

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассматривается сущность понятия «конкуренция» с позиции абсолютной монополизации рынка. Исследуются проблемы конкурентоспособности агропромышленных предприятий с учетом качества производимой сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: конкурентоспособность, агропромышленное предприятие, мезоконкурентоспособность.

V.M. Rykov

THE ECONOMIC ESSENCE OF COMPETITION AND COMPETITIVENESS OF AGRO-INDUSTRIAL ENTERPRISES

The article studies the essence of the notion «competition» in the aspect of absolute market monopolization, as well as problems of competitiveness of agro-industrial enterprises, with the quality of manufactured agricultural products taken into account.

Keywords: competitiveness, agro-industrial enterprise, mezocompetitiveness.

Развитие агропромышленного комплекса в РФ обусловлено в первую очередь необходимостью обеспечения продовольственной безопасности, которая является составной частью национальной безопасности страны.

Основополагающим принципом функционирования рыночной экономики и повышения конкурентоспособности любой страны мира является конкуренция, как главная движущая сила эволюции взаимоотношений субъектов, функционирующих в данной среде.

Конкуренция в общепринятом смысле — это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

Соперничество и столкновение интересов на рынке порождаются объективными условиями: полной хозяйственной обособленностью каждого участника рынка, его полной зависимостью от хозяйственной конъюнктуры (текущего состояния экономики в определенный период) и противоборством с другими претендентами за наибольший доход.

В связи с этим представляется важным рассмотреть экономическую сущность понятия «конкуренция». Само слово конкуренция произошло от латинского слова «concurrentia» — состязание, столкновение. В русском языке понятие конкуренции возникло давно, еще в словаре В.И. Даля дано определение конкуренции — соперничество или состязание в торговле, соискательстве, соревновании [2].

Впервые теория конкуренции была описана А. Смитом в работе «Исследование о природе и причинах богатства народов», где он рассмотрел конкуренцию как соперничество между участниками, заинтересованными в достижении одной и той же цели (выгодные условия продажи своих товаров), а также разработал механизм конкуренции, объективно уравновешивающий отраслевую норму прибыли и приводящий к опти-

мальному распределению ресурсов между отраслями; выявил основные условия эффективности конкуренции, к которым он отнес наличие большого количества продавцов и покупателей, отсутствие доминирующего влияния одного продавца, достоверную и своевременную информацию, мобильность используемых ресурсов [13].

Такой же точки зрения придерживаются К.Р. Макконел и С.Л. Брю, которые, несмотря на осознание факта отсутствия конкуренции в действительности, продолжают рассматривать конкуренцию в качестве особой ситуации на рынке, характеризующейся наличием большого количества независимых покупателей и продавцов конкретного продукта или ресурса, свободой передвижения для покупателей и продавцов [5].

Рассматривая данные определения, необходимо отметить, что они не учитывают главное свойство конкуренции — соперничество, результатом которого является вытеснение с рынка проигравших игроков.

Следующий важный шаг в теории конкуренции сделал Э. Чемберлин, который установил взаимосвязь терминов «конкуренция» и «монополизм». По его мнению, эти понятия противоположны, но при этом монополия всегда возникает из конкуренции при определенно действующих условиях концентрации капитала, а во всех остальных случаях конкуренция не имеет ничего общего с монополизмом [16].

Исследования Э. Чемберлина поставили перед государством задачи развития и поддержания конкуренции и недопущения монополизма, так как возникновение монополий в отдельных отраслях ведет к росту цен, сговорам, нарушениям прав потребителей и т.д. По мнению Э. Чемберлина, фирма стремится захватить контроль над предложением товара и диктовать цену на рынке, чтобы получить максимальную прибыль. Монопольное положение лидирующих фирм способствует появлению новых дифференцированных товаров. И конкуренция качества, с точки зрения Э. Чемберлина, эффективнее конкуренции цен [16]. В результате во многих странах мира стали создаваться антимонопольные органы государственной власти и приниматься соответствующие законодательные акты.

В то же самое время Дж. Робинсон ввела понятие несовершенной конкуренции — ситуации на отраслевом рынке, когда подавляющая часть продукции предлагается ограниченным количеством организаций, вступающих между собой в конкурентные отношения. Небольшое количество конкурирующих компаний не позволяют в полной мере использовать преимущества конкуренции.

Дж. Робинсон показывает, что фирма, занимающая монопольное положение на рынке и пользующаяся неэластичностью спроса, может снизить выпуск и одновременно повысить цену, в итоге увеличив выручку [12].

А. Маршалл в своем главном труде «Принципы экономики» решительно пересмотрел учение о совершенной конкуренции. Было признано, что такая конкуренция в действительности не существует [7].

Необходимо отметить, что данные определения конкуренции рассматриваются несколько однобоко, а именно как рыночная ситуация, учитывающая только типы рынков.

В свою очередь, К. Маркс и Ф. Энгельс трактуют конкуренцию как экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предпринимателями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения разнообразных потребностей покупателя. При этом Карл Маркс отмечал, что конкуренция, будь то на поприще купли-продажи, в промышленности или

в сельском хозяйстве, является соперничеством, антагонистическим соревнованием ради получения максимальной прибыли. Далее отмечалось, что «конкуренция — это важный двигатель буржуазной экономики, не устанавливает ее законы, а является ее исполнителем», «конкуренция есть соревнование ради прибыли» [6].

Вышеприведенные определения рассматриваются как погоня за прибылью, доступ к редким благам, не учитывающие такие интересы, как борьба за сохранение своей доли рынка или завоевание новых рынков сбыта своей продукции.

Широко известна точка зрения М. Портера, что «конкуренция — это не равновесие, а постоянные перемены» [11].

Лауреат Нобелевской премии Ф. Хайек сделал важное обобщение: общества, полагающиеся на конкуренцию, успешнее других достигают своих целей. Конкуренция показывает как можно эффективнее производить вещи. Так, Ф. Хайек в своей работе «Конкуренция как процедура открытия» указал, что конкуренция представляет ценность потому и только потому, что ее результаты непредсказуемы, и, в общем, отличны от тех, к которым каждый стремится. В случаях, когда конкуренция оправдана, действия конкурентов предсказать невозможно. Конкуренция представляет собой метод открытия конкретных фактов, имеющих значение для достижения специфических временных целей. При этом любой институт, выдерживающий тест на выживаемость в условиях конкуренции, оптимален [15].

Таким образом, можно выделить следующее: конкуренция рассматривается как рыночная ситуация, наличие большого количества продавцов и покупателей, получение прибыли и постоянное совершенствование.

По нашему мнению, конкуренция — совокупность экономических отношений между субъектами в условиях жесткой конкурентной борьбы с использованием новых инновационных и информационных технологий с целью максимизации конечных результатов.

В нашей стране сложилась непростая история развития рыночных отношений. Товарно-денежное обращение прочно утвердилось в России в конце XIX — начале XX в., что позволило в 1897 г. ввести золотой стандарт. Однако во время Гражданской войны 1918–1921 г. народное хозяйство пришло в состояние упадка и разрухи, а рыночные связи были фактически свернуты. Это привело к резкому снижению производства во всех отраслях, особенно в агропромышленном комплексе. Конкурентный рынок вновь возник весной 1921 г. Тогда по предложению В.И. Ленина стала проводиться новая экономическая политика (НЭП), которая создала благоприятные условия для возрождения отечественного товарного производства и денежного обращения. В.И. Ленин писал: «Каждый производитель является уже и товаропроизводителем, каждый производил отдельно, особняком, независимо от других производителей, производил на рынок, величина которого не была, разумеется, известна ни одному из них. Это отношение обособленных производителей, работающих на общий рынок, называется конкуренцией. Понятно само собою, что равновесие между производством и потреблением (предложением и спросом) при этих условиях достигается рядом колебаний. Более искусный, восприимчивый, сильный производитель усилится еще более вследствие этих колебаний, — слабый и неискусный будет раздавлен им. Обогащение немногих личностей и обнищание масс — таковы неизбежные следствия закона конкуренции» [4]. Однако вскоре НЭП свернули, и о конкуренции пришлось забыть почти на семь десятилетий.

Экономические проблемы конца 80-х гг. XX в. поставили советскую экономику перед необходимостью реформирования. Возникла необходимость использовать потенциал населения для роста объемов производства и насыщения рынка товарами народного потребления. Так, 2 апреля 1991 г. был принят Закон № 2079-1 «Об общих началах предпринимательства граждан в СССР», в ст. 10 «Государственная поддержка предпринимательства» было сказано: «Государство гарантирует соблюдение прав и законных интересов предпринимателя, создает условия для свободной добросовестной конкуренции предпринимателей, обеспечивает им равные возможности доступа к материально-вещественным, финансовым, трудовым, информационным и природным ресурсам, не допускающая монополизации рынков этих ресурсов» [10].

Для повышения эффективности и широкого распространения предпринимательской деятельности государство создает условия непосредственной поддержки предпринимательства, включая информационные, консультационные, научные и учебные центры, а также инновационные и страховые фонды».

Однако десятилетия государственной монополии и огромный объем государственной собственности не позволили частному бизнесу развиваться. Государство столкнулось с необходимостью формировать конкурентную среду. Для этого 22 марта 1991 года в РСФСР был принят Закон № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Государственные органы власти взяли на себя только обязательства бороться с монополизмом. Для достижения этих целей была создана и действует до сих пор Федеральная антимонопольная служба России [9].

Используя опыт многих стран, государство проводит антимонопольную политику и регулирование конкурентного рынка по следующим основным направлениям:

1. Предотвращается абсолютная монополизация рынка. При этом под монополизацией подразумевается не укрупнение производства, а только серьезное ограничение торговли. Так, в США в принятом в 1890 г. антитрестовском законе монополизацией рынка признано обладание рыночной долей, равной или превышающей 60 %.

2. Запрещается слияние конкурирующих компаний. Такое слияние усиливает абсолютную монополизацию и ослабляет конкуренцию. Правда, антимонопольное законодательство не приостанавливает процесс централизации в сфере производства (объединение предприятий в крупные фирмы или хозяйственные объединения).

В соответствии со ст. 8 Конституции РФ (принята всенародным голосованием от 12 декабря 1993 г.) «в РФ гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности». Необходимость защиты конкуренции никем не отрицается, и для развития данного процесса 26 июля 2006 г. в РФ был принят Федеральный закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции», где в ст. 4. «Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе» закрепили ряд понятий: «конкуренция — соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [8].

Формирование конкурентной среды во всех странах мира происходило в течение столетий, российская экономика попыталась сделать это за несколько лет, что не могло не привести к ошибкам. В России в начале 90-х гг. XX в. попытались применить классическую экономическую теорию конкуренции. К сожалению, несмотря на предостережения Дж. Гэлбрейта в интервью газете «Известия» 31 января 1990 г. откровенно и резко заявил: «Те, кто говорит... о возвращении к свободному рынку времен А. Смита, неправы настолько, что их точка зрения может быть сочтена психическим отклонением клинического характера. Это то явление, которого у нас на Западе нет, которое мы не стали бы терпеть и которое не смогло бы выжить», российские реформаторы попытались применить теории XVII–XVIII вв. на практике.

Россия с 1991 г. осуществляется сложный переход к рыночной экономике. Однако только в последние годы обострилась конкурентная борьба за российский рынок. Это связано с тем, что экономический кризис в 90-х гг. XX в. привел не только к спаду объемов производства во всех отраслях хозяйствования, но и к снижению платежеспособного спроса населения, что сделало российский рынок крайне непривлекательным для отечественных и зарубежных товаропроизводителей.

В начале XXI в. ситуация стала постепенно меняться в лучшую сторону за счет активной государственной политики в экономической области и изменения внешнеторговой конъюнктуры (рост цен на энергоносители, цветные и черные металлы, электроэнергию и т.д.). Подъем экономики вызвал рост платежеспособного спроса, который еще больше подстегнул российские коммерческие банки, начавшие активно выдавать потребительские кредиты населению.

В результате рядовой российский потребитель в настоящее время может приобретать дорогие и современные товары от ведущих мировых производителей. За российского потребителя стали активно бороться. При этом важно понимать, что американские и европейские компании привыкли десятилетиями участвовать в конкурентной борьбе, а российские компании еще делают первые шаги в данном направлении.

Таким образом, в конкурентной борьбе средством конкуренции являются товары и услуги, с помощью которых предприятия стремятся завоевать признание потребителя и получить его деньги.

Отсюда следует, что субъект, достигший тотальной зоны, является более конкурентоспособным по сравнению с другими субъектами, отсеявшимися в результате конкурентной борьбы. Таким образом, между уровнем конкуренции и конкурентоспособностью существует прямая зависимость: чем выше конкуренция, тем выше уровень конкурентоспособности — одно вытекает из другого. Конкуренция, являясь движущей силой развития общества, обязывает предприятия создавать конкурентоспособный товар (услугу), внедрять новые технологии, повышать качество и ассортимент продукции, создавая себе прочное место на рынке. Именно конкуренция обязывает товар быть конкурентоспособным.

Сам термин «конкурентоспособность» происходит от слов «конкурент» и «способность» и означает быть способным к конкуренции.

Традиционно анализ конкурентоспособности начинается с исследования конкурентоспособности товара.

М. Портер определяет конкурентоспособность как свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [11]. М. Гельвановский

показывает, что конкурентоспособность в самом общем смысле — обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования [1]. М. Татьянченко и А. Литвиненко включают в понятие не просто издержки производства, а их уровень относительно конкурентов: «Конкурентоспособность — характеристика товара, отражающая его отличия от товара-конкурента, как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение (приобретение и использование)».

На наш взгляд, наиболее полным определением является следующее: конкурентоспособность товара — это его свойство, дающее относительную характеристику способности товара удовлетворять требованиям конкретного рынка в рассматриваемый период по сравнению с продукцией конкурентов.

При рассмотрении сущности и экономического содержания конкурентоспособности продукции исследователи, как правило, акцентируют внимание на продукции машиностроения, выделяя такие параметры, как безопасность, комфорт, безотказность, цена приобретения, дизайн, удельный расход топлива, рулевое управление, мощность двигателя. Однако продукция агропромышленных предприятий обладает своей спецификой: первоочередное значение имеют такие показатели, как органолептические (внешний вид, консистенция, цвет, вкус, запах), содержание необходимых полезных веществ, срок годности, свежесть, упаковка и т.д. На наш взгляд, при определении конкурентоспособности продукции агропромышленных предприятий наиболее значимым показателем является ее качество. Это обусловлено тем, что качество в современных условиях, характеризующихся сокращением трудоспособного населения и ростом демографической нагрузки на трудовые ресурсы, становится важным критерием и индикатором национальной безопасности, напрямую влияющим на здоровье, уровень и качество жизни граждан.

В общем виде под конкурентоспособностью продовольственной продукции понимают ее способность конкурировать на рынке за счет обладания совокупностью свойств и характеристик, придающих ей уникальность, удовлетворяющих существующие и потенциальные потребности покупателей.

Конкурентоспособность товара напрямую влияет на конкурентоспособность предприятия. Данные понятия тесно связаны, соотносятся между собой как часть и целое.

В работе В. Томилова конкурентоспособность рассматривается как способность обеспечить лучшее предложение по сравнению с конкурирующей компанией [14].

Нам близка точка зрения П. Завьялова, согласно которой конкурентоспособность — концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и иных возможностей страны (равно как и любого конкретного товаропроизводителя), которые реализуются в товарах и услугах успешно (или безуспешно) противостоящим конкурирующим аналогом на внутреннем, так и на внешнем рынке [3].

Один из авторов международных оценок конкурентоспособности С. Гарелли пишет, «конкурентоспособность стала в экономике тем, чем гравитация в физике, — это одна из важнейших сил, которые, оказывая влияние, формируют современность нашего мира, это сила, которую нельзя не учитывать. Эти силы, одинаково воздействуют на фирмы и на отдельные личности, так как гарантируют им трудовую занятость, на

народы, которые хотят сохранить непрерывность в повышении их жизненного уровня. Понимание механизмов конкурентоспособности является потребностью всех» [17].

По нашему мнению, конкурентоспособность агропромышленного предприятия — это комплексная многоаспектная характеристика, отражающая его способность производить продукцию, соответствующую по качеству требованиям потребителей, пользующуюся устойчивым спросом и обеспечивающую выгоду производителю при ее реализации.

Конкурентоспособность является универсальным показателем, который может применяться во многих сферах жизнедеятельности. Все же по своей сути она остается понятием экономическим, поэтому наиболее правильное ее применение именно к экономическим объектам.

В современной экономике все чаще термин «конкурентоспособность» используется для определения категорий разного уровня. Так, о многоуровневости конкурентоспособности писал еще М.И. Гельвановский. По его мнению, на разных уровнях национальной хозяйственной системы понятие «конкурентоспособность» характеризуется различными критериями, а, следовательно, эта категория должна и анализироваться и оцениваться по-разному [1].

В экономической литературе существует ряд подходов к определению уровней конкурентоспособности, так, например, М. Гельвановский предлагает разделить конкурентоспособность на три уровня (табл.) [1].

Уровни конкурентоспособности АПК

| Уровень конкурентоспособности | Объект конкурентоспособности | Факторы, определяющие конкурентоспособность |
|-------------------------------|------------------------------|---|
| Микроуровень | Продукция, предприятие | Цена и качество продукции |
| Мезоуровень | Объединение, отрасль | Эффективность использования имеющихся производственных ресурсов |
| Макроуровень | АПК в целом | Состояние АПК, его эффективность, инвестиционный климат, налоговый режим, тарифная политика и др. |

Таким образом, уровни конкурентоспособности по Г. Азоеву, А. Челенкову и М. Гельвановскому можно считать схожими, различие состоит в том, что последний объединил в один уровень конкурентоспособность товара и предприятия.

Приведенные выше разделения конкурентоспособности на уровни, а также другие факторы позволяют более четко охарактеризовать состав элементов этой сложной категории и выявить их взаимосвязи. При этом оценка конкурентоспособности на одном уровне предполагает процедуру сравнения различных объектов между собой. Для каждого объекта существует свой субъект оценки, уровень менеджмента конкурентоспособности и критерии оценки. Это, в свою очередь, помогает обосновать эффективные подходы к ее анализу, что открывает дополнительные возможности раскрытия имеющихся резервов и определения стратегических направлений повышения конкурентоспособности на каждом из уровней.

Направлением оценки микроконкурентоспособности являются исследования конкурентоспособности товаров, услуг, а также предприятий, их производящих. В результате оценки определяется предпочтительность продукции (услуги) для потребителей. Оценка конкурентоспособности товаров (услуг) в основном исследуют производители, предприятия сферы услуг, потребительские организации. Однако наиболее объективную, на наш взгляд, оценку конкурентоспособности дает

потребитель, он выбирает товар, который в наибольшей степени удовлетворяет его потребности (цена, качество, сервис и т.д.).

Анализ конкурентоспособности на микроуровне может проводиться и по другим параметрам. На данном уровне принимаются не только отношение цены и качества, а также предпродажная подготовка, послепродажное обслуживание, торговля (условия поставки, форма платежа, вид транспортировки и др.).

В качестве субъектов оценки конкурентоспособности могут быть как отдельные виды деятельности (конкурентоспособность маркетинговой деятельности, менеджмента и т.д.), так и производственные (качество сырья, технология производства, оборудования и т.д.). При этом оценка микроконкурентоспособности может охватывать как конкретные товары, так и товарные группы.

При исследовании мезоконкурентоспособности следует понимать эффективность работы объединений и отраслей. Оценивая конкурентоспособность отрасли, необходимо учитывать ее специфику и функции (например, молочная отрасль — производство молока и молочной продукции).

При оценке конкурентоспособности на уровне отрасли применяют следующие показатели: производительность труда; уровень оплаты труда; капиталоемкость; наукоемкость и технический уровень продукции. Данные показатели могут быть изменены или дополнены с учетом специфики деятельности отраслевых объединений.

Макроконкурентоспособность агропромышленного комплекса — способность ее предприятий и отраслей завоевывать позиции на внутренних и внешних рынках, обеспечивать сравнительно высокий уровень доходов и заработной платы сельского населения по сравнению с городским, а также производство экологически чистой продукции, обусловленная экономическими, производственно-техническими и другими факторами.

Надо отметить, что конкурентоспособность объектов всех описанных уровней находится в тесной взаимосвязи друг с другом и оказывает непосредственное влияние на величину каждого из них. Это объясняется тем, что конкурентоспособность предприятий в значительной степени обусловлена конкурентоспособностью производимых ими товаров; конкурентоспособность отрасли — конкурентоспособностью предприятий, входящих в ее структуру, и конкурентоспособность агропромышленного комплекса в целом — конкурентоспособностью составляющих ее отраслей.

Возможности агропромышленного комплекса региона конкурировать на определенном рынке непосредственно зависят от конкурентоспособности предприятия и совокупности социально-экономических и организационных факторов и методов оценки конкурентоспособности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы. Таким образом, конкурентоспособность каждого последующего уровня определяется интегральной конкурентоспособностью нижестоящего уровня.

Традиционно агропромышленный комплекс представляет собой совокупность отраслей народного хозяйства, связанных между собой экономическими отношениями по поводу производства, распределения, обмена и потребления сельскохозяйственной продукции. В него входят отрасли, обеспечивающие производство сельскохозяйственной продукции, ее переработку, хранение и реализацию, а также отрасли, специализирующиеся на производстве средств производства для сельского хозяйства и его обслуживании.

Соотношение отраслей, участвующих в производстве продуктов питания и непродовольственных предметов потребления сельскохозяйст-

венного происхождения, составляют отраслевую структуру агропромышленного комплекса, в состав которого входит четыре сферы.

Первая сфера включает отрасли промышленности, обеспечивающие АПК средствами производства: тракторное и сельскохозяйственное машиностроение, машиностроение для пищевой и легкой промышленности, производство минеральных удобрений и химических средств защиты растений, строительство, ремонт оборудования и техники.

Отрасли, входящие в первую сферу, призваны обеспечивать ресурсами процесс производства и переработки сельскохозяйственной продукции, создавать базу для индустриализации сельского хозяйства и технического прогресса в перерабатывающей промышленности, способствовать нормальному функционированию всех звеньев комплекса. От их деятельности во многом зависит ритмичность, поточность и стабильность темпов роста производства сельскохозяйственной продукции и конечного продукта в целом.

Второй сферой агропромышленного комплекса является непосредственно сельское хозяйство (включая подсобные хозяйства населения) и лесное хозяйство. Это центральное звено АПК. На долю данной сферы приходится около 70% валовой продукции, производимой всеми отраслями аграрно-промышленного комплекса.

Третью сферу образуют отрасли и предприятия, обеспечивающие заготовку, переработку сельскохозяйственного сырья. В данную сферу входит пищевая промышленность (пищевкусовая, молочная, мясная, рыбная), мукомольно-крупяная, комбикормовая промышленности, промышленность переработки сельскохозяйственного сырья, процесс производства многих видов конечной продукции завершается в отраслях и подразделениях третьей сферы.

В четвертой сфере осуществляется транспортировка, хранение и реализация конечной продукции. В данную сферу входят оптовые, мелкооптовые и розничные торговые организации.

Список использованной литературы

1. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гельвановский // Российский журнал. — 1998. — № 3.
2. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. / В.И. Даль. — М.: Терра, 1995.
3. Завьялов П. Конкурентоспособность туристической фирмы / П. Завьялов // Российский экономический журнал. — 2003. — № 12.
4. Ленин В.И. Полное собрание сочинений / В.И. Ленин. — М.: Государственное издательство политической литературы, 1958.
5. Макконел К., Экономикс: принципы, проблемы и политика: учеб. / К. Макконел, С. Брю. — 13-е изд. — М.: Инфра, 2000.
6. Маркс К. Капитал / К. Маркс, Ф. Энгельс. — М.: Изд-во иностр. лит, 1978.
7. Маршал А. Принципы политической экономии / А. Маршал. — М.: Прогресс, 1983.
8. О защите конкуренции: федер. закон от 26 июня 2006 г. № 135. [Электронный ресурс]. — Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
9. О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках (с изм. от 30 дек. 2001 г.): закон РФ от 22 марта 1991 г. № 948-1 [Электронный ресурс]. — Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
10. Об общих началах предпринимательства граждан в СССР: закон СССР от 2 апр. 1991 г. № 2079-1 [Электронный ресурс]. — URL: <http://law7.ru/base18/part3/d18ru3772.htm>.
11. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. — М.: Альпина Бизнес Бук, 2005.
12. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон. — М.: Прогресс, 1986.

13. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. — М.: Ось-89, 1997.
14. Томилов В. Менеджмент: учеб. пособие / В. Томилов, Л. Бабкина [и др.]. — М.: Юрайт. — 2003.
15. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайек // Мировая экономика и международные отношения. — 1992. — № 12.
16. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: Реориентация теории стоимости / Э. Чемберлин; пер. с англ. под ред. Ю.Я. Ольсевича. — М.: Экономика, 1996.
17. Garelli S. The Four Fundamental Forces of Competitiveness // The World Competitiveness Report, 1997, IMD. Internet.

References

1. Gel'vanovskii M. Konkurentosposobnost' v mikro-, mezo- i makrourovnevom izmereniyakh / M. Gel'vanovskii // Rossiiskii zhurnal. — 1998. — № 3.
2. Dal' V.I. Tolkovy slovar' zhivogo velikorusskogo yazyka: v 4 t. / V.I. Dal'. — M.: Terra, 1995.
3. Zav'yalov P. Konkurentosposobnost' turisticheskoi firmy / P. Zav'yalov // Rossiiskii ekonomicheskii zhurnal. — 2003. — № 12.
4. Lenin V.I. Polnoe sobranie sochinenii / V.I. Lenin. — M.: Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1958.
5. Makkonel K., Ekonomiks: printsipy, problemy i politika: ucheb. / K. Makkonel, S. Bryu. — 13-e izd. — M.: Infra, 2000.
6. Marks K. Kapital / K. Marks, F. Engel's. — M.: Izd-vo inostr. lit, 1978.
7. Marshal A. Printsipy politicheskoi ekonomii / A. Marshal. — M.: Progress, 1983.
8. O zashchite konkurentsii: feder. zakon ot 26 Juny 2006 g. № 135. [Elektronnyi resurs]. — Dostup iz sprav.-pravovoi sistemy «Konsul'tantPlyus».
9. O konkurentsii i ogranichenii monopolisticheskoi deyatel'nosti na tovarnykh rynkakh (s izm. ot 30 Dec. 2001 g.): zakon RF ot 22 March 1991 g. № 948-I [Elektronnyi resurs]. — Dostup iz sprav.-pravovoi sistemy «Konsul'tantPlyus».
10. Ob obshchikh nachalakh predprinimatel'stva grazhdan v SSSR: zakon SSSR ot 2 Apr. 1991 g. № 2079-1 [Elektronnyi resurs]. — URL: <http://law7.ru/base18/part3/d18ru3772.htm>.
11. Porter M. Konkurentnoe preimushchestvo. Kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustoichivost' / M. Porter. — M.: Al'pina Biznes Buk, 2005.
12. Robinson Dzh. Ekonomicheskaya teoriya nesovershennoi konkurentsii / Dzh. Robinson. — M.: Progress, 1986.
13. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov / A. Smit. — M.: Os'-89, 1997.
14. Tomilov V. Menedzhment: ucheb. posobie / V. Tomilov, L. Babkina [i dr.]. — M.: Yurait. — 2003.
15. Khaiek F. Konkurentsia kak protsedura otkrytiya / F. Khaiek // Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya. — 1992. — № 12.
16. Chamberlin E. Teoriya monopolisticheskoi konkurentsii: Reorientatsiya teorii stoimosti / E. Chamberlin; per. s angl. pod red. Yu.Ya. Ol'sevicha. — M.: Ekonomika, 1996.
17. Garelli S. The Four Fundamental Forces of Competitiveness // The World Competitiveness Report, 1997, IMD. Internet.

Информация об авторе

Рыков Виктор Михайлович — доктор экономических наук, профессор, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет экономики и права, г. Иркутск, e-mail: keppd@isea.ru.

Author

Rykov Viktor Mihailovich — Doctor of Economics, Professor, Chair of Enterprise Economy and Entrepreneurship, Baikal State University of Economics and Law, Irkutsk, e-mail: keppd@isea.ru.