

**А.Т. Есполов, кандидат экономических наук**  
**Казахский национальный аграрный университет**  
УДК 631.145.002.6

# **Вопросы теории и практики обеспечения конкурентоспособности объектов в аграрном секторе экономики**

*В современный период развитие аграрного производства связано с решением комплекса жизненно важных задач, среди которых, наряду с преодолением кризиса в сельском хозяйстве и его структурной перестройкой, реформированием отношений, ограничением монополизма в смежных отраслях АПК, формированием рыночной инфраструктуры, является проблема конкурентоспособности.*

*В статье рассмотрены пути обеспечения конкурентоспособности сельскохозяйственных объектов.*

**К**онкурентоспособность как сложная категория теории и практики хозяйствования отражает все стороны экономики, определяет платежеспособность, финансовую устойчивость хозяйствующих субъектов, их место и конкурентные позиции на рынке. Принятая государ-

*Nowadays developing the agrarian productions is linked to solving a number of vital tasks. This is overcoming the crisis in the agricultures and its restructurization, reforming the relations, curbing monopolism in neighboring branches of the AIC, forming market infrastructure but also making the farms competitive. The article deals with the methods of ensuring competitiveness.*

ственная агропродовольственная программа Республики Казахстан на 2003-2005 годы предусматривает не только ускоренное развитие аграрного производства, но и создание рыночной среды, необходимой для конкурентного режима хозяйствования. Однако открытость экономи-

ки страны выявила слабые конкурентные позиции отечественных товаропроизводителей аграрного сектора, обусловленные как объективными, так и субъективными причинами: низкий уровень технической оснащенности, отсутствие мотивации труда, незначительная государственная поддержка, использование затратных технологий и др. Все это продолжает ставить Казахстан в зависимость от импорта продукции, подрывая ее продовольственную и экономическую безопасность. Поэтому выработка стратегии повышения конкурентоспособности аграрного производства на республиканском и региональном уровнях является наиболее важным направлением отечественной науки на современном этапе.

Достижение относительно высокого уровня конкурентоспособности с присущими ему параметрами технико-экономических показателей обеспечивает устойчивый рост аграрного производства и создает предпосылки для удовлетворения потребности населения продуктами, прежде всего собственного производства.

Постановка и решение проблемы, связанные с конкурентоспособностью, требуют выяснения сущности самой категории “конкурентоспособность” и оценки ее состояния по видам проявления в аграрном секторе экономики. Правильное определение конкурентоспособности и обоснованная оценка ее состояния с помощью системы показателей-индикаторов способствуют нахождению новых способов и средств для повышения конкурентоспособности аграрного производства.

Конкуренция и ее структурное проявление на аграрном рынке имеют прямое отношение к состоянию конкурентоспособности, которая обеспечивает осуществление действий соперника в достижении поставленной цели. “Невидимая рука” рынка, образно характеризующая рыночную конкуренцию, регулирует соперничество товаропроизводителей друг с другом, определяя уровень их конкурентоспособности. В свою очередь, соперничество товаропроизводителей преобразует внешние условия, в которых осуществляется их деятельность, например, соотношение спроса и предложения, цен и прибылей, пропорции внутри отрасли, между отраслями и экономики в целом. Основанное на взаимном воздействии товаропроизводителей соперничество осуществляется в виде ценового и неценового соперничества за долю рынка и производственного соперничества за наиболее прибыльное использование ресурсов, что обеспечивается в том и другом случае их конкурентоспособностью. Следовательно, конкурентоспособность является рыночной категорией и находит свое выражение в конкуренции, которая проявляет себя в самом общем виде как борьба за покупателя.

Но более конкретно конкуренция, как указано в Законе Республики Казахстан “О конкуренции и ограничении монополистической деятельности” от 19.01.2001 г. № 144, есть состязательность субъектов рынка, при которой их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров (работ, услуг) на соответствующем товарном рынке и стимулируют производство необходимых потребителю товаров (работ,

услуг). Исходя из данного определения конкуренции следует, что для конкурентоспособности аграрного производства необходимо достижение его технико-технологической адекватности потребительскому и производственному спросу, чтобы усилить его воздействие на условия реализации продукции на рынке. Именно это положение о конкуренции и конкурентоспособности должно служить исходным методологическим пунктом исследования сущности и метода оценки конкурентоспособности, которое имеет неоднозначное значение в практике своего проявления.

В научной литературе содержатся различные подходы относительно определения данной категории. Так, по мнению профессора Садовской Т.Г., “конкурентоспособность – это свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке” [1]. Профессор Томилов В.В. определяет конкурентоспособность как способность обеспечить лучшее предложение по сравнению с конкурирующей компанией [2].

“Конкурентоспособность – это обусловленное экономическими, социальными, политическими факторами положение страны или товаропроизводителя на внутреннем и внешнем рынках”, – отмечает профессор Селезнев А.Я.

Наиболее часто термин “конкурентоспособность” относят к товару (продукции), то есть конкурентоспособность рассматривается с позиции продукции. Однако такая трактовка, по мнению Яновского А. [4], является односторонней, ибо не отражает конкурентных позиций производителя продукции и конкурентоспособности национальной экономики.

В наибольшей степени этот вопрос освещен авторами западных стран, которые понятие конкурентоспособности связывают с экономикой отдельных стран или с товаром, фирмой. Так, американские экономисты М.Эрлих и Дж.Хайн определяют международную конкурентоспособность как “способность страны или фирмы продавать свои товары” [5].

М.Портер констатирует: “единственное, на чем может основываться концепция конкурентоспособности страны, – это продуктивность использования ресурсов” [6].

В отечественной литературе системный подход к проблеме конкурентоспособности вообще и в сельском хозяйстве в частности, на наш взгляд, разработан недостаточно. Опираясь на имеющиеся высказывания отечественных и зарубежных авторов, можно сформулировать целостный взгляд на этот сложный вопрос, требующий своего безотлагательного решения. Поскольку конкурентоспособность есть рыночная категория, то ее объектом может быть любой товар, предприятие, отрасль, производство, страна, а субъектом – товаропроизводители, работники предприятия, стремящиеся улучшить условия производства, его имидж, качество товара, услуг. Поэтому конкурентоспособность непосредственно связана с предлагаемым объектом и не может трактоваться однозначно. Конкурентоспособность товара, отрасли, произ-

водства, предприятий и страны в целом имеет свою особенность и специфику проявления. Поэтому при определении конкурентоспособности необходимо учитывать ее объекты и присущие им характерные черты, отличающие от других объектов. Рассмотрим отдельно конкурентоспособность каждого объекта и возможности повышения ее уровня.

Конкурентоспособность товара – это его соответствие требованиям рынка, совокупность характеристик товара, в которой отражаются его отличия от товара–конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение [7].

Основными требованиями к конкурентоспособности товара, по мнению Завалова П., являются обеспечение качественных стоимостных характеристик продукции на уровне не ниже требований конкретной группы потребителей. Покупателю совершенно безразличны такие важнейшие с точки зрения производителя свойства товара, как трудоемкость, материалоемкость, энергоемкость их производства. Его интересует лишь качество и цена. Поэтому “конкурентоспособным является тот товар, комплекс потребительских и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех, то есть позволяет быть прибыльно обмененным на деньги в условиях широкого предложения к обмену других товаров- аналогов” [8].

По нашему мнению, конкурентоспособность товара – это выгодно отличающийся товар от аналогов-конкурентов по системе качественных и социально-экономических признаков.

Индикаторами конкурентоспособности товара являются:

- назначение (полезность);
- качественная характеристика;
- цена.

Конечная цель производителя – получение конкурентоспособного товара. Однако формирование его происходит на уровне производства, которое в сельском хозяйстве представлено различными отраслями, поставляющими многообразие товаров на рынок.

Отрасль есть часть сельскохозяйственного производства, для которой характерен выпуск определенной продукции, отличающейся от продукции других отраслей специфическими средствами производства, технологией и организацией производства, специализированными кадрами.

Определяя конкурентоспособность как преимущественную относительно конкурентов величину, можно сказать, что конкурентоспособная отрасль – это отрасль, которая сочетает в себе производство высококачественной продукции на основе адаптивной (интенсивной) технологии, оптимального подбора системы машин, использования высококвалифицированного труда.

В настоящее время не все отрасли в сельском хозяйстве отвечают этим параметрам. Только зерновое и подсолнечниковое производство имеет возможность применять интенсивные технологии и относительно высокий уровень механизации, что и вывело эти виды продукции на первую ступень конкурентоспособности. Остальные

же отрасли, особенно животноводство, заметно проигрывают межотраслевую конкуренцию, и в конечном итоге оно стало абсолютно неконкурентоспособным. Само сельское хозяйство в целом, как единая отрасль в системе народного хозяйства, конкурентоспособно в сравнении с отраслями промышленности.

Применение интенсивных технологий, высокого уровня механизации, конечно же, не самоцель, а необходимые условия для получения прежде всего выгоды от произведенной продукции. Поэтому конкурентоспособность отрасли оценивается как с точки зрения внутренней, так и внешней конкуренции.

В экономической литературе нет стройной системы показателей конкурентоспособности отрасли. Их сводят главным образом к характеристикам товара и фирмы. Нами предлагаются методические подходы к определению критериев конкурентоспособности отрасли, главным из которых является прибыль.

Прибыль – это категория рынка, которая проявляется в сфере обмена и определяется в сельском хозяйстве как разница между выручкой от реализации продукции (услуг) и полными издержками на ее производство. Прибыль является результатом как более эффективного использования в процессе сельскохозяйственного производства ресурсов, так и более выгодного в зависимости от принятой методики исчисления прибыли. Уровень рентабельности предприятия может существенным образом меняться, так как размер прибыли конкретного предприятия подвержен влиянию множества не только внутренних, но и внешних факторов: темпов инфляции, особенностей налогообложения и т.п. “Методика определения размера прибыли меняется от отрасли к отрасли, различается она на уровне корпорации и ее отделения...”. Поэтому считаем необходимым подробнее остановиться на этой категории, методике ее определения в сельскохозяйственном производстве.

При оценке конкурентоспособности отрасли следует различать валовую и чистую прибыль. Валовая прибыль – это прибыль, полученная до уплаты налогов и бюджетных отчислений. В некоторых литературных источниках этот показатель называют условно чистой прибылью и считают, что она “является основой для определения премиального фонда для рабочих и служащих во всех странах мира. В американских и западноевропейских компаниях размеры премий высшим руководителям также устанавливаются, как правило, в зависимости от величины полученной условно чистой прибыли”. Чистая же прибыль – это реально полученный финансовый результат, который определяется как выручка от реализации плюс другие внереализационные доходы минус полные издержки на производство и реализацию минус другие внереализационные расходы и отчисления в бюджет.

Другой экономический показатель – валовой доход (чистая продукция). В последнее время различными авторами в экономической литературе данная категория трактуется не однозначно, называют валовым доходом и выручку, и маржинальный доход, и коммерческий. Можно согласиться с мнением Добрынина В.А., который определяет чистую продукцию как разницу между стоимо-

стью валовой продукции по фактическим ценам реализации и стоимостью потребленных средств производства (материальными затратами) [9]. При характеристике конкурентоспособности отрасли считаем целесообразным использовать и другую категорию, такую, как коммерческий доход, который определяется разницей между выручкой от реализации и затраченными на ее производство ресурсами (покупных материалов, амортизационных отчислений, услуг и т.д.).

Перечисленные выше показатели являются абсолютными, но для определения конкурентоспособности важную роль играют и относительные - индекс отдачи (полученной прибыли) на вложенный капитал, прибыль в расчете на величину используемых ресурсов (на 1 га., на 1 гол., на 1 чел-ч), уровень совокупной рентабельности и др.

Эти показатели, имея общий подход их определения с оценкой экономической эффективности отрасли, отличаются методикой расчета. В сельском хозяйстве не вся продукция, особенно в растениеводстве, приобретает форму товара. Часть ее (корма, семена, молодняк для собственного воспроизводства) используют для внутривозвращенного потребления. Поэтому конкурентоспособность отрасли, на наш взгляд, следует оценивать с точки зрения полного товарного производства, то есть всю произведенную продукцию учитывать как товар. Исходя из специфики сельскохозяйственного производства, необходимо различать конкурентоспособность фактическую и потенциальную. Оценивая все производство из его товарной природы, мы будем иметь потенциальную конкурентоспособность, где показатели определяются по валовой прибыли, реально же можно продать только 1/3 часть произведенной продукции. Поэтому фактическая конкурентоспособность и пути ее повышения зависят от выбранной стратегии конкуренции, то есть будет рассматриваться уже при определении конкурентоспособности предприятия (фирмы) в целом.

Кроме того, показатели конкурентоспособности отрасли могут переплетаться с показателями конкурентоспособности товара, если отрасль представлена одним товаром (зернопроизводство, производство технических культур, овощеводство, плодоводство). Но главным остается то, что отрасль характеризуется с позиции внутренней и внешней конкуренции на технологическом уровне.

В сельском хозяйстве эффективное использование производственных ресурсов, и особенно земли, возможно лишь на основе сочетания отраслей. Эту особенность необходимо учитывать и в условиях рынка при выборе наиболее экономически выгодных видов производств. Поэтому конкурентоспособность сельскохозяйственного производства целесообразно оценивать в целом, что позволяет сочетать экономический интерес собственника с биологическими и производственными особенностями сельскохозяйственного производства. Хотя бесспорным остается факт, что конкурентоспособность определяется наиболее экономически выгодными отраслями и видами продукции.

По мнению Фатхутдинова Р.А., конкурентоспособность производства характеризует способность его как сложной открытой организационно-экономической сис-

темы прогнозировать свое будущее, выпускать конкурентоспособную продукцию и обеспечивать за счет этого достаточную для нормального функционирования и развития прибыль. Основными требованиями для достижения конкурентоспособного производства являются использование прогрессивной технологии, современных методов менеджмента, современное обновление фондов, обеспечение гибкости производства, пропорциональности, непрерывности и ритмичности процессов [11].

Применительно к сельскому хозяйству считаем, что конкурентоспособное производство основано на сочетании конкурентоспособных отраслей с высокой организационно-технологической структурой, максимально и эффективно использующее ресурсы, приносящее товаропроизводителю прибыль, достаточную для расширенного воспроизводства.

Так как главный и незаменимый ресурс в сельском хозяйстве – земля, критерием конкурентоспособности производства является полученная прибыль на единицу земельной площади. Причем не валовая прибыль, как при определении конкурентоспособности отрасли, а чистая.

В качестве дополнительных показателей могут применяться: объем продаж в расчете на единицу земельной площади, чистая прибыль в расчете на производственный капитал, на единицу затраченного труда, рентабельность производства. Для узкоспециализированного производства показатели конкурентоспособности могут быть однотипными с отраслевыми.

Рассматривая проблему конкурентоспособности, нами неоднократно отмечалось, что основным условием конкурентоспособности товара, отрасли или производства является применение новых технологий, высокого уровня механизации труда, использование высококвалифицированных кадров. Однако современная техника требует столь же современных форм организации и методов управления производством. Данные функции уже на уровне конкурентоспособного предприятия (фирмы).

“Конкурентоспособность фирмы – это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности. Конкурентоспособность фирмы характеризует возможности и динамику ее приспособления к условиям рыночной экономики” [12].

В отличие от конкурентоспособности товара, которая может измениться в короткий срок, устойчивая конкурентоспособность фирмы достигается в течение длительного периода. Это связано с тем, что для достижения превосходства над фирмой-конкурентом на соответствующем товарном рынке должен пройти хотя бы один цикл обновления продукции, то есть выпуска на рынок новых товаров.

В этой связи Хейс Р., Уилрайт С., Кларк К. подчеркивают, что необходимо четкое соответствие управления технологическому укладу предприятия. И чем больше разрыв между уровнем организации управления и техническим уровнем производства, тем быстрее предприятие теряет свою конкурентоспособность [5].

Р. Уотермен сформулировал следующие общие принципы, которые обеспечивают конкурентные преимущества производителям:

1. Нацеленность всех и каждого работника на действие, на продолжение начатого дела.
2. Близость предприятия к клиенту.
3. Создание автономии и творческой атмосферы на предприятии.
4. Рост производительности благодаря использованию способности людей и их желанию работать.
5. Демонстрация важности общих для предприятия ценностей.

6. Умение твердо стоять на своем.

7. Простота организации, минимум уровней управления и служебного персонала.

8. Умение быть одновременно мягким и жестким. Держать под жестким контролем наиболее важные проблемы и передавать подчиненным менее важные [10].

Таким образом, конкурентоспособное предприятие (фирма) – это прежде всего умелое управление и четкая организация производства. Конкурентоспособное предприятие призвано обеспечивать и повышать конкурентоспособность производства. Нельзя не согласиться с ученым Фатхутдиновым Р.А., который считает, что обеспече-



**Рис.** Структура системы обеспечения конкурентоспособности\*

\* Условные обозначения:

- 1.1. Повышение качества выпускаемой продукции
- 1.2. Разработка и реализация политики ресурсообеспеченности
- 1.3. Расширение рынка сбыта продукции
- 1.4. Развитие организационно-технического уровня производства
- 1.5. Социальное развитие коллектива
- 1.6. Охрана окружающей среды

ние и повышение конкурентоспособности отдельного производства – сложная проблема, решение которой связано с осуществлением целенаправленной деятельности по установлению, формированию и поддержанию уровня конкурентоспособности [13]. Задача обеспечения конкурентоспособности затрагивает вопросы определения отдельных рациональных показателей конкурентоспособности производства и их поддержания в заданных границах на всех этапах предпринимательского процесса. Весь комплекс мер по обеспечению конкурентоспособности производства и всего предприятия он сводит в единую систему, которая изображена на рисунке.

Комментируя схему конкурентоспособности Фатхудинова Р.А., следует отметить, что в ней четко отражен процесс обеспечения конкурентоспособности производства. Действительно, инфраструктура (окружающая среда), а это рыночная конъюнктура, спрос потребителей и т.д., подает импульсы на определенные товары, и организационно-управленческий аппарат мобилизует всю систему рычагов для того, чтобы своевременно отреагировать на спрос и удовлетворить интерес производителя – свою главную цель получение прибыли. Однако у автора сливаются понятия конкурентоспособности производства и предприятия. Мы же считаем, что данная схема отражает именно обеспечение конкурентоспособности производства, но его реализация возможна на уровне конкурентоспособного предприятия (фирмы), так как только такому предприятию под силу решение не только производственных, но и социальных, экологических и даже политических вопросов.

К показателям конкурентоспособности предприятия, кроме перечисленных выше, можно отнести:

- доля рынка сбыта, контролируемого фирмой;
- наличие лицензии, торговой марки;
- показатели уровня обслуживания потребителей;
- показатели, касающиеся подготовки и переподготовки кадров.

В экономической литературе встречается понятие «конкурентоспособность страны». По мнению профессора А.Селезнева, конкурентоспособность страны – это особое положение страны, которое отражается через систему показателей (индикаторов).

По этим индикаторам можно отслеживать “критические точки”, которые должны быть объектом пристального внимания органов регулирования экономики.

В качестве индикаторов могут быть использованы следующие показатели:

- объем валового внутреннего продукта, характеризующий емкость рынка и потенциал конкурентоспособности;
- доля валовых накоплений в структуре конечного потребления и доля расходов на конечное потребление;
- доходы (потери) от операций по экспорту – импорту, отнесение к обороту экспорта – импорта;
- соотношение индекса цен экспортируемых и импортируемых товаров;
- внешняя задолженность государства;
- разница между долгом страны и долгом стране;

- накопленная величина экспорта (импорта) инвестируемого капитала;
- золотовалютные резервы;
- доля производства (добычи) энергоносителей в мировом производстве;
- доля стратегически важных товаров в структуре внутреннего валового продукта;
- удельный вес расходов на оплату труда в стоимости внутреннего валового продукта.

Американский ученый Майкл Портер считает, что для повышения конкурентоспособности страны фирмы должны постоянно улучшать продуктивность существующих отраслей, повышая качество продукции, добавляя ей новые требуемые свойства и характеристики путем совершенствования технологии, повышения продуктивности производства, обеспечивая тем самым непрерывный рост экономики.

Профессор Ю.Кормнов определяет конкурентоспособность страны как взаимодействие следующих факторов: экономический потенциал; степень участия в международной торговле и инвестиционных потоках; стимулирующая роль государства; функционирование рынка капиталов и качество финансовых услуг; соответствие ресурсов базовым потребителям бизнеса; управление, инновации, прибыльность, приспособляемость к изменяющимся условиям; потенциал и результативность НИОКР; численность и качество трудовых ресурсов.

Важную роль в повышении конкурентоспособности, по его мнению, играет управление, задачей которого становится поиск и обеспечение комбинации составляющих конкурентоспособности во времени и с учетом поставленных целей [14].

Рассматривая теорию конкурентоспособности товара, отрасли производства, фирмы, страны, следует отметить, что объединяющим эти различные понятия является свойство достижения преимущественных позиций относительно конкурентов в различных формах проявления конкуренции. Но на определенном этапе свойство конкурентоспособности характеризуется различными индикаторами, которые для наглядности можно представить в виде матрицы (табл.).

Как отмечено выше, сельское хозяйство – это сложная многофункциональная система, где конкурентоспособность проявляется во взаимосвязи и взаимозависимости составляющих ее объектов (товар, отрасль, производство, предприятие), поэтому оценивается нами с позиции воспроизводственного процесса, подчиняя функции управления и организации предприятия главной цепи – обеспечение экономических условий расширенного воспроизводства и рационального природопользования. Поэтому конкурентоспособность аграрного производства следует определять как стратегическое направление функционирования сельскохозяйственных предприятий, нацеленное на эффективность использования ресурсов и укрепление конкурентных позиций на рынке товаров и услуг. А превосходство, достигнутое на аграрном рынке (локальном, региональном), отражает лишь рыночную составляющую конкурентоспособности с присущими для нее индикато-

**Таблица.** Матрица индикаторов оценки конкурентоспособности

Объект конкурентоспособности	Индикаторы	
	Общепринятые характеристики	Характеристики применительно к сельскому хозяйству
Товар (сельскохозяйственная продукция)	Полезность, качественные параметры, издержки, эргономичность, цена	Полезность, качественные параметры, цена, издержки, ресурсоемкость, трудоемкость, энергоемкость, землеемкость (материалоемкость)
Отрасль	Применение новейших технологий, энергоемкость, объем продаж, прибыль в расчете на вложенный капитал, рентабельность	Уровень технологии и технической оснащенности, валовая прибыль на 1 га, на 1 чел-ч, на 1 гол., на вложенный капитал, рентабельность
Производство	Чистая прибыль в расчете на производственный капитал, единицу затраченного труда, доля прибыли в объеме продаж, рентабельность	Издержки производства, ресурсообеспеченность и ресурсоемкость (землеемкость, трудоемкость, энергоемкость, валовой доход)
Фирма (хозяйствующие субъекты аграрного рынка)	Доля рынка сбыта, контролируемого фирмой; наличие лицензии, торговой марки, показатели уровня обслуживания потребителей; показатели, касающиеся подготовки и переподготовки кадров	Доля контролируемого рынка, уровень маркетингового обслуживания и информационного обеспечения, торговая марка, рентабельность
Республика	Объем валового внутреннего продукта, доля валовых накоплений, доля расходов на потребление, соотношение индекса цен экспортируемых товаров и импортируемых товаров, золотозапасные резервы, доля стратегически важных товаров в структуре ВВП, продуктивность использования ресурсов, объем валового внутреннего продукта на душу населения	

рами (полезность, цена, издержки, качественные характеристики, рыночная доля). Если конкурентоспособность рассматривается как составляющая воспроизводственного процесса относительно способов и методов хозяйствования на рынке товаров и услуг, то она оценивается полученной массой прибыли в соотношении с потребленными и используемыми ресурсами.

### **Литература**

1. Садовская Т.Г., Еленева Ю.Я. Конкурентоспособность продукции и ее обеспечение в системе “Предпринимательское дело” // *Машиностроитель*. – 1994. – № 5-6. – С.12-16.
2. Томилов В.В. Культура организации предпринимательской деятельности // *Экономика строительства*. – 1994. – № 1. – С.18-30.
3. Томилов В.В. Культура организации предпринимательской деятельности // *Экономика строительства*. – 1994. – № 1. – С.18-30.
4. Яновский А.М. Конкурентоспособность товара и производителя продукции в системе рыночной экономики // *Стандарты и качество*. – 1997. – № 2. – С. 43-44.
5. Как добиться успеха: Практические советы деловым людям / Под ред. В.Е. Хруцкого. – Москва: Республика,

1992. – 510 с.

6. Портер М. Международная конкуренция. – Москва: Международные отношения, 1993. – 896 с.
7. Рыночная экономика / Под ред. Г.Я. Кипермана. – Москва: Республика, 1993. – 524 с.
8. Завалов П. Конкурентоспособность и маркетинг // *Российский экономический журнал*. – 1995. – № 12. – С.14-18.
9. Экономика сельского хозяйства / Под ред. В.А. Добрынина. – Москва: Агропромиздат, 1990. – 476 с.
10. Уотермен Р. Фактор обновления: Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании. – Москва: Прогресс, 1998. – 362 с.
11. Фатхутдинов Р.А. Менеджмент как инструмент достижения конкурентоспособности // *Вопросы экономики*. – 1997. – № 5. – С.118-127.
12. Основы предпринимательской деятельности / Под ред. В.М. Власовой. – Москва: Финансы и статистика, 1994. – 496 с.
13. Фатхутдинов Р.А. Система обеспечения конкурентоспособности продукции // *Стандарты и качество* – 1995. – № 1. – С. 48-52.
14. Кормнов Ю. Ориентация экономики на конкурентоспособность // *Экономист*. – 1997. – № 1. – С. 38-48.