприятию конкурентные преимущества в долгосрочной перспективе. Такая стратегия должна быть направлена на формирование и развитие стратегического конкурентного потенциала, который включает в себя инновационные, креативные бизнес-идеи для использования в стратегических областях деятельности, высокопрофессиональный кадровый и организационно-управленческий потенциал, способный осуществлять стратегическое управление деятельностью предприятия [18, с. 112]. В свою очередь формирование и развитие стратегического конкурентного потенциала является важнейшим условием и фактором обеспечения реальной конкурентоспособности предприятия, позволяющим удерживать устойчивую конкурентные позиции как в текущем, так и долгосрочном периоде.

В заключение можно сказать, что формирование, поддержание и повышение конкурентоспособности предпри-

ятия является сложным и непрерывным процессом, на который влияет огромное количество разнообразных факторов, а достигнутый на конкретный момент определенный уровень конкурентоспособности нельзя рассматривать как долгосрочный, тем более постоянный, так как он может активно и существенно меняться в условиях высокодинамичной и высококонкурентной экономической среды. Поэтому предприятия все

время должны работать в активном режиме в направлении повышения своей конкурентоспособности. В этих целях предприятиям важно разрабатывать грамотную конкурентную политику, объективно оценивать имеющийся и рассчитывать стратегический конкурентный потенциал, чтобы не только завоевывать, но и прочно удерживать конкурентные позиции в очень непростой сегодня конкурентной среде.

Библиографический список

1. Кушбокова Р.Х., Куашева А.А. Инвестиционные аспекты конкурентоспособности Кабардино-Балкарской Республики // Проблемы развития предприятий: теория и практика: сборник статей VII Международной научно-практической конференции. Пенза: РИО ПГАУ, 2020. 278 с.
2. Котлер Ф. Основы Маркетинга: учебное пособие. М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Кросс. Плюс», ноябрь 1995. 702 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Развитие конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособной экономике // Современная конкуренция. 2009. № 6. С. 111-143.
4. Ярлыченко А. А., Найда А. М., Готлиб Е. М. Расчет конкурентоспособности товара как один из подходов к оценке конкурентоспособности торговых сетей // Russian Journal of Economics and Law. 2012. №2 (22). С. 142-146.
5. Чайникова Л.Н., Чайников В.Н. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие. Тамбов: изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. 356 с.
6. Белоусова Д.С. Понятие и сущность конкурентоспособности. Факторы, влияющие на конкурентоспособность // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2016. № 15-2. С. 72-76.
7. Иванова С.В. Сравнительная оценка конкурентоспособности предприятий торговли. Конкурентоспособность предприятий торговли // Российское предпринимательство. 2010. № 9-2. С. 124-128.
8. Курипченко Е.В. Методический подход к обеспечению конкурентоспособности предприятия // Организатор производства. 2015. № 3 (66). С. 75-84.
9. Кушбокова Р.Х., Куашева А.А. Факторы и направления повышения конкурентоспособности экономики региона // Наука и образование: отечественный и зарубежный опыт: международная научно-практическая конференция 20 апреля 2020 г., г. Белгород): сборник статей. Белгород: Издательство ООО «ГиК», 2020. 368 с.
10. Кметь Е.Б., Ким А.Г. Управление маркетингом: Учебник. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. 308 с.
11. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М.: Литагент, 2018. 542 с.
12. Габилова М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). М.: Буки–Веди, 2015. С. 85-87.
13. Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ. под ред. Евенко Л.И. М.: Экономика, 1989. 519 с.
14. Аренков И.А., Салихова Я.Ю., Гаврилова М.А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития // ПСЭ. 2011. № 4. С. 120-125.
15. Молочников Н.Р., Молочников А.Н. Конкурентоспособность промышленности как важнейшего сектора национальной экономики // Пространство экономики. 2008. № 2-2. С. 20-22.
16. Кушбокова Р.Х., Богатырева А.А. Предпринимательская деятельность как объект стратегического планирования // Сборник научных трудов национальной университетской научно-практической конференции, приуроченной к 85-летию со дня основания Кабардино-Балкарского государственного университета. Нальчик, 2019. 569 с.

17. Кушбокова Р.Х., Куашева А.А. Развитие туризма как фактор повышения конкурентоспособности экономики региона // Сборник научных трудов национальной университетской научно-практической конференции, приуроченной к 85-летию со дня основания Кабардино-Балкарского государственного университета. Нальчик, 2019. 569 с.

18. Кушбокова Р.Х., Куашева А.А. Формирование конкурентной стратегии субъекта предпринимательской деятельности // Формирование конкурентной среды, конкурентоспособность и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами: сборник статей V Международной научно-практической конференции / МНИЦ ПГАУ. Пенза: РИО ПГАУ, 2020. 307 с.