

## СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ТИПА

© 2014 В.А. Бердников, Г.И. Яковлев\*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, производитель, методы оценки, качество, товарное производство, инновационно-инвестиционный потенциал регионов, сравнительные преимущества, конкурентные стратегии.

Рассматривается процедура формирования системы оценки конкурентоспособности производителя в контексте проведения ее относительной модернизации на региональном, федеральном и мегарегиональном уровнях путем изучения теории вопроса, подкрепляемой опытом анализа и практикой функционирования предприятий.

В настоящее время в российском обществе вновь проявился значительный интерес к проблематике обеспечения конкурентоспособности на различных уровнях управленческой иерархии экономики. Смысл, который, по нашему мнению, вкладывался в понятие “конкурентоспособность предприятия (фирмы)” среди широкого круга специалистов имеет, как минимум, два объяснения. С одной стороны, конкурентоспособность характеризует реальное объяснение действий фирмы при таких обстоятельствах, когда она с той или иной степенью устойчивости просто поддается действию определенной силы, не имея возможности ее контролировать и влиять на нее. С другой стороны, согласно традиционной теории бизнеса, конкурентоспособность фирмы проявляется на рынке в условиях существующего рынка и конкуренции, которые выступают как пределы деятельности, в которых действует эта фирма<sup>1</sup>. По мнению ряда отечественных авторов, “в общем виде конкурентоспособность фирмы может быть определена как ее сравнительное преимущество по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами”<sup>2</sup>.

Актуальность темы усиливается высокой критичностью экономики страны к проявлениям фактов санкционности внешнеэкономических связей, чрезмерной по отношению к наличному состоянию инновационно-инвестиционного потенциала регионов постреформенной России<sup>3</sup>. Достаточно длительно еще

в недавнем прошлом общие проблемы конкурентоспособности, не говоря уже о развитии прикладных методов и методик ее оценки, российской экономической наукой практически не ставились<sup>4</sup>, так как считалось, что высокий уровень конкурентных позиций российских предприятий при переходе к рыночным отношениям будет обеспечен автоматически в режиме саморазвития.

Такое положение продолжалось вплоть до начала 90-х гг. прошлого столетия. Однако декларация о возможностях существования интереса к такому типу исследований вовсе не отрицалась в работах советских (российских) ученых<sup>5</sup>. Несмотря на то, что в Советском государстве руководство экономической осуществлялось на основе принятия единых государственных планов экономического и социального развития, с учетом отраслевого и территориального принципов, все же предусматривалось сочетание централизованного управления с ограниченной хозяйственной самостоятельностью и инициативой предприятий и их объединений<sup>6</sup>.

Допускалось, что в соцстроительстве использовались специфические товарно-денежные отношения в соответствии с их новым содержанием в плановом хозяйстве — особенно там, где применялись такие важные инструменты для развития экономики, как товарное производство, хозяйственный расчет, деньги, цена, себестоимость, прибыль, торговля, кредит, финансы, коэффициент трудового участия, материальная заинтере-

\* Бердников Владимир Алексеевич, доктор экономических наук. E-mail: berdanka@list.ru; Яковлев Геннадий Иванович, доктор экономических наук, профессор. E-mail:dmms7@ Rambler.ru. - Самарский государственный экономический университет.

сованность персонала и т.д.<sup>7</sup> Разумеется, недостаточность разработки проблемы конкурентных отношений объективно была обусловлена слабой вовлеченностью СССР и бывших стран соцлагеря в процессы международного разделения труда, изолированностью финансово-экономической системы нашей страны от мировой и т.д.

Неслучайно при переходе нашей страны к экономике открытого типа в первые же годы новейших реформ, напрямую сталкиваясь с развитыми приемами и методами конкурентной борьбы зарубежных компаний для повышения своей конкурентоспособности, отечественные предприятия часто были не в силах самостоятельно преодолеть трудности обеспечения собственной конкурентоспособности и массово разорялись. Данное явление приняло масштаб национального бедствия, так как в первые годы либерализации экономики падение объемов ВВП страны стало сопоставимым с военными потерями в годы Великой Отечественной войны (см. рисунок). Политика примитивного реформирования экономики и открытия таможенных границ в период 1990-1998 гг. привела к потере не менее 40% накопленного экономического потенциала страны.

При проведении исследования вопросов конкурентоспособности следует принимать во

внимание наличие существенных различий между организациями. В современной деловой среде каждая фирма индивидуальна, каждая бизнес-ситуация нетипична, факторы, определяющие конкурентный успех, сильно варьируются от отрасли к отрасли. Более того, в гиперконкурентном окружении фирма осознанно ищет возможность создания отличий во избежание жесткой конкуренции по издержкам.

В данной связи обобщенная модель, при всей ее практической полезности, не может применяться безоговорочно и требует адаптации к конкретной ситуации, сложившейся на конкретном рынке в определенное время. Принцип уникальности специально рассматривался Ф. Селзником<sup>8</sup>, который ввел понятие отличительных компетенций (*distinctive competencies*) и справедливо утверждал, что у каждой организации есть свойственные, именно ей присущие правила реагирования и способы действия.

Обобщая вышеизложенное, отметим, что типовая оценка конкурентоспособности отечественного производителя в массовом сознании формируется на основе традиций, сложившихся в сфере проведения стандартного финансово-экономического анализа деятельности промышленного предприятия. На практике в реальном воплощении этого про-

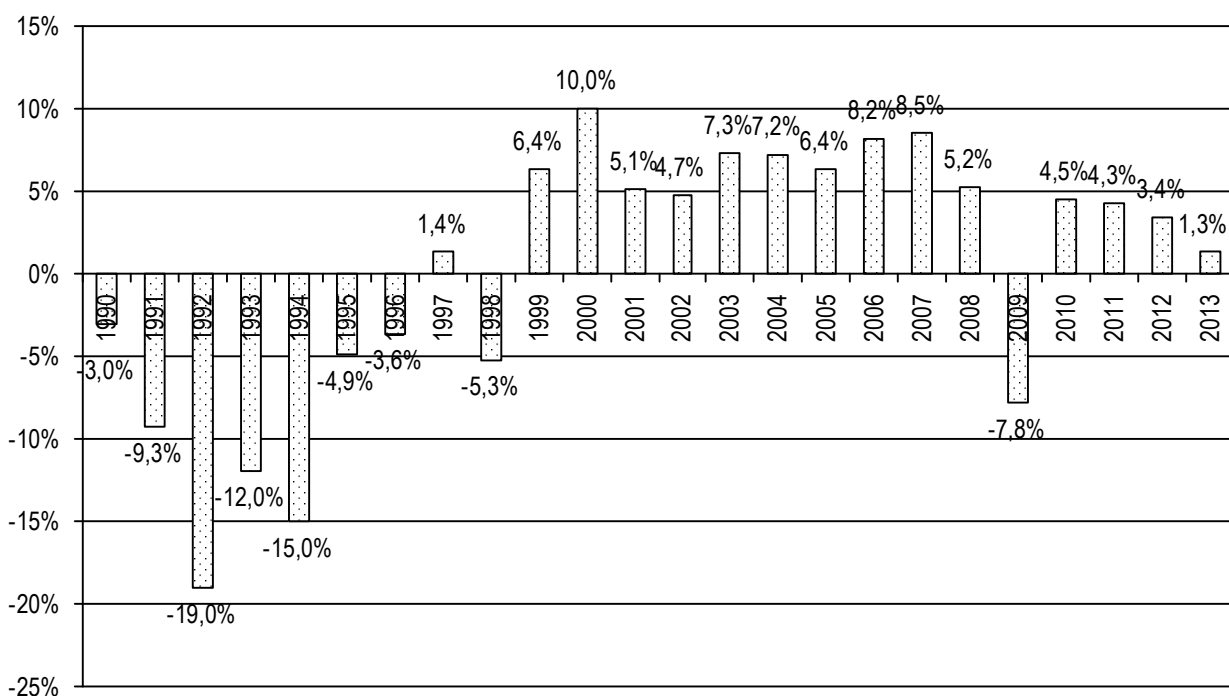


Рис. Динамика прироста ВВП России

Источник: Блинов С. Экономический барометр для президента // Expert Online. 2015. 3 янв.

цесса присутствуют методологические сложности, но они оказываются значительно привлекательнее в подборе и компиляции искомым показателям, а значит, легко могут стать общеупотребительными на предприятиях различной собственности и величины.

Определенные трудности в успешном использовании типовых оценок заключаются в том, что на многих предприятиях работники бухгалтерской службы не владеют методами финансового анализа, а специалисты, ими владеющие, включая и руководство, как правило, не умеют читать документы аналитического и синтетического бухгалтерского учета. К элементам искажения следует отнести ведение черной кассы на небольших по численности, но имеющих большие денежные обороты фирмах. К числу таких предприятий мы относим, например, автозаправочные станции, торгово-посреднические компании, организации по оказанию ритуальных услуг<sup>9</sup>.

Для оперативного анализа оценки конкурентоспособности производителя целесообразно формировать определенный массив данных в табличной форме (см. таблицу). В сводной таблице для репрезентативного представления результатов оценок и их сравнительной характеристики данные компоновали за три - пять предшествующих лет деятельности предприятия-производителя.

В управленческой среде в конце 1990-х гг. для оценки конкурентоспособности использовалась официально разработанная версия представления экономических показателей Федерального управления по делам о несостоятельности, в которой также закладывался сравнительный метод. Ряд показателей дополняли схемой плана финансового оздоров-

ления предприятия (бизнес-план, типовая форма)<sup>10</sup>.

Альтернативой является несколько облегченный в понятийном контексте, но более сложный в сравнительном отношении инструментарий анализа — метод оценки конкурентоспособности предприятия путем горизонтального анализа, вертикального анализа, трендового анализа и расчета финансовых коэффициентов. В этом варианте финансово-экономические показатели деятельности предприятия также берутся за основу путем изучения абсолютных показателей за отчетный период, представленных в бухгалтерской отчетности предприятия.

Горизонтальный анализ состоит в сравнении показателей бухгалтерской отчетности с показателями предыдущих периодов. Наиболее распространенными методами горизонтального анализа являются: простое сравнение статей отчетности и анализ их резких изменений, анализ величин изменений статей отчетности в сравнении с изменениями других статей. Особое внимание следует уделять случаям, когда изменение одного показателя по экономической природе не соответствует изменению другого показателя.

Вертикальный анализ проводится как в целях выявления удельного веса отдельных статей отчетности в общем итоговом показателе, так и в целях последующего сравнения результата с данными предыдущего периода. Трендовый анализ основан на расчете относительных отклонений показателей отчетности за ряд лет от уровня базисного года. Для предварительной оценки финансово-экономического состояния предприятия вышеприведенные показатели следует разделить

**Стандартная форма оценки пассивной конкурентоспособности предприятия индустриального типа**

Показатели	199? - г. (3-й год)	199? г. (2-й год)	200? г. (1-й год)	Исследуемый период	Показатель по отрасли средний
Ликвидности					
1;2;3;.....					
Устойчивости					
1;2;3;.....					
Деловой активности					
1;2;3;.....					
Прибыльности					
1;2;3;.....					
Доли рынка					
1;2;3;.....					

на первый и второй классы, имеющие между собой качественные различия. Так рекомендует методика Министерства экономики, на основе которой и строится массив данных<sup>11</sup>.

В рассматриваемом случае классификация конкурентоспособности производителя всегда будет условной в силу того, что используемые на практике методы могут опираться одновременно на несколько подходов. Все названное выше, на наш взгляд, обосновывает метод сравнительных преимуществ, который наиболее наглядно раскрывается при исследовании аспектов конкурентоспособности, прежде всего, на уровне, как минимум, региона и глобальных систем страны<sup>12</sup>.

Как показывают исследования, непосредственно измерить сравнительные преимущества предприятия на практике бывает достаточно сложно, а порой и невозможно, поэтому применительно к конкретной фирме часто используется ряд косвенных методов<sup>13</sup>. Следует предварительно отметить, что существует определенное разнообразие во мнениях и позициях по оценке конкурентоспособности производителя. Оно связано с тем, в каком масштабе рассматривается явление конкурентоспособности<sup>14</sup>.

Сегодня, как никогда, российский производитель в определении критериев конкурентоспособности значительно приблизился к ситуации, сформированной на этом поприще западными специалистами. По нашему мнению, западные варианты, методы, критерии и оценки конкурентоспособности фирмы вполне могли бы подойти с некоторой адаптацией и для российской действительности с учетом отечественной ментальной специфики и традиций менеджмента.

При вступлении на новый для себя рынок производитель при принятии решения о расширении производства или его сокращении, при осуществлении инвестиций в целях модернизации технологического оборудования, обновления выпускаемой продукции руководствуется, как известно, характеристикой конкурентоспособности им производимого товара. Но при этом фирма всегда анализирует свои возможности, например потенциал, принимаемый в контексте критериев “можем” или не “можем”.

Российская фирма-производитель, поставляющая свои товары как на внешний, так и

на внутренний рынок, не может длительное время занимать устойчивые позиции, опираясь в своей стратегии только на показатели конкурентоспособности товара. Однако в российских условиях, где всегда в наличии присутствуют критические условия коммерческого хозяйствования, оценка конкурентоспособности производителя через его товар является решающей, хотя и не всегда исчерпывающей. Российские предприятия-производители до сего времени функционируют в своем большинстве как монопредприятия. Многие предприятия отраслевого типа являются, по своей сути, градообразующими на уровне региона, а социально эффективными признаются только те предприятия, которые регулярно платят зарплату рабочим и налоги государству<sup>15</sup>.

Определенно, только комплекс финансово-экономических характеристик индустриального типа, укоренившихся в массовом сознании при описании деятельности производителя, не может быть использован для оценки его конкурентоспособности на отечественном рынке, так как при этом сопоставляются характеристики российского товара и широкого спектра его импортных аналогов, а также определяются сфера и условия сложившегося производства за долгие годы индустриализации.

Организационным структурам, которые курируют данные проблемы, конечно, необходимо учитывать факторы, формирующие экономический климат деятельности предприятия как индустриального, так и постиндустриального контекста, в частности наличие возможности реализовать свои функции, сопоставляя экономические возможности производства и сбыта товаров (опыт найма высококвалифицированных специалистов, предоставления выгодных, в том числе экспортных, кредитов и условий их страхования, покрытия всех производственных и накладных расходов, включая процент на заемный капитал (уже работает в настоящее время)) и т.д.

С точки зрения общества, конкурентоспособность производителя может оцениваться степенью соответствия своего развития общественным потребностям. Но у конкретного производителя интерес в своей деятельности может быть достаточно ограниченным. Одним из важнейших показателей конку-

рентоспособности товара у производителя сегодня выступает качество выпускаемой продукции, т.е. совокупность свойств продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять определенные потребности потенциальных потребителей.

До недавнего времени вопросы качества продукции на внутреннем рынке страны хоть и ставились в основу характеристики товаров, но на самом деле тезис “советское значит отличное” обуславливался количеством товаров, хронически дефицитных для граждан СССР. Квалиметрический анализ проводился явно не в интересах простого гражданина-потребителя.

Принципиальным отличием в оценке качества советской продукции по сравнению с западной было то, что эту оценку давали не потребители, а министерства: Госплан, Госкомцен, Минлегпром и т.д. Естественно, что предприятия с плановой экономикой и управлением из единого центра не имели в силу объективных причин достаточных навыков и опыта для эффективного управления, обеспечивающего их гибкое развитие и финансовое благополучие в условиях нестабильности.

Как известно, потребность в гибкости производства вызвана хозяйственной практикой и текущей конъюнктурой. По мнению одного из авторов, “гибкость к потребностям рынка стала главным фактором выживания предприятия в конкурентной борьбе”<sup>16</sup>. Отметим, что гибкость политики предприятия относится к малоизученным экономической наукой характеристикам производства. Это связано с тем, что при административно-хозяйственной системе управления способность предприятий к оперативному и гибкому реагированию на потребности рынка не являлась одним из необходимых факторов нормального его функционирования. Это объяснялось гарантированностью поставок сырья, сбыта готовой продукции, низкой требовательностью покупателей к качеству, потребительским свойствам, номенклатуре и ассортименту товаров и услуг из-за их дефицитности и плановости в распределении.

Рассматривая гибкость политики предприятия как условие его конкурентоспособности, отметим, что, как и конкурентоспособность, она определяется значительным числом внутренних и внешних факторов, каж-

дый из которых оказывает специфическое влияние на способность производства к обновлению продукции<sup>17</sup>. Для общей характеристики гибкости и динамики технического развития предприятия многие исследователи предлагают использовать (рассчитать) такие оценочные критерии, как технический, организационный, экономический и производные от них: организационно-технический, технико-экономический, технико-организационный, общий организационный и экономический уровни производства, а также научно-технический уровень, уровень технического вооружения (оснащения) труда и производства, состояния и развития технической базы предприятия.

Использование такого широкого набора оценочных критериев для определения состояния и динамики технического развития производства часто приводит к тому, что исследование и активное воздействие на техническое развитие производства становится практически недоступным для широкого круга исследователей и производственников. Это особенно проблематично сделать, если учесть, что для расчета, например, только технико-экономического уровня производства необходимо, по мнению многих отечественных и зарубежных авторов, использование более ста различных технических и организационно-экономических показателей<sup>18</sup>.

При исследовании конкретного производителя на предмет его конкурентоспособности важно учитывать и другие различные факторы: эффективность применяемых методов планирования, достоверность бухгалтерской отчетности, использование различных методов учета (учетной политики), уровень статичности используемых коэффициентов и т.д. Это вполне может быть применимо в отношении как конкретного предприятия, так и группы предприятий и даже отрасли. Например, за ряд лет можно собрать матрицу основных показателей, используемых в диагностике финансово-хозяйственной деятельности предприятий проверяющими организациями.

Как показывают исследования, одним из наиболее часто используемых служит метод, построенный на предположении: чем ниже издержки производства на фирме, тем большим преимуществом она обладает по отно-

шению к конкурентам. Несовершенство данного метода стало предпосылкой для разработки в рамках теории сравнительных преимуществ иных способов решения проблемы, когда рассматривается конечный результат взаимодействия производителя с рынком в плане достижения им каких-либо целей: объема прибыли, нормы прибыли, объема инвестиций, уровня продаж, доли на рынке и т.д. Иногда разрабатываются пороговые ограничения по ряду интегрированных индикаторов. И если какие-либо результаты, принимаемые за индикатор или критерий конкурентоспособности, достигаются, то из этого следует, что рассматриваемый субъект обладает в той или иной степени конкурентоспособностью. В настоящее время метод сравнительных преимуществ завоевывает позиции при характеристике проблем корпоративной конкурентоспособности<sup>19</sup>.

Отдельную группу составляют методы определения конкурентоспособности, построенные на предположении о том, что чем прочнее рыночные позиции фирм, чья деятельность попадает в данную отрасль, тем более конкурентоспособна вся отрасль. В основе теории эффективной конкуренции находится разработка критерия для признания имеющегося в отрасли уровня конкуренции достаточным для поддержания высокой эффективности хозяйственной деятельности конкретной фирмы.

Сторонники названного подхода полагают, что при анализе процессов конкуренции на уровне отрасли речь должна идти прежде всего о соперничестве фирм, так как именно из их деятельности складывается в конечном итоге положение отрасли. Основным инструментом анализа конкурентоспособности отрасли становится сопоставление положения компаний, входящих в отрасль, с конкурирующими фирмами на базе показателей, которые применяются в отношении отдельной фирмы. В рамках этой теории существует два основных подхода к определению критерия эффективной конкуренции (конкурентоспособности): структурный и функциональный.

Согласно структурному подходу, оценка экономического положения может быть сделана исходя из знания уровня монополизации отрасли (концентрации производства и капитала) и барьеров для вновь вступающих

на отраслевой рынок компаний. К числу основных препятствий на пути новых конкурентов обычно относятся экономичность крупномасштабного производства, степень дифференциации продукции, абсолютные преимущества в издержках у существующих фирм, размер капитала, необходимый для организации производства и так называемые “барьеры входа-выхода для бизнеса”<sup>20</sup>.

При функциональном подходе главную роль играют экономические показатели деятельности фирм: соотношение издержки/цены, загрузка производственных мощностей, объемы выпуска продукции, норма прибыли и т.д. Данный метод позволяет в определенных пределах строить заключения относительно перспектив всей отрасли<sup>21</sup>.

Так, например, консалтинговая фирма “Дан энд Бредстрит” выделяет три группы показателей определения конкурентоспособности предприятия. В первую группу показателей входят: отношение чистых продаж к чистой стоимости материальных активов, отношение чистых продаж к чистому оборотному капиталу, отношение чистых продаж к стоимости материальных активов, отношение материально-производственных запасов к чистому оборотному капиталу. Показатели второй группы характеризуют состояние производственной сферы деятельности компаний - в основном интенсивность использования основного и оборотного капитала. Третью группу составляют показатели, связанные с финансовой деятельностью предприятий: отношение оборотного капитала к текущему долгу (погашаемому в течение 1 года), период оплаты текущих счетов, отношение текущего долга к стоимости материальных активов, отношение общего долга к стоимости материально-производственных запасов, отношение долгосрочных обязательств к чистому оборотному капиталу.

Функциональный метод позволяет оценить конкурентоспособность отдельных предприятий или их групп, являющихся составными частями фирм производителя. В этом случае также применяются показатели, относящиеся обычно к целой компании. Это производительность труда, рассчитанная как отношение величины добавленной стоимости к общему количеству занятых на предприятии, отношение чистой добавленной стоимо-

сти к общему количеству занятых на предприятии.

Сопоставление названных показателей характеризует степень конкурентоспособности всей фирмы и ее отдельных предприятий. Как правило, в достаточно крупных и диверсифицированных компаниях данные показатели могут различаться по отдельным видам деятельности или предприятиям в 2-3 раза, что указывает на отсутствие на одном из них необходимой эффективности производства. Кроме того, сопоставление общей производительности труда рассматриваемого предприятия и других в данной отрасли позволяет выяснить, какое место оно занимает по отношению к своим конкурентам в отрасли. В современных условиях разрыв в производительности труда в 10% и более включает в себе угрозу конкурентоспособности. Дополнительно используются в качестве показателей конкурентоспособности рентабельность инвестиций и норма прибыли.

В самостоятельную группу выделяются подходы к оценке конкурентоспособности производителя, которые связывают ее уровень с показателем качества выпускаемой продукции. Субъективная оценка качества товара, как правило, дается отдельным потребителем исходя из его собственных требований. Более взвешенная оценка - учет мнения большого круга потребителей данной продукции. Объективный подход к оценке качества предполагает сравнение товара рассматриваемого производителя с аналогичным изделием фирмы или отрасли-конкурента. Сравнение чаще всего осуществляется на основании сопоставления ряда параметров обоих изделий, отражающих потребительские свойства товаров.

Особое место занимают матричные методы оценки уровня конкурентоспособности. Они основаны на идее рассмотрения процессов конкуренции в динамике. Теоретической базой этих методов служит концепция жизненного цикла товаров и технологий<sup>22</sup>.

Любой товар или технология с момента его появления на рынке и до исчезновения проходит определенные стадии жизненного цикла, которые включают в себя внедрение, рост, зрелость, насыщение и спад. Иногда

выделяются дополнительные этапы жизненного цикла, являющиеся, по сути, уточнением основной градации. На каждом этапе производитель может реализовать товар или продукт данной технологии в тех или иных масштабах, что объективно отражается в занимаемой доле на рынке и в динамике продаж.

В отдельных случаях конкурентоспособность производителя (фирмы) можно определить как относительную характеристику, отражающую отличия процесса развития данного производителя от производителя-конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общности, так и по эффективности производственной деятельности.

Управление конкурентоспособностью предприятия переходит в современных условиях в плоскость стратегических задач, которым должны быть подчинены вся производственно-хозяйственная деятельность и внимание менеджмента в целях достижения *стратегических (или конкурентных) преимуществ*, одним из критериев которых является возможность использования незамедлительно и максимально долго. Их функция заключается в обеспечении стабильных и высоких доходов - через завоевание и удержание искомых позиций на целевом рынке.

<sup>1</sup> Экономическая стратегия фирмы / под ред. А.П. Градова. СПб. : Специальная литература, 1999. С. 82.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Бердников В.А. Инновационно-инвестиционный потенциал регионов постперестроечной России // Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара, 2012. № 2 (88).

<sup>4</sup> Яковлев Г.И. Методологические подходы к определению конкурентоспособности промышленного предприятия // Вестник Самарского государственного аэрокосмического университета / отв. ред. В.Л. Балакин. Самара, 2003. № 1. С. 181-185.

<sup>5</sup> Бубнов Ю.Т. Методология регулирования конкурентоспособности промышленного предприятия (фирмы). Самара : Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2002. 280 с.

<sup>6</sup> Указ Президиума Верховного Совета РСФСР от 24 февраля 1987 г. // Ведомости Верховного Совета РСФСР.

<sup>7</sup> Там же.

- <sup>8</sup> *Selznick P.* Leadership in Administration: Leadership in Administration: A Sociological Interpretation. New York : Harper and Row, 1957.
- <sup>9</sup> *Бердников В.А.* Отраслевые проблемы конкурентоспособности сложной технической продукции. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2001.
- <sup>10</sup> *Аникеев С.Н.* Методика разработки плана маркетинга. М. : Фолиум, Информ-Студио, 1996.
- <sup>11</sup> Методика оценки конкурентоспособности машинотехнической продукции. М. : ЦНИИТЭИтяжмаш и ВНИИВС, 1990. 72 с.
- <sup>12</sup> См.: *Овчинников В.* Совсем вроде бы по-советски // Российская газета. 1998. 8 июля; *Скрыпник В.* Философия хозяйства России // Российская газета. 2000. 11 янв.
- <sup>13</sup> *Коротков А.В.* Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров. М. : Юрайт, 2012. С. 215-220.
- <sup>14</sup> *Леонтьев Б.Н., Шереметьева Е.Н., Яковлев Г.И.* Конкурентоспособность предприятий: проблемы маркетинга, менеджмента и внешне-экономической деятельности : монография. М. : КНОРУС, 2005. 384 с.
- <sup>15</sup> *Бердников В.А., Морговский Ю.Я.* Проблемы реновации крупных машиностроительных предприятий России // Машиностроитель. 2007. № 10.
- <sup>16</sup> *Самочкин В.Н.* Гибкое развитие предприятия. Анализ и планирование. М. : Дело, 1999.
- <sup>17</sup> *Бердников В.А., Реснянский М.М., Севостьянов А.В.* Разработка гибких стратегий как резерв и новый аспект конкурентоспособности предприятий среднего и малого бизнеса // Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара, 2008. № 6 (44).
- <sup>18</sup> *Самочкин В.Н.* Указ. соч. С. 11.
- <sup>19</sup> *Селезнев А.З.* Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. М. : Юрист, 1999. С. 357.
- <sup>20</sup> *Бердников В.А.* Отраслевые проблемы конкурентоспособности сложной технической продукции. Самара : Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2001.
- <sup>21</sup> *Яковлев Г.И.* Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий в условиях глобализации (монография). Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та. 2007. 244 с.
- <sup>22</sup> *Грачева Е.С.* Концептуальные основы оценки и анализа конкурентоспособности предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара, 2011. № 11(85).

*Поступила в редакцию 16.10.2014 г.*