

ЭКОНОМИКА

УДК 338.001.36

Генезис развития субъектного подхода к комплексному анализу конкурентоспособности предприятий в рыночной экономике

А. А. Кострова, Ф. Н. Завьялов

*Ярославский государственный университет
им. П.Г. Демидова*

E-mail: a.kostrowa@yandex.ru, fedzav@yandex.ru

Научная статья

Определяется сущность базовой экономической категории – «конкуренция», проводится анализ основных противоречий, которые заложены в отношении между различными субъектами экономики, дается определение конкурентоспособности как одной из основных форм проявления сущности конкуренции, анализируется генезис развития категории конкурентоспособность, рассматриваются предпосылки и процесс формирования экономической категории «субъектная конкурентоспособность», дифференцированной по шести субъектам, в зависимости от тех преимуществ, которые являются для них приоритетными, в рамках использования субъектного подхода рассматриваются формы проявления сущности конкурентоспособности, определяются требования к методике количественной оценки уровня субъектной конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция; конкурентоспособность; сущность; форма; противоречие; субъектный подход; методика анализа.

The Genesis of the development of the subjective approach to comprehensive analysis of the competitiveness of enterprises in the market economy

A. A. Kostrova, F. N. Zavyalov

P.G. Demidov Yaroslavl State University

Scientific article

Determined the basic essence of economic categories «competition», analyzes the basic contradictions that are inherent in the relationships between the various actors of the economy, given the definition of competitiveness as one of the main forms of manifestation of the essence of competition, analyzes the Genesis of the development of the category of competitiveness, discusses the background and process of formation of the economic category «competitiveness of the subjective», differentiated in six subjects, depending on the benefits that are a priority for them, using the subjective approach examines the manifestations of the essence of competitiveness, identifies the requirements for the methodology to quantify the level of subjective competitiveness.

Keywords: competition; competitiveness; essence; form; contradiction; the subjective approach; the method of analysis.

За 25 лет развития экономики России в рыночных условиях она испытала и продолжает испытывать все преимущества и недостатки данного общественного уклада. За этот период произошло два значительных кризиса: 1998 и 2008 гг. и несколько более мелких спадов: 1995, 2004, 2015. В сложившихся условиях обеспечение устойчивого развития экономики было и остается высоко актуальной задачей. Положительной чертой рыночного развития является получение значительной свободы предприятиями и организациями выбора путей развития, ассортимента выпускаемой продукции и услуг, поставщиков сырья и материалов, комплектующих изделий, потребителей продукции. Свободным стало ценообразование на товары и услуги, выбор банка для финансового обслуживания и путей привлечения инвестиций.

© Кострова А. А., 2016

© Завьялов Ф. Н., 2016

Однако свобода выбора значительно усилила требования ко всем структурным подразделениям предприятий и организаций, она поставила их в условия неопределенности, когда стало необходимым обосновывать выбор поставщиков и потребителей, уметь проводить анализ их деятельности и давать прогноз тенденций по крайней мере на ближайшую перспективу. Многие предприятия и организации оказались и продолжают функционировать в высоко конкурентной среде, которая во многом связана с состоянием экономики, что накладывает особую ответственность на менеджмент в принятии оптимальных решений.

Сложности рыночного развития России возникали и по причине недостаточно грамотной и обоснованной государственной политики. Под флагом борьбы с монополизмом были разорены многие крупные предприятия, снизилось финансирование военно-промышленного комплекса, который был стержнем развития ряда отраслей, были закрыты убыточные предприятия с целью получения кредитов от Мирового банка и МБФ. Форсированное снятие монополии внешней торговли без принятия мер повышения конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей привели в упадок целые отрасли: сельское хозяйство, текстильную, швейную, обувную промышленности, производство телевизоров, холодильников и другой сложной бытовой техники. К 1995 г. ВВП страны составил лишь 52% от уровня 1990 г., то есть снизился почти в два раза.

Особенно значительные темпы роста экономики России отмечены в 2000–2007 гг., когда по многим ключевым параметрам ее состояние приблизилось к уровню 1990 г. Итогом развития экономики РФ за 1991–2007 гг. стала ее интеграция в мировое и, главным образом, европейское пространство. Россия стала удобным местом размещения филиалов и дочерних предприятий автомобилестроения, химической промышленности, оптовой и розничной торговли и многих других отраслей, так как превратилась в благоприятный рынок сбыта продукции с достаточной покупательной способностью населения и квалифицированной рабочей силой. Сама она была сориентирована на продажу сырья и энергопродуктов на внешний рынок. Такая скошенность экспорта и большая зависимость от него позволила ряду европейских и американских стран вести неконструктивную экономическую политику. Независимая внешняя политика РФ спровоцировала введение санкций в 2013 г. и их усиление в 2014 г. С одной стороны, это замедлило рост экономики нашей страны, вызвав кризисные явления, с другой стороны, силовое давление способствовало переориентации потоков ряда производств на внутренний рынок, дало толчок развитию сельского хозяйства, рыболовства, ряду отраслей легкой промышленности.

В настоящее время правительство России ставит задачу достижения большей самостоятельности сфер производства, финансов и информационного обслуживания. В этом смысле необходимо скорректировать парадигму отношений в цепочке «производитель – потребитель». От отношений, основанных на конкурентоспособности, необходимо переходить к содружеству, когда отношения строятся на базе партнерства, где четко учитываются нужды и потребности друг друга.

Формирование нового подхода к анализу конкурентоспособности предприятия в рыночной экономике начнем с рассмотрения сущности ее базовой категории – конкуренции. Благодаря М. Портеру – классика данного направления в экономике, она стала основой анализа рыночной среды. При всем разнообразии подходов до сих пор эта категория недостаточно раскрыта с позиций экономической теории как основы всех других конкретных экономических дисциплин. На наш взгляд, конкуренция является общенаучной категорией, а не только экономической, как она наиболее часто трактуется.

Конкуренция – (сталкивание), соперничество, соревнование людей, групп, организаций в достижении сходных целей, лучших результатов в определенной общественной сфере. Конкуренция – существенная черта различных видов деятельности, в которых происходит столкновение интересов (политика, экономика, наука, спорт и др.). Конкуренция получает широкое распространение после ликвидации наследственных, сословных привилегий и вековых регламентаций, утверждения принципов демократии и рыночной экономики, где вырабатываются нормы и правила конкуренции [1, с. 337] .

Конкуренция в одном из своих выражений существовала и в административно-централизованной, командной системе управления государством, хотя имела ограничение только теми целями, которые были наиболее выгодны руководству и служили процветанию действующего режима. Здесь конкуренция выступала как соревнование и имела большое значение для развития экономики страны, ее успехов на внешней и внутренней арене. Лишь при переходе к рыночным отношениям, когда возникла экономическая свобода предприятий и организаций в выборе путей развития, потребителей и поставщиков, цен на продукцию и услуги, конкуренция охватила все сферы их деятельности, она стала главным инструментом повышения эффективности производства, который менеджмент предприятия мог использовать для его развития.

В нашей работе мы будем рассматривать конкуренцию как рыночную категорию, как общее фундаментальное понятие, выражающее существенные, всеобщие свойства и отношения явлений действительности и познания, образовавшиеся в результате обобщения их развития. Именно поэтому определение категории должно содержать свойства и отношения предметов и явлений действительности, включать в себя диалектические противоречия, которые способствуют ее развитию. Исходя из этих постулатов, предлагаем следующее определение. **Под конкуренцией мы будем понимать экономические отношения между отдельными субъектами, имеющими связанные цели развития по созданию и использованию преимуществ для получения высоких итоговых результатов.** В качестве них могут выступать материальные, финансовые, моральные выгоды, социальное, научное, военное лидерство.

Экономические отношения в условиях конкуренции основаны на противоречиях в целях и интересах каждого из субъектов. На поверхности лежит противоречие между производителем и потребителем, продавцом и покупателем, каждый из которых стремится получить большую выгоду. Данные противоречия рождают внешнюю форму проявления конкуренции, выражающуюся в экономической категории **конкурентоспособности.**

Актуализации вопросов исследования конкурентоспособности способствовало усиление конкурентной борьбы между предприятиями в связи с либерализацией российской экономики, ее все большей открытостью для иностранных компаний. Поэтому повышение уровня конкурентоспособности предприятий является важнейшим фактором обеспечения устойчивого развития экономики страны и регионов в целом [2].

Проблема обеспечения конкурентоспособности отечественных предприятий не зависит от сферы их деятельности, формы собственности и размеров. Для выживания в конкурентной борьбе и достижения доминирующих позиций лидера в стратегически важных отраслях необходимо активно наращивать устойчивые и уникальные конкурентные преимущества, на предприятиях должно формироваться ответственное и более глубокое осмысление самой категории конкурентоспособности во всем многообразии определяющих ее факторов.

Под конкурентоспособностью исходно мы будем понимать **обладание и возможности использования на рынке преимуществ для получения больших благ.** Между собой они связаны как парные категории диалектики: сущность и форма. Конкуренция, как явление по своей сущности, остается неизменной, а форма, в которой она проявляется на поверхности, может быть самой разнообразной и меняться под воздействием различных факторов. В динамике конкурентоспособность находится под воздействием состояния внешней среды и меняется от низкого уровня до самого высокого. При наличии одного основного преимущества она может быть однопорядковой, например, высокое качество продукции при относительно низкой цене, устойчивое финансовое состояние и т. д. При обладании несколькими преимуществами она становится многопорядковой, хотя соотношения между этими преимуществами могут значительно варьироваться: высокая конкурентоспособность по одному преимуществу, средняя по другому и низкая по третьему. Особенно это касается сложных объектов: предприятий, территорий, государств, обладающих множеством признаков и осуществляющих разнообразные виды деятельности. И если на уровне продукции такие

аспекты, как сущность, влияющие факторы, методика анализа уже разработаны достаточно глубоко, то на уровне предприятия, территориальных образований эта конкретика теряется, возникает много сложностей и спорных моментов.

В нашем исследовании предлагается разработанная и опробованная концепция субъектного подхода к комплексному анализу конкурентоспособности предприятий, функционирующих в рыночной экономике. Сущность подхода продиктована современными условиями функционирования предприятий и основана на двух постулатах:

1) в экономике, основанной на рыночных отношениях, главенствует спрос, который определяет, что производить, какого качества и в каком количестве. Производители продукции и услуг должны выпускать только то, с таким качеством и в таком количестве, которое будет приобретено на рынке потребителем;

2) рыночная экономика всегда имеет черты неопределенности и вариативности. Если производитель не может по каким-либо причинам удовлетворить потребности, потребитель будет искать другого партнера внутри страны или во внешней среде.

Таким образом, во главу угла ставится **субъектный** подход, при котором деятельность предприятия, его производственные и финансовые итоги анализируются с точки зрения требований субъектов, которые с ним сотрудничают или хотят установить отношения. Конкурентоспособность рассматривается как **относительная** величина. Предприятие в каждый момент осуществления своей хозяйственной деятельности выступает одновременно как производитель продукции или услуг, потребитель сырья и материалов, кредитозаемщик, генератор социальных благ, инвестополучатель, владелец ценных бумаг и т. д. В этом смысле оно может быть носителем различных и даже противоположных видов конкурентоспособности. Актуальность исследования состоит в том, что на основе систематизации накопленного исследовательского опыта по изучению конкурентоспособности предприятий разработан принципиально новый подход, при котором авторы постарались преодолеть имеющиеся недостатки и попытались сформировать на его основе методику анализа конкурентоспособности, которая позволяла бы предприятиям адекватно оценивать как уровень собственных видов конкурентоспособности, так и конкурентоспособности своих партнеров для принятия эффективных управленческих решений.

В теории и практике определения и анализа конкурентоспособности необходимо опираться на новые концептуальные подходы к ее управлению на уровне микро- и макроэкономических систем. Эти подходы должны быть основаны на разработке сводного, универсального показателя конкурентоспособности. Сущность, состав, содержание и методика оценки должны быть разработаны и построены таким образом, чтобы каждый заинтересованный в оценке уровня конкурентоспособности конкретного предприятия субъект мог получить необходимую информацию, а также сравнить ее для выявления наиболее приемлемого уровня конкурентоспособности. При этом показатель конкурентоспособности должен оставаться *комплексным*, то есть агрегироваться из ряда конкурентных преимуществ предприятия, которые выявляются путем сопоставления с соответствующими показателями организаций-конкурентов. Но для каждого субъекта приоритетным будет являться лишь некоторый определенный аспект деятельности предприятия.

Целесообразно отметить, что обеспечение конкурентоспособности и обеспечение лучшего уровня определенной характеристики с методологической точки зрения не тождественны [3]. Данные проблемы имеют самостоятельное практическое и теоретическое значение. И лишь в определенных условиях конкурентоспособность предприятия может рассматриваться как наличие у него преимуществ в достижении лучшего уровня определенной характеристики.

Рассмотрим интересы основных участников хозяйственного процесса при оценке конкурентоспособности предприятия.

1. Покупатели продукции и услуг оценивают конкурентоспособность предприятия с позиции конкурентоспособности приобретаемого ими товара. Их интересует, насколько он является подходящим для них с точки зрения качества, цены,

послепродажного обслуживания, соблюдения дисциплины поставок по времени, партионности, качеству, номенклатуре, ассортименту и т. д. по сравнению с товарами других предприятий отрасли. В условиях жесткой конкуренции среди предприятий-поставщиков выигрывают те, которые оперативно могут адаптироваться к возрастающему разнообразию спроса на продукцию, поэтому с точки зрения потребителя в состав факторов при оценке конкурентоспособности необходимо включить способность предприятий к обновлению ассортимента. Кроме того, в конкурентной борьбе предпочтение будет отдаваться предприятиям, которые являются информационно открытыми, то есть предоставляют максимальное количество полезной для покупателя информации в доступном виде.

2. Поставщики в рамках отношений с покупателями заинтересованы прежде всего в том, способны ли последние своевременно и полностью рассчитаться по имеющимся и возникающим задолженностям за поставленный товар, выполненные работы, оказанные услуги. Часто такое преимущество, выражающееся в уровне платежеспособности партнера, является решающим. Для поставщика немаловажен имидж партнера, субъективным количественным выражением которого является место, занимаемое оцениваемым предприятием в соответствующих рейтингах. Более очевидным способом определения имиджа предприятия является расчет доли просроченной задолженности в общей величине задолженности данного предприятия. Немаловажным фактором выступает и стабильность поставок, т. е. заключение договора на длительный период, что позволяет поставщику планировать свое производство на перспективу.

3. Банки и другие кредиторы прежде всего заинтересованы в уровне кредитоспособности предприятия-заемщика, то есть способности рассчитаться по предоставленному кредиту и процентам за его использование. Поскольку привлечение кредита способствует увеличению задолженности предприятия-заемщика, кредитора интересует в целом уровень его финансовой независимости. При определении условий предоставления кредита банку необходимо определиться с уровнем риска, который он готов принять на себя. Для этого целесообразно оценить способность предприятия генерировать достаточный уровень прибыли посредством прямых показателей эффективности финансово-хозяйственной деятельности. Кредиторы рассматривают в том числе и характер использования выданных денежных средств, который зависит от цели привлекаемого кредита. Набор факторов и показателей для оценки надежности клиента должен различаться в зависимости от того, на долгосрочные или текущие цели выдается кредит. В первом случае для количественной оценки могут использоваться показатели эффективности инвестиционной деятельности, во втором – показатели эффективности текущего производства (скорости производственно-коммерческого цикла).

4. Инвесторы оценивают целесообразность вложения средств в деятельность компании и вероятность получения доходов. При этом инвестиционная привлекательность обеспечивается прежде всего характеристиками финансового состояния предприятия, то есть финансовой устойчивостью, платежеспособностью, рентабельностью основной деятельности, эффективностью использования собственного капитала, низким риском вероятности банкротства. Кроме того, инвесторы оценивают эффективность инвестиционной деятельности. В данном случае рассматривается уровень отдачи от использования материальных (основных фондов) и финансовых (перманентного капитала) ресурсов. Инвесторов интересует в целом уровень финансовой независимости предприятия, его способность наращивать темпы устойчивого роста собственного капитала, обеспечивать вклады учредителей за счет превышения величины чистых активов над уставным капиталом. Есть некоторая особенность инвестирования предприятий зарубежными инвесторами. На первое место в оценках они ставят не финансовые показатели, а производственные, полагая, что финансовые показатели, являясь расчетными, могут быть искусственно завышены. Понимая это, зарубежные инвесторы большее внимание при инвестировании обращают на производственные показатели, и главный из них – «портфель заказов», т. е. наличие заявок на выпускаемую продукцию, их объем, временной период обеспечения заказами.

Немаловажное значение имеют еще такие показатели: динамика обновления оборудования, доля современного оборудования, уровень квалификации персонала, внедрение новейших технологий и т. д. На наш взгляд, такая позиция является наиболее объективной, так как именно эти показатели состояния производства являются гарантией освоения инвестиций и получения дохода от них.

5. Работники фирмы, как непосредственно занятые на ней, так и желающие работать. Их в первую очередь интересует уровень оплаты труда, который можно оценить путем сопоставления с величиной прожиточного минимума. Немаловажное значение для работников имеет и уровень социального обеспечения на предприятии, который можно оценить по доле денежных средств, направляемых на социальное развитие персонала. Финансовая сторона при выборе места работы играет одну из важнейших ролей, но не ограничивает требования работников. Их в большей степени интересует качество организации труда с точки зрения возможности саморазвития, повышения квалификации. Индикатором данного интереса может выступать соответствующий состав работников с высоким уровнем квалификации, умений, навыков и стремлением к дальнейшему развитию. Качественный состав работников можно оценить посредством расчета доли работников с высшим образованием в общей величине. Учитывая психологический фактор, необходимо отметить, что специалист стремится к обеспечению защищенности себя с точки зрения сохранения и заработной платы, и места работы, особенно в кризисные периоды. Поведение руководства в подобных случаях можно оценить посредством сопоставления численности работников и размера ФОТ фактически в анализируемом периоде к предыдущему уровню. Для работника немаловажным фактором является стабильность предприятия на рынке, которая характеризует его имидж и оценивается посредством расчета финансовых показателей деятельности организации. Следует отметить некоторые особенности для различных категорий работников. Для рабочих сквозных профессий: слесарей, наладчиков оборудования, электронщиков, электриков, шоферов и др. – материальная сторона, социальная защищенность стоит на первом месте. Для служащих: бухгалтеров, экономистов, секретарей, трудовиков и т. д. – кроме материального и социального интереса важным является психологический климат в коллективе, отношение руководства. Для специалистов высшего и среднего звена, кроме перечисленных преимуществ, важны такие факторы, как карьерный рост, возможность повышения квалификации, творческий труд и ряд других преимуществ.

6. Конкуренты предприятия оценивают наличие преимуществ по достаточно широкому спектру видов деятельности. Их интересует способность предприятия к увеличению своей доли на рынке, они оценивают это посредством расчета среднегодового темпа роста объема продаж за ряд периодов. Поскольку одним из направлений борьбы между конкурентами является стремление к экономии на затратах, то немаловажным моментом является оценка себестоимости основных видов конкурирующей продукции, затрат предприятия на развитие: обновление основных фондов, внедрение новых видов продукции и услуг, технологий производства, новых методов организации управления. Эффективность деятельности и способность к дальнейшему развитию во многом зависит от производительности труда промышленно-производственного персонала. Важными и доступными для расчета являются характеристики финансового состояния предприятия, среди которых конкурентам целесообразно оценивать платежеспособность, финансовую устойчивость и вероятность банкротства. В современных условиях в конкурентной борьбе выигрывает то предприятие, которое встает на путь инновационного развития. Интенсивность движения в этом направлении можно оценить путем расчета доли затрат на НИОКР. Сложившаяся экономическая ситуация, помимо прочего, характеризуется высоким риском возникновения кризисных ситуаций, поэтому конкурентам необходимо оценивать используемые методы и инструменты минимизации последствий кризисных ситуаций путем определения изменения себестоимости, цен и объемов производства и продаж.

Таким образом, конкурентоспособность может в определенных условиях оказаться тождественной таким экономическим категориям, как качество продукции,

платежеспособность, эффективность деятельности, прибыльность, устойчивость, инвестиционная привлекательность, уровень социального обеспечения в различных комбинациях. При этом сущность категории конкурентоспособности должна оставаться единой и универсальной независимо от формы ее проявления в интересах различных субъектов.

Итак, определение *субъектной конкурентоспособности* можно сформулировать следующим образом: *конкурентоспособность предприятия* – это экономическая категория, характеризующая уровень наличия у предприятия преимуществ, то есть определенных свойств, способных лучше удовлетворять требования субъектов по определенному приоритетному аспекту производственной и финансово-хозяйственной деятельности [4].

В данном случае тождественность конкурентоспособности предприятия отдельным экономическим категориям или их комбинациям не нарушает единства сущности, а является лишь различными формами ее проявления, которые основываются на различии в интересах оценивающих конкурентоспособность предприятия субъектов и рассмотрены в таблице 1.

Таблица 1

Формы проявления сущности конкурентоспособности фирмы и направления ее анализа в зависимости от субъекта оценки

Заинтересованные субъекты	Интерес субъекта оценки	Форма проявления конкурентоспособности	Направления анализа
Покупатели	Желание приобретать продукцию лучшего качества по приемлемой цене с соблюдением условий договора	Конкурентоспособность предприятия как конкурентоспособность производимой им продукции	Анализ конкурентоспособности продукции, степени выполнения условий договора и способности предприятий к инновационному развитию
Поставщики	Способность предприятия рассчитаться по обязательствам	Конкурентоспособность предприятия как его платежеспособность и устойчивость в перспективе	Анализ платежеспособности организации с точки зрения ее обеспеченности и устойчивости в дальнейшем
Кредиторы	Способность предприятия рассчитаться по кредитным обязательствам		
Инвесторы	Целесообразность вложения средств в развитие предприятия	Конкурентоспособность предприятия как его инвестиционная привлекательность	Анализ финансовой устойчивости, рентабельности, рациональности финансирования деятельности
Работники	Уровень социального обеспечения, качественный состав работников, защищенность персонала в кризисные периоды, имидж предприятия	Конкурентоспособность предприятия как способность привлечь и эффективно использовать трудовые ресурсы	Анализ затрат предприятия на оплату труда и социальное обеспечение, анализ финансового состояния организации
Конкуренты	Уровень развития конкурентов в сопоставлении с достигнутым уровнем для корректировки маркетинговой и конкурентной стратегии	Конкурентоспособность как способность к устойчивому развитию и завоеванию большей доли рынка	Анализ затратности деятельности, финансовой устойчивости и платежеспособности, способности выходить из кризисных ситуаций и развивать инновации

Принципы субъектного подхода к комплексной оценке конкурентоспособности предприятия:

1) конкурентоспособность является универсальной категорией, что отражается в определении сущности конкурентоспособности предприятия;

2) формы проявления сущности конкурентоспособности предприятия предполагают рассмотрение интересов субъектов ее оценки;

3) в основе конкурентоспособности предприятия лежит корректно организованная сопоставимость;

4) основными характеристиками конкурентоспособности предприятия являются многовариантность, универсальность, многоаспектность, конкретность, относительность, критериальный характер;

5) сущность конкурентоспособности предприятия является основой решения практических задач: на основе рассмотрения различных форм проявления сущности в зависимости от интереса субъекта оценки разрабатывается методика анализа конкурентоспособности предприятия в виде алгоритма оценки для каждого заинтересованного субъекта;

6) в результате применения методики анализа конкурентоспособности определяется предприятие-победитель для каждого оценивающего субъекта.

В процессе исследования конкурентоспособности предприятия большое внимание в авторских публикациях уделяется вопросам методики ее анализа, многие из которых содержат ряд недостатков: недоступность информационной базы для проведения анализа; наличие теоретических показателей, которые не могут быть формализованы и объективно измерены, что снижает точность оценок; многообразие рассчитываемых при анализе показателей с целью максимального охвата всех сфер деятельности предприятия, а отсюда возникновение дублирования и противоречий; отсутствие показателей, характеризующих уровень инновационного развития. Разработанные методики не учитывают интересы каждого конкретного оценивающего субъекта, хотя одно и то же предприятие может иметь разный уровень конкурентоспособности с позиции того или иного к нему требования.

Методика анализа субъектной конкурентоспособности должна учитывать интересы определенных субъектов, содержать минимум количественно неизмеримых факторов, основываться преимущественно на официальной финансовой и статистической отчетности, быть пригодной для применения даже в отсутствие внутренней труднодоступной информации, а также содержать порядок расчета существенных характеристик и индивидуального интегрального показателя конкурентоспособности предприятия для каждого оценивающего субъекта. При этом показатель уровня конкурентоспособности предприятия, получаемый в результате реализации определенной методики оценки, должен характеризовать возможность и способность предприятия лучше удовлетворять требования субъектов по определенному приоритетному аспекту финансово-хозяйственной деятельности.

Ссылки / Reference

- [1] Большой энциклопедический словарь. М.: Большая Российская энциклопедия; СПб.: Норит, 2000. 1456 с.
- [2] Барабанов А. С. Управление региональной конкурентоспособностью: монография / Под науч. рук. д. э. н. Т. В. Усковой. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2014. 160 с.
- [3] Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью / Под ред. проф. С. Г. Светунькова // Энциклопедия маркетинга : сайт. 1999. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/1.htm>.
- [4] Кострова А. А. Анализ конкурентоспособности предприятия с использованием субъектного подхода // Аудитор. 2010. №12. С. 20-28.