
ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ФАКТОРА ПРИ УЧАСТИИ В КОНКУРЕНЦИИ

Татосян Севада Арменович,

Московский финансово-промышленный университет „Синергия“, студент 2го курса
аспирантуры
ig0276108@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена анализу влияния человеческого фактора на участие в конкуренции. В ней рассматриваются ключевые аспекты человеческой психологии и поведения, которые влияют на действия участников конкурентной борьбы. Обсуждаются эмоциональные, когнитивные и социальные факторы, а также моральные и этические ценности, которые играют важную роль в принятии решений и стратегическом подходе в условиях конкуренции. Также анализируется, как лидерские качества, коллективная динамика и способность к инновациям формируют успешные стратегии в конкурентной среде. Работа подчеркивает важность учета человеческого фактора при построении эффективных конкурентных моделей и стратегий, способствующих устойчивому успеху.

Ключевые слова: человеческий фактор; конкуренция; психология; лидерство; инновации; этические ценности; конкурентные стратегии.

INFLUENCE OF THE HUMAN FACTOR IN PARTICIPATION IN COMPETITION

Tatosyan Sevada Armenovich,

Moscow Financial and Industrial University "Synergy", 2nd year postgraduate student

ABSTRACT

The article analyzes the influence of the human factor on participation in competition. It examines the key aspects of human psychology and behavior that influence the actions of participants in competitive struggle. It discusses emotional, cognitive and social factors, as well as moral and ethical values that play an important role in decision-making and strategic approach in a competitive environment. It also analyzes how leadership qualities, team dynamics and the ability to innovate shape successful strategies in a competitive environment. The work emphasizes the importance of taking into account the human factor when building effective competitive models and strategies that contribute to sustainable success.

Keywords: human factor; competition; psychology; leadership; innovation; ethical values; competitive strategies.

Определение человеческого фактора и конкуренции являются важными элементами для понимания того, как человеческая природа и поведение влияют на различные аспекты конкурентной борьбы.

Человеческий фактор — это совокупность личных качеств, особенностей восприятия, психологии, мотивации, а также навыков и опыта индивида, которые влияют на его действия и принятие решений в определенной ситуации. Важнейшими составляющими человеческого фактора являются эмоциональное состояние, внутренние убеждения, личные установки и поведенческие паттерны. Эти аспекты оказывают значительное влияние на эффективность действий человека в различных сферах жизни, включая бизнес и конкуренцию [2, с. 45].

Конкуренция, в свою очередь, определяется как процесс соперничества между различными субъектами с целью получения ограниченных ресурсов, достижения желаемых позиций или превосходства в какой-либо сфере. В рамках бизнеса конкуренция может проявляться в борьбе за клиентов, рынок, инновации или репутацию. Важно отметить, что конкуренция существует не только на уровне организации или отрасли, но и на уровне индивидов, которые принимают участие в этом процессе, принимая решения, действуя на основе личных целей и стремлений [1, с. 44].

Исследования показывают, что человеческий фактор играет ключевую роль в конкурентных процессах, оказывая влияние на то, как компании и индивидуумы воспринимают конкуренцию и какие стратегии используют для достижения успеха. Более того, воздействие человеческого фактора можно рассматривать не только как внешний, но и как внутренний стимул, поскольку оно влияет как на действия участников конкуренции, так и на их восприятие результата.

Одним из важнейших аспектов человеческого фактора является эмоциональная составляющая. Например, сильное чувство тревоги или страха может заставить участника конкуренции принимать решения, продиктованные эмоциональным состоянием, а не логическими выводами. Это может привести как к ошибочным действиям, так и к более агрессивному поведению. С другой стороны, уверенность и амбициозность могут стать источником мотивации для достижения лучших результатов, что способствует более активному участию в конкуренции и внедрению инновационных решений. Психологические исследования подтверждают, что люди, обладающие высокой самооценкой и устойчивостью к стрессу, склонны к более успешному управлению конкурентными ситуациями.

Интересным аспектом является влияние когнитивных и социальных факторов. В условиях конкуренции человек часто сталкивается с необходимостью быстрой оценки ситуации, принятия решений в условиях неопределенности и недостаточной информации. Когнитивные искажения, такие как чрезмерная уверенность в своих силах или, наоборот, сомнение в собственных способностях, могут существенно повлиять на действия участников конкуренции. На примере бизнеса можно увидеть, как предприниматели, доверяя своим интуитивным решениям, могут либо выиграть, либо столкнуться с последствиями неверных прогнозов и стратегий. В этом контексте важно отметить, что конкуренция требует от человека способности к быстрой адаптации, умения учитывать не только свои сильные стороны, но и слабости, а также знать, как взаимодействовать с конкурентами, партнерами и другими заинтересованными сторонами [4, с. 57].

Еще одним важным моментом является роль моральных и этических факторов в конкуренции. Человеческие ценности и убеждения, такие как честность, доверие, справедливость, могут влиять на то, как индивиды принимают участие в конкуренции. Существуют различные подходы к конкуренции, от открытой и честной борьбы до более манипулятивных или нечестных стратегий. В некоторых случаях люди могут быть склонны к использованию методов, которые нарушают этические нормы, если это приносит им

краткосрочные преимущества. Однако долгосрочные исследования показывают, что в условиях высокой морали и этики участники конкуренции чаще достигают устойчивого успеха, поскольку честность и прозрачность создают более крепкие и доверительные отношения с клиентами и партнерами.

Влияние человеческого фактора не ограничивается только личными особенностями участников. Оно также затрагивает коллективные аспекты, связанные с поведением групп людей. В коллективной конкуренции, например, в корпорациях или командах, успех зависит от того, насколько эффективно взаимодействуют сотрудники, насколько их действия согласованы и как высоко развиты их коммуникационные и лидерские навыки. Лидеры играют решающую роль в формировании корпоративной культуры и мотивации персонала, а также в том, как компания воспринимает внешних конкурентов. Стратегическое руководство может направить усилия организации в нужное русло, а слабое руководство может привести к разрозненности и утрате конкурентных преимуществ. Участие в конкуренции на уровне команд или организаций требует высокой степени синергии и способности преодолевать внутренние конфликты, что снова зависит от человеческого фактора [3, с. 5].

Не следует забывать и о том, что конкуренция может стимулировать инновации и креативность. В условиях жесткой конкуренции, когда каждый участник стремится занять уникальную нишу или предложить что-то новое, человеческий фактор может стать основным двигателем новаторских идей. Человеческие качества, такие как гибкость мышления, креативность, способность к риску, в условиях конкурентной борьбы часто приводят к появлению новых решений и технологий. С другой стороны, страх перед провалом или склонность к излишней осторожности могут ограничить возможности для проявления инновационного потенциала.

Влияние человеческого фактора на конкуренцию также проявляется через восприятие и использование различных стратегий. Например, конкурент может воспользоваться когнитивными искажениями других участников, манипулируя их восприятием ситуации или создавая ложное ощущение превосходства. В таких случаях человеческая психология становится важным элементом не только для тех, кто участвует в конкуренции, но и для тех, кто наблюдает за ней. Например, маркетинговые исследования показывают, что потребители могут быть склонны принимать решения, основанные на эмоциях, а не на рациональном анализе, что в свою очередь влияет на конкурентные стратегии компаний.

Подводя итог, можно утверждать, что человеческий фактор оказывает значительное влияние на участие в конкуренции. Эмоциональное состояние, когнитивные искажения, социальные и этические факторы, а также коллективная динамика — все эти аспекты могут определять успех или неудачу участников конкурентной борьбы. Стратегии, которые принимаются с учетом человеческой природы, психологических особенностей и социальных взаимодействий, обычно оказываются более эффективными и устойчивыми. В то же время важно помнить, что конкуренция — это не только борьба за ресурсы, но и процесс, в котором человеческий фактор играет роль как в индивидуальном, так и в коллективном контексте.

Список литературы:

1. Бабаянц А. Р., Захаров А. В. Место человеческого фактора в повышении конкурентоспособности фирмы // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). — 2023. — № 4(61). — С. 44–49.
2. Еремина И. Ю., Бабаева Л. И. Человеческий капитал как основной ресурс конкурентоспособности нефтегазовых компаний в условиях цифровизации и

санкционного давления // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2023. – № 8(224). – С. 45–49.

3. Кохова И. В., Пряжникова Е. Ю. Роль человеческого капитала в обеспечении конкурентоспособности организаций // Вестник Евразийской науки. – 2024. – Т. 16. – № 6. – С. 1–10.
4. Лавриков В. В. Роль человеческого фактора в обеспечении конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятий и организаций // Экономика и социум: современные модели развития. – 2017. – Т. 7. – № 3. – С. 56–65.

References:

1. Babayants A. R., Zakharov A. V. The place of the human factor in increasing the competitiveness of the company // Bulletin of BIST (Bashkir Institute of Social Technologies). - 2023. - No. 4 (61). - P. 44-49.
2. Eremina I. Yu., Babaeva L. I. Human capital as the main resource for the competitiveness of oil and gas companies in the context of digitalization and sanctions pressure // Problems of Economics and Management of the Oil and Gas Complex. - 2023. - No. 8 (224). - P. 45-49.
3. Kokhova I. V., Pryazhnikova E. Yu. The role of human capital in ensuring the competitiveness of organizations // Bulletin of Eurasian Science. - 2024. - Vol. 16. - No. 6. - P. 1-10.
4. Lavrikov V. V. The role of the human factor in ensuring competitiveness and efficiency of enterprises and organizations // Economy and society: modern development models. - 2017. - Vol. 7. - No. 3. - P. 56-65.