

УДК 339.137.2

DOI: 10.34670/AR.2025.92.82.017

Трансформационно-созидательная функция конкуренции: новая парадигма устойчивого развития предприятий сферы услуг

Жук Оксана Олеговна

Аспирант,
кафедра экономики предприятия и управления персоналом,
Донецкий национальный университет экономики и
торговли им. Михаила Туган-Барановского
283050, Российская Федерация, г. Донецк, ул. Щорса, 31
e-mail: zhuk.0ksana@yandex.ru

Аннотация

В условиях усиления экономической турбулентности, обусловленной геополитическими факторами, санкционным давлением и цифровизацией, традиционные концепции конкуренции требуют переосмысления. В данной статье, на основе анализа современной экономической литературы и эмпирических данных о развитии предприятий сферы услуг, рассматриваются классические функции конкуренции, а также обосновывается необходимость выделения самостоятельной трансформационно-созидательной функции. В ходе исследования установлено, что она отличается от классических функций конкуренции тем, что она не отвечает за установление правил игры на рынке, а переписывает их; она фокусируется не на создании новых услуг, а на возникновении новых ценностных бизнес-моделей; она не способствует приспособлению компаний к изменениям в окружающей среде, а изменяет саму среду, становясь движущей силой радикальных инноваций. В заключении статьи подчеркивается взаимосвязь и взаимодополняемость классических и трансформационно-созидательной функций, формирующих динамичную систему, обеспечивающую устойчивый рост и развитие экономики в рамках концепции VUCA-мира.

Для цитирования в научных исследованиях

Жук О.О. Трансформационно-созидательная функция конкуренции: новая парадигма устойчивого развития предприятий сферы услуг // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2025. Том 15. № 1А. С. 174-184. DOI: 10.34670/AR.2025.92.82.017

Ключевые слова

Конкурентная борьба, функции конкуренции, управление конкурентоспособностью, предприятия сферы услуг, экономическая турбулентность, концепция VUCA-мира.

Введение

Современный этап развития мировой экономики характеризуется усилением турбулентности и неопределенности, что обусловлено комплексом взаимосвязанных факторов, таких как геополитическая нестабильность, санкционное давление, изменение торговой политики (включая тарифную политику США) и стремительное развитие цифровых технологий. Данные тенденции, формирующие концепцию VUCA-мира (Volatility – нестабильность, Uncertainty – неопределенность, Complexity – сложность, Ambiguity – неоднозначность) [Рывкина, Кушхова, Храброва, Михалин, 2022], оказывают существенное влияние на конкурентную среду, особенно на сферу услуг.

В период с 2022 года по 2025 год, российские предприятия сферы услуг, функционирующие в условиях ограниченного доступа к ресурсам, технологиям и рынкам сбыта, столкнулись с беспрецедентными вызовами, требующими переосмысления традиционных подходов к управлению конкурентоспособностью. Давление санкций, волатильность валютных курсов, рост тарифов и непредсказуемость внешнеэкономической конъюнктуры формируют новую реальность, в которой выживание и развитие предприятий напрямую зависят от их способности адаптироваться к быстро меняющимся условиям и эффективно использовать имеющиеся ресурсы.

В связи с данным фактом проблема заключается в недостаточном понимании роли и взаимодействия функций конкуренции в обеспечении устойчивой конкурентоспособности предприятий сферы услуг в условиях турбулентной внешней среды. Классические функции, такие как регулирующая, аллокационная, инновационная, адаптационная, распределительная и контролирующая, рассматриваются как инструменты поддержания существующего рыночного порядка [Ховалыг, Ликтан, 2023]. Однако, в VUCA-мире требуется принципиально новый подход, учитывающий способность конкуренции не только адаптироваться к изменениям, но и активно формировать новую экономическую реальность. Необходимость исследования данной проблемы обусловлена тем, что для эффективного управления конкурентоспособностью в современных условиях требуются новые теоретические рамки и представления, позволяющие учитывать способность конкуренции выступать в качестве движущей силы радикальных инноваций и трансформации бизнес-моделей.

Основная часть

Реализация функций конкуренции в сфере услуг в ответ на экономическую турбулентность среды

Исследованием функций конкуренции занималось множество зарубежных и отечественных ученых на протяжении различных этапов становления экономической теории, включая классический, неоклассический, институциональный и современный периоды. Каждый из этих этапов внес свой вклад в понимание роли и значения конкуренции в экономической системе.

В классической экономике конкуренция рассматривалась как соперничество между индивидуальными продавцами и покупателями за более выгодные условия продажи или покупки услуг, с акцентом на спросе и предложении, а также на цене как основном средстве ведения конкурентной борьбы [Смит, Мальтус, 2022]. Неоклассическая экономика, углубив анализ конкуренции в рамках теории стоимости как неизбежной составляющей капиталистической системы, разработала модель рыночного равновесия и совершенной

конкуренции [Маршал 2020, Кейнс 2022]. Институциональный подход акцентировал внимание на роли институтов и правил, в которых функционируют предприятия и государство, а также впервые выдвигает необходимость учета социальных и экологических аспектов конкуренции [Портер 2020, Райзберг 2023].

В современной экономической литературе, которая продолжает развиваться, учитывая новые вызовы и возможности, связанные с глобализацией, цифровой трансформацией и технологическими изменениями, обобщают и выделяют шесть классических функций конкуренции: регулирующая, аллокационная, инновационная, адаптационная, распределительная и контролирующая.

Регулирующая функция в реалиях свободной конкуренции определяет величину спроса и оптимальный объем распределения. В условиях, когда предприятия конкурируют, предлагая товары и услуги, именно потребитель, посредством своего выбора, оказывает решающее воздействие на объемы производства и виды предлагаемой продукции. Предприятия, стремясь удовлетворить потребности потребителей, производят именно то количество результата, которое требуется потребителю, избегая перепроизводства и дефицита [Узбекова, 2018]. Этот механизм позволяет сбалансировать рынок и обеспечить соответствие предложения спросу, создавая условия для эффективного функционирования экономики.

Так, например после ухода Booking.com из России в 2022 году, российские сервисы бронирования отелей, такие как Ostrovok.ru, Суточно.ру и другие, активно нарастили свою базу предложений и улучшили функциональность, реагируя на возросший спрос со стороны как отелей, так и клиентов. Конкуренция между этими платформами определила объем предложений и их соответствие потребностям рынка.

Реализация аллокационной функции в конкурентной среде способствует эффективному размещению производственных ресурсов. Предприятия, расположенные ближе всего к источникам сырья, энергии и квалифицированной рабочей силы, имеют конкурентное преимущество, поскольку могут минимизировать транспортные и другие затраты [Шохиста, 2021]. Это, в свою очередь, способствует оптимальной организации производства, снижению себестоимости продукции и повышению прибыльности. Конкуренция побуждает предприятия искать наиболее эффективные способы использования ресурсов, что приводит к их оптимальному распределению в масштабах всей экономики.

В 2022-2024 годах ряд фитнес-центров столкнулись с ростом цен на импортное спортивное и сопутствующее оборудование. В ответ на данные ограничения многие предприятия, включая сеть фитнес-клубов World Class, XFIT, INFIZ GYM и другие, начали переходить на использование отечественного спортивного инвентаря или оборудования из азиатских стран, расположенных ближе к Российской Федерации. Это позволило снизить расходы и сохранить конкурентоспособные цены на абонементы данных фитнес-центров.

Инновационная функция стимулирует технологическое развитие и внедрение новых технологий. В конкурентной борьбе предприниматели мотивированы непрерывно улучшать методы производства услуг и внедрять нововведения, чтобы опередить конкурентов и привлечь больше потребителей [Гуртнязов, 2024]. Это приводит к повышению качества услуг, снижению издержек, расширению ассортимента и созданию новых рынков. Инновации, генерируемые конкуренцией, являются ключевым фактором экономического роста и повышения уровня жизни.

В период с 2022 по 2025, на фоне санкций и ограничений на импорт технологий, российские IT-компании активно разрабатывали и внедряли отечественные аналоги зарубежных

программных продуктов и сервисов. Например, появился ряд альтернатив Zoom для видеоконференций или сервисов для облачного хранения данных от Яндекс, ВКонтакте (VK) и МТС. Конкуренция в стремлении предложить лучший сервис и привлечь клиентов стимулировала данное технологическое развитие.

Адаптационная функция определяет умение предприятий приспосабливаться к динамичным условиям внешней среды, предлагая покупателям релевантную услугу. В условиях быстро меняющихся потребительских предпочтений, технологических прорывов и экономических потрясений, предприятия, способные быстро адаптироваться, имеют больше шансов на выживание и успех [Нуцалханова, 2019]. Эта функция подразумевает гибкость, оперативность и готовность к изменениям, что позволяет предприятиям оставаться конкурентоспособными в долгосрочной перспективе [Ващенко, Кравченко, 2021]. Адаптационная функция становится особенно важной в современном VUCA-мире, где неопределенность и изменчивость являются постоянными факторами.

Так, например, языковые школы в 2019-2023 годах, столкнувшись с сокращением спроса на традиционные очные курсы и изучением европейских языков, начали активно предлагать онлайн-форматы, а также расширили спектр изучаемых языков, включив китайский и арабский языки (огромную популярность в этот период получает онлайн-школа «Skyeng»). Конкуренция за студентов в данном случае заставила их адаптироваться к изменяющимся потребностям современного рынка услуг.

Распределительная функция обеспечивает эффективную дифференциацию ресурсов между отраслями и предприятиями. Постоянно изменяющийся рынок заставляет предпринимателей оценивать эффективность вложения ресурсов и перенаправлять их из менее прибыльных отраслей в более перспективные [Баркалая, 2022]. Этот процесс способствует оптимальному использованию ресурсов в масштабах всей экономики, повышению ее эффективности и устойчивости. Конкуренция способствует выявлению наиболее перспективных направлений развития и переливу капитала, технологий и трудовых ресурсов в эти сектора.

В 2022-2023 годах наблюдался отток инвестиций из менее прибыльных кинотеатров с небольшим количеством посещений в более перспективные онлайн-платформы, предлагающие эксклюзивный контент и привлекательные условия подписки. Инвесторы перераспределяли собственные денежные массивы в более успешные и быстрорастущие направления в сфере развлечений.

Контролирующая функция ограничивает монопольную власть и обеспечивает справедливую конкуренцию. Справедливая конкуренция затрудняет достижение господствующего и монопольного положения, предотвращая злоупотребление властью и поддерживая свободный рынок и равные условия для всех участников [Галстян, 2022]. Эта функция защищает интересы потребителей и способствует развитию инноваций, поскольку предприятия не могут полагаться на свою монопольную власть, а вынуждены постоянно повышать качество продукции и снижать цены. Контролирующая функция обеспечивает прозрачность и честность в рыночных отношениях, создавая условия для здоровой конкуренции.

В 2022-2025 годах возросла активность Роспотребнадзора и Федеральной антимонопольной службы (ФАС) в отношении как недружественных, так и отечественных онлайн-сервисов по продаже авиабилетов, бронированию отелей и видеохостингов. Регуляторы выявляли и пресекали случаи навязывания дополнительных услуг, а также попыток необоснованного повышения цен со стороны отдельных компаний. Параллельно маркетплейсы активно боролись

с продавцами, завышающими цены на фоне ажиотажного спроса. Данный факт демонстрирует, как конкуренция предотвращает злоупотребление доминирующим положением на российском рынке.

Таким образом, взаимодействие классических функций теории конкуренции играет ключевую роль в преобразовании рынка в эффективную систему саморегуляции. Они в совокупности формируют динамичный механизм, который направляет экономические ресурсы в наиболее продуктивные направления, стимулирует рост и развитие, а также приводит к повышению благосостояния общества. Понимание этих функций и их взаимодействия необходимо для разработки эффективных стратегий управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг и создания благоприятной среды для развития бизнеса.

Трансформационно-созидательная функция конкуренции: катализатор революционных изменений в экономике

В современных реалиях ведения конкурентной борьбы, которые все более определяются быстрыми технологическими изменениями, повсеместной цифровизацией и усилением глобализационных процессов, традиционного понимания конкуренции как соперничества за ограниченные ресурсы и долю на рынке становится недостаточно. В отличных от традиционных условиях функционирования необходимо выделить новую функцию конкуренции, а именно – трансформационно-созидательную, которая выходит за рамки классических представлений и приобретает форму катализатора революционных изменений в экономических системах и бизнес-ландшафтах. Эта функция не просто способствует оптимизации уже существующих процессов, а инициирует фундаментальные преобразования, приводящие к появлению новых рынков, бизнес-моделей и форм организации экономической деятельности.

Трансформационно-созидательная функция конкуренции проявляется в следующих четырех ключевых аспектах, которые в совокупности определяют ее уникальную роль и значение:

1. Разрушение устаревших моделей (изменение баланса сил). Интенсивная конкуренция, подстегиваемая инновациями и новыми технологиями, приводит к разрушению устаревших бизнес-моделей, рыночных структур и традиционных подходов к ведению бизнеса. Предприятия, которые не обладают навыками адаптации к новым условиям функционирования, предлагают своей целевой аудитории все менее ценные и эффективные для них решения, что в конечном счете приводит к потере устойчивой позиции на рынке и лояльности потребителей [Кравченко, 2017]. Устаревшие методы производства, неэффективные каналы сбыта и негибкие организационные структуры становятся барьерами для развития. Конкуренция побуждает уничтожать неэффективные звенья в цепочке бизнес-процессов предприятия и формировать на их месте новые решения, которые в перспективе кардинально перестраивают систему.

2. Создание новых моделей (синергетически-инновационный эффект). Разрушение и отказ от старых бизнес-моделей открывает пространство для формирования более гибких и ориентированных на потребителя решений. Данные решения в современных условиях предполагают использование передовых технологий (искусственный интеллект, интернет вещей, блокчейн) и активной интеграции с цифровыми платформами. Возникают новые формы взаимодействия между производителями и потребителями, трансформируются каналы сбыта, а также формируются новые ценности. Предприятия, способные своевременно создавать и использовать актуальные для рынка новшества, формируют устойчивое конкурентное преимущество, которое предоставит возможность завоевать лидерские позиции на рынке.

3. Расширение рынка (открытие новых сегментов). Трансформационно-созидательная

функция конкуренции способствует формированию такого предложения на рынке услуг, которое удовлетворяло бы ранее не известную или не доступную потребность целевой аудитории. Конкуренция побуждает предпринимателей искать новые способы привлечения клиентов, выходить за рамки традиционных рынков и создавать новые услуги, ориентированные на специфические запросы различных групп потребителей. Данные социально-экономические изменения приводят к появлению принципиально новых ниш на рынке и иных форм потребления.

4. Повышение общей ценности (для потребителей и общества). В конечном итоге, трансформационные изменения, инициированные конкуренцией, положительно влияют на качество жизни всех субъектов рынка посредством предоставления более качественных и удобных решений, которые при правильной трансляции способны открыть новые горизонты развития. Интенсификация конкуренции стимулирует предприятия предлагать более выгодные условия, снижать цены, повышать уровень обслуживания и создавать инновационные продукты, отвечающие потребностям потребителей, что в свою очередь, приводит к повышению благосостояния общества в целом [Кравченко, Еремеев, 2017].

Трансформационно-созидательная функция конкуренции радикально отличается от классических функций, таких как аллокационная, регулирующая, инновационная, адаптационная, распределительная и контролирующая, не только по своей направленности, но и по масштабу воздействия. Классические функции, в основном, ориентированы на оптимизацию существующих рыночных механизмов, поддержание стабильности и обеспечение эффективного распределения ресурсов в рамках сложившейся структуры. Они способствуют эволюционному развитию и постепенному улучшению существующих систем. Отличительными чертами выделенной трансформационно-созидательной функции конкуренции, которые формируют определенный контекст для ее реализации, являются:

- она не отвечает за установление или поддержание существующих правил игры на рынке, а активно переписывает их, создавая принципиально новые законы и условия конкуренции;
- она фокусируется не на создании новых услуг в рамках существующих концепций, а акцентирует внимание на возникновении совершенно новых ценностных бизнес-моделей, которые существенно меняют способы взаимодействия между участниками рынка, потребителями и информацией;
- она не способствует приспособлению предприятия к изменениям в окружающей среде, а активно изменяет саму среду, становясь движущей силой радикальных инноваций, которые разрушают устаревшие структуры и создают новые возможности для развития.

Наглядным примером формирования новой экономической реальности через реализацию трансформационно-созидательной функции конкуренции служат революционные технологические прорывы, такие как появление сети Интернет, мобильных технологий, искусственного интеллекта (ИИ) и виртуальной реальности. Данные новшества вызвали разрушение традиционных систем во многих отраслях экономики, особенно в сфере услуг, включая коммуникации, торговлю, развлечения и образование.

В результате изменений сформировались совершенно новые бизнес-модели, которые не только создали уникальные потребительские сегменты, но и существенно повысили ценность услуги для целевой аудитории, предлагая более широкий выбор, удобство, доступность и персонализацию.

Данные трансформации не были результатом постепенного улучшения существующих систем или эволюционного развития, а представляли собой полное переосмысление

традиционных подходов к взаимодействию рынков, людей и информации, создав совершенно новые экономические и социальные парадигмы. Яркими примерами бизнес-моделей такого типа являются:

- электронная коммерция (Amazon, Alibaba);
- стриминговые сервисы (Netflix, Spotify);
- платформы совместного потребления (Airbnb, Uber);
- платформа-центричные модели (Apple App Store, Google Play);
- модели «гиг-экономики» (Upwork, TaskRabbit).

Также важно подчеркнуть, что классические функции конкуренции и трансформационно-созидательная функция не противостоят друг другу и не являются взаимоисключающими. Напротив, они последовательно взаимодействуют в цикле развития экономической системы, дополняя и усиливая друг друга (рис.1).

Классические функции на начальном этапе цикла обеспечивают предприятию устойчивое функционирование, позволяя системам адаптироваться к текущим изменениям и повышать свою эффективность в рамках существующих правил рыночных игр. Они создают основу для стабильности и предсказуемости, необходимой для долгосрочного планирования и инвестиций. Однако, когда возможности классических функций достигают предела и возникает необходимость в более радикальных изменениях, активизируется трансформационно-созидательная функция, выступая в качестве стимула для революционных преобразований. Она в перспективе полностью перестраивает правила и систему рынка, создавая новые возможности для самосовершенствования. Последующая необходимость в адаптации к иным условиям и правилам существования обеспечивает переход на принципиально более высокий уровень (ступень) развития, где функционирование предприятия вновь подчиняется классическим функциям конкуренции, запуская новый виток цикла.



Рисунок 1 – Циклическая модель рынка в разрезе последовательности взаимодействия классических и трансформационно-созидательной функций конкуренции

Следовательно, циклическая модель рынка в разрезе последовательности взаимодействия классических и трансформационно-созидательной функций конкуренции, являясь динамичным процессом, характеризуется фазами стабилизации и разрушения. Данный факт обуславливается тем, что экономика постоянно находится в движении, трансформируясь и адаптируясь к новым вызовам и возможностям. Понимание представленной динамики и умение эффективно использовать все функции конкуренции в рамках одного цикла является ключом к обеспечению устойчивого роста и процветания как отдельных предприятий сферы услуг, так и всей экономической системы в целом.

Заключение

Данное исследование позволило углубить и расширить теоретическое понимание сущности и роли конкуренции в современной экономике, которая в рамках концепции VUCA-мира характеризуется высокой турбулентностью внешней среды, технологическими изменениями и усилением глобализации. Разработанная в рамках исследования циклическая модель рынка может быть использована для построения долгосрочных стратегий управления интенсивностью конкурентной борьбы, создания благоприятной среды для развития инновационного предпринимательства и повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг. Дальнейшие исследования в данной области могут быть направлены на разработку комплекса инструментов оценки ее влияния на экономический рост в условиях многополярного мира.

Библиография

1. Баркалая, О. Г. Об исследовании конкуренции в задачах оптимального распределения ресурсов [Текст] / О. Г. Баркалая // Экономика и управление. – 2022. – №4.
2. Богатова, Е. В. Конкуренция: социально-экономический и идеологический аспекты [Текст] / Е. В. Богатова, Е. Г. Филимонова // Экономика строительства. – 2025. – № 2. – С. 13-15.
3. Ващенко, Н. В. Методические аспекты оценки состояния системы управления устойчивым развитием предприятия [Текст] / Н. В. Ващенко, Е. С. Кравченко // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2021. – № 10. – С. 171-174.
4. Галстян, Н. А. К вопросу об «антимонопольном» регулировании политической конкуренции: конституционно-правовые аспекты [Текст] / Н. А. Галстян // Антиномии. – 2022. – №2.
5. Гуртнийзов М. Б., Баблакова С. Б., Бешеров Н. Б. Влияние цифровых платформ на рынки труда, конкуренцию и инновации: вызовы и возможности [Текст] / М. Б. Гуртнийзов, С. Б. Баблакова, Н. Б. Бешеров // Вестник науки. – 2024. – №2 (71).
6. Егоров, А. С. Конкуренция и конкурентоспособность предприятий в 2022-2023 годах [Текст] / А. С. Егоров // Российский экономический барометр. – 2023. – № 4(92). – С. 3-15.
7. Ерсайын, Б. Е. Влияние глобализации на конкуренцию и конкурентоспособность [Текст] / Б. Е. Ерсайын, К. К. Искаков, Г. У. Бекманова // Научный альманах. – 2024. – № 2-2(112). – С. 80-84.
8. Кейнс, Дж. Общая теория занятости процента и денег [Текст] / Дж. Кейнс // Избранное. – Москва : Эксмо, 2022. – 960 с.
9. Конкуренция в условиях глобализации [Текст] / Е. В. Смирнова, Д. В. Попова, Н. В. Плаксина, Т. Н. Акулова // Вестник российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева: Гуманитарные и социально-экономические исследования. – 2020. – № 11-1. – С. 94-99.
10. Кравченко, Е. С. Практические аспекты повышения инновационной активности бизнес-модели предприятия [Текст] / Е. С. Кравченко // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2017. – № 6. – С. 223-227.
11. Кравченко, Е. С. Формирование стратегии управления конкурентным потенциалом предприятия [Текст] / Е. С. Кравченко, С. Ю. Еремеев // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2017. – № 6. – С. 36-42.
12. Кулешов, Д. К. Формирование конкурентных стратегий в деятельности предприятий сферы услуг в условиях развития конкурентной рыночной среды [Текст] / Д. К. Кулешов // ЦИТИСЭ. – 2023. – № 1(35). – С. 311-320.

13. Мальтус, Т. Опыт закона о народонаселении [Текст] / Т. Мальтус. – Москва : АСТ, 2022. – 256 с.
14. Маршалл, А. Принципы экономической науки [Текст] / А. Маршалл // Серия: Великие экономисты и менеджеры (под ред. Ломакина Э. К.). – Москва : Эксмо, 2020. – 832 с.
15. Насон, Н. В. Конкуренция и конкурентоспособность в условиях цифровой трансформации [Текст] / Н. В. Насон, Р. Ф. Ананина // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2023. – Т. 3, № 1. – С. 59-71.
16. Нуцалханова П. В. Сущность, формы и функции конкуренции [Текст] / П. В. Нуцалханова // Экономика и социум. – 2019. – №1-1 (56).
17. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей конкурентов [Текст] / М. Портер. – Москва : Альпина Паблишер, 2020. – 453 с.
18. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь [Текст] / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева // Экономика. Бухгалтерский учет. Финансы изд. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2023. – 512 с.
19. Рывкина О. Л., Кушхова З. В., Храброва Н. И., Михалин А. Ю. VUCA реальность: система инструментов управления организацией в современной нестабильной среде [Текст] / О. Л. Рывкина, З. В. Кушхова, Н. И. Храброва, А. Ю. Михалин // Экономика строительства и природопользования. – 2022. – №1-2 (82-83).
20. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит. – Москва : АСТ, 2022. – 1072 с.
21. Узбекова И. К. Конкуренция, понятие, сущность, функций и виды в зависимости от соотношения спроса и предложения [Текст] / И. К. Узбекова // Форум молодых ученых. – 2018. – №12-4 (28).
22. Харитонов, А. С. Конкурентоспособность в разрезе современной трансформации моделей конкуренции [Текст] / А. С. Харитонов // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2023. – № 1-2. – С. 143-147.
23. Ховалыг Д. Д., Ликтан В. Т. Конкуренция в экономике и ее сущность, задачи и функции в современном мире [Текст] / Д. Д. Ховалыг, В. Т. Ликтан // Вестник науки. – 2023. – №12 (69).

The Transformative-Creative Function of Competition: A New Paradigm for Sustainable Development in Service Sector Enterprises

Oksana O. Zhuk

PhD Student,

Department of Enterprise Economics and Personnel Management,
Donetsk National University of Economics and
Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky,
283050, 31 Shchorsa str., Donetsk, Russian Federation;
e-mail: zhuk.Oksana@yandex.ru

Abstract

Amid growing economic turbulence driven by geopolitical factors, sanction pressures, and digitalization, traditional concepts of competition require reevaluation. This article analyzes contemporary economic literature and empirical data on service sector enterprises to examine classical competition functions while substantiating the need to recognize an independent transformative-creative function. The study reveals that this function differs fundamentally from classical competition functions: rather than establishing market rules, it rewrites them; instead of creating new services, it generates novel value-based business models; and rather than helping companies adapt to environmental changes, it transforms the environment itself, becoming a driver of radical innovation. The conclusion emphasizes the interdependence and complementarity of classical and transformative-creative functions, which together form a dynamic system ensuring sustainable growth and economic development within the VUCA world framework.

For citation

Zhuk, O.O. (2025). Transformatsionno-sozidatel'naya funktsiya konkurentsii: novaya paradigma ustoychivogo razvitiya predpriyatiy sfery uslug [The transformative-creative function of competition: a new paradigm for sustainable development in service sector enterprises]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 15 (1A), pp. 174-184. DOI: 10.34670/AR.2025.92.82.017

Keywords

Competitive struggle, competition functions, competitiveness management, service sector enterprises, economic turbulence, VUCA world concept

References

1. Barkalaya, O. G. On the study of competition in the tasks of optimal resource allocation [Text] / O. G. Barkalaya // Economics and management. 2022.No. 4.
2. Bogatova, E. V. Competition: socio-economic and ideological aspects [Text] / E. V. Bogatova, E. G. Filimonova // Economics of construction. 2025. No. 2. pp. 13-15.
3. Vashchenko, N. V. Methodological aspects of assessing the state of the enterprise's sustainable development management system / N. V. Vashchenko, E. S. Kravchenko // The company's strategy in the context of increasing its competitiveness. – 2021. – No. 10. – pp. 171-174.
4. Galstyan, N. A. On the issue of "antimonopoly" regulation of political competition: constitutional and legal aspects [Text] / N. A. Galstyan // Antinomies. – 2022. – №2.
5. Gurtliyazov M. B., Bablakova S. B., Beshenov N. B. The impact of digital platforms on labor markets, competition and innovation: challenges and opportunities [Text] / M. B. Gurtliyazov, S. B. Bablakova, N. B. Beshenov // Bulletin of Science. – 2024. – №2 (71).
6. Egorov, A. S. Competition and competitiveness of enterprises in 2022-2023 [Text] / A. S. Egorov // Russian Economic Barometer. – 2023. – № 4(92). – Pp. 3-15.
7. Yersayyn, B. E. The impact of globalization on competition and competitiveness [Text] / B. E. Yersayyn, K. K. Iskakov, G. U. Bekmanova // Scientific Almanac. – 2024. – № 2-2(112). – Pp. 80-84.
8. Keynes, J. General theory of employment of interest and money [Text] / J. Keynes // Selected works. Moscow : Eksmo, 2022. 960 p.
9. Competition in the context of globalization [Text] / E. V. Smirnova, D. V. Popova, N. V. Plaksina, T. N. Akulova // Bulletin of the D. I. Mendeleev Russian University of Chemical Technology: Humanitarian and Socio-economic Research. - 2020. – No. 11-1. – pp. 94-99.
10. Kravchenko, E. S. Practical aspects of increasing the innovative activity of the business model of the enterprise [Text] / E. S. Kravchenko // The company's strategy in the context of increasing its competitiveness. – 2017. – No. 6. – pp. 223-227.
11. Kravchenko, E. S. Formation of a strategy for managing the competitive potential of an enterprise [Text] / E. S. Kravchenko, S. Y. Ereemenko // The company's strategy in the context of increasing its competitiveness. - 2017. – No. 6. – pp. 36-42.
12. Kuleshov, D. K. Formation of competitive strategies in the activities of service sector enterprises in the context of the development of a competitive market environment [Text] / D. K. Kuleshov // CITISE. – 2023. – № 1(35). – Pp. 311-320.
13. Malthus, T. The experience of the law on population [Text] / T. Malthus. – Moscow : AST, 2022. – 256 p.
14. Marshall, A. Principles of economic Science [Text] / A. Marshall // Series: Great Economists and Managers (ed. Lomakina E. K.). – Moscow : Eksmo, 2020. – 832 p.
15. Nason, N. V. Competition and competitiveness in the context of digital transformation [Text] / N. V. Nason, R. F. Ananina // Trade, service, food industry. – 2023. – Vol. 3, No. 1. – pp. 59-71.
16. Nutzalkhanova P. V. The essence, forms and functions of competition [Text] / P. V. Nutzalkhanova // Economics and society. – 2019. – №1-1 (56).
17. Porter, M. Competitive strategy: A methodology for analyzing competitors' industries [Text] / M. Porter. Moscow : Alpina Publisher, 2020. 453 p.
18. Raizberg, B. A. Modern economic dictionary [Text] / B. A. Raizberg, L. Sh. Lozovsky, E. B. Starodubtseva // Economy. Accounting. Finance publishing house, Moscow : SIC INFRA-M, 2023. 512 p.
19. Ryvkina O. L., Kushkhova Z. V., Khrabrova N. I., Mikhailin A. Yu. VUCA reality: a system of organization management tools in a modern unstable environment [Text] / O. L. Ryvkina, Z. V. Kushkhova, N. I. Khrabrova, A. Yu. Mikhailin //

- Economics of construction and environmental management. – 2022. – №1-2 (82-83).
20. Smith, A. Research on the nature and causes of the wealth of nations [Text] / A. Smith. – Moscow: AST, 2022. – 1072 p.
 21. Uzbekova I. K. Competition, concept, essence, functions and types depending on the ratio of supply and demand [Text] / I. K. Uzbekova // Forum of young scientists. – 2018. – №12-4 (28).
 22. Kharitonov, A. S. Competitiveness in the context of modern transformation of competition models [Text] / A. S. Kharitonov // Science of the XXI century: current directions of development. - 2023. – No. 1-2. – pp. 143-147.
 23. Khovalyg D. D., Liktan V. T. Competition in economics and its essence, tasks and functions in the modern world [Text] / D. D. Khovalyg, V. T. Liktan // Bulletin of Science. – 2023. – №12 (69).