

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ

УДК 005.519.6

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Е.А. МИДЛЕР, Е.С. ЖУК

(Южный федеральный университет)

Рассмотрены теоретические и практические подходы к определению параметров, источников и факторов обеспечения конкурентоспособности российских предприятий. Предлагается трактовка конкурентоспособности как многомерной категории с акцентом на ее инновационную составляющую, реализующую свой потенциал только в условиях адекватной системы менеджмента.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, источники конкурентных преимуществ, факторы конкурентоспособности, инновации.

Введение. В современных условиях многие российские предприятия оказываются исключенными из системы глобальных международных конкурентных отношений, поскольку предприятия (30%), ориентированные преимущественно на рынок своего региона, оказываются низкорентабельными и неконкурентоспособными, что приводит их к инновационной пассивности и низкой активности в области реструктуризации [1].

На отдельных предприятиях России моральное и физическое старение оборудования достигает 80%, в результате наблюдается тотальный износ технологических схем, восполняемый исключительно путем импортозамещения. Так, чтобы технически перевооружить металлургическую отрасль потребуется не менее 30 млрд долларов. При этом необходимо осуществление реконструкции с учетом более жестких, чем отечественные, европейских стандартов, поскольку до сегодняшнего момента металлургическое производство в России дает вдвое больше экологически вредных выбросов, чем западное. Особое внимание должно уделяться, прежде всего, снижению энергоемкости, так как энергетические затраты на производство единицы металлопродукции примерно на 30% выше западных [2].

Несмотря на то, что в России добываются почти все виды существующих полезных ископаемых, эффективность их производства остается очень низкой [3], что приводит к увеличению себестоимости продукции и потери конкурентоспособности на международном рынке. Имеющийся научно-технический и кадровый потенциал России остается высоким, но до сих пор во многом не востребован как внутри страны, так и за ее пределами [4].

Низкий уровень развития российских компаний, региональная обособленность последних,



Рис.1. Товарная структура экспорта и импорта Российской Федерации (в %) [5]

В экспорте Российской Федерации преобладает продукция низких технологических укладов, предназначенная для промежуточного потребления, импортируются главным образом товары высокой степени обработки инвестиционного и особенно потребительского назначения (рис.1). Низкий уровень развития российских компаний, региональная обособленность последних, предстоящее вступление России в ВТО (Всемирную торговую организацию) высвечивают проблему низкого уровня конкурентоспособности [6] отечественной продукции и актуализируют задачу повышения конкурентоспособности отечественных предприятий в целом.

Конкурентоспособность компании: цель или следствие? Существует множество подходов к пониманию конкурентоспособности предприятия, в рамках которых данная экономическая категория рассматривается как:

- объект, способный выживать в конкурентной борьбе на рассматриваемом рынке [7];
- уровень развития компании в сравнении с уровнем развития конкурентных фирм по степени удовлетворения потребностей потребителей своей продукцией и по эффективности производственной деятельности [8, 9].

Кроме того, многие исследователи считают, что конкурентоспособность организации проявляется в процессе количественного и качественного роста его потенциала [10] и формируется под воздействием факторов внешней среды. Конкурентоспособность увязывается и с захваченной предприятием долей рынка [11], а также со способностью предприятия к производству, сбыту и развитию, достижению поставленной цели [12].

Безусловно, все вышеперечисленные определения имеют право на существование, поскольку цель деятельности каждой компании – это получение максимальной прибыли, которая может быть достигнута в процессе количественного и качественного производства и реализации его потенциала активов за счет разработки эффективной стратегии компании. Последняя должна учитывать такие факторы, как удовлетворение предпочтений потребителей, оптимальное использование ресурсов организации (производственных, финансовых, трудовых и т.д.), адаптироваться к быстроизменяющимся факторам внешней среды (макросреды, деловой среды), что позволит удержать (увеличить) долю рынка и одержать победу в конкурентной борьбе.

Однако конкурентоспособность предприятия – понятие относительное: одна и та же фирма в рамках отрасли может быть признана конкурентоспособной, а в рамках отраслей мирового рынка – нет. Базой для сравнения являются аналогичные показатели конкурентоспособности предприятий конкурентов, либо идеальных (эталонных) предприятий [13].

В тоже время конкурентоспособность – это комплексное понятие, включающее несколько уровней конкурентного превосходства, которые можно достичь на основе использования инструмента стратегического управления. Именно конкурентные преимущества, которыми компания обладает в сравнении с другими в одной отрасли, на одном рынке или сегменте рынка определяют уровень конкурентоспособности.

Традиционно считается, что конкурентное преимущество предприятия-производителя имеет в основе либо низкие издержки, либо дифференциацию товаров [14]. Ж.Ж. Ламбен определил конкурентное преимущество как характеристики и свойства товара (марки), создающие для организации определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. Эти характеристики могут быть самыми различными и относятся как к самому товару (базовой услуге), так и к дополнительным услугам, сопровождающим базовую, к формам производства, сбыта или продаж, специфичным для предприятия или товара [15].

В современных условиях развития теории маркетинга ученые трактуют конкурентное преимущество как отличительную особенность предприятия, которая дает возможность превосходить своих конкурентов [16]. Формирование конкурентных преимуществ осуществляется на основе изучения их источников, анализ которых позволяет выбрать наиболее привлекательные потенциальные формы конкурентного превосходства.

Источники конкурентоспособности компании. Источники конкурентных преимуществ можно подразделить на внутренние и внешние [17]. Внутренними источниками конкурентных преимуществ являются ресурсы предприятия. При выявлении конкурентных преимуществ акцент, как правило, делается на двух составляющих их источниках: материальных и нематериальных ресурсах предприятия. Однако многие предприятия добиваются значительных успехов на рынке, используя маркетинг

говые, технологические и управленческие ресурсы в качестве источников конкурентных преимуществ (табл.1).

Таблица 1

Конкурентные преимущества, основанные на ресурсах предприятия [4]

Ресурсы предприятия	Тип конкурентного преимущества	Источник конкурентного преимущества
Материальные	Основан на материальных ресурсах	Оборотный капитал Основной капитал
Нематериальные	Основан на нематериальных ресурсах	Наличие патентов Квалификация персонала Имидж предприятия и др.
Управленческие	Основан на управленческих ресурсах	Аутсорсинг
Технологические	Основан на технологических ресурсах	Информационные технологии
Маркетинговые	Основан на маркетинговых ресурсах	Сегментирование Товарная политика Ценовая политика Сбытовая политика Коммуникационная политика

Внешние источники конкурентных преимуществ – социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна. К ним можно отнести:

- меры государственного воздействия;
- экономического характера (амортизационная, налоговая, финансово-кредитная политика, инвестиционная политика, участие в международном разделении труда);
- административного характера (разработка, совершенствование и реализация законодательных актов, демонополизация экономики, государственная система стандартизации и сертификации, правовая защита интересов потребителей);
- основные характеристики самого рынка деятельности данного предприятия (его тип и емкость, наличие и возможности конкурентов);
- деятельность общественных и негосударственных институтов;
- внешнеэкономическая политика государства;
- экономическая, политическая, маркетинговая, социокультурная, экологическая, демографическая ситуация в стране и мире;
- степень интеграции экономики страны в международную экономику.



Рис.2. Синтез внутренних и внешних источников формирования конкурентных преимуществ

Исходя из синтеза внутренних и внешних источников формируются конкурентные преимущества компании (рис.2). Проблемы повышения уровня конкурентоспособности объекта кроются именно в их неразвитости, отсутствии экономической эффективности. Таким образом, наличие условно негативных источников формирования конкурентных преимуществ может привести к ухудшению конкурентных позиций фирмы.

Факторы обеспечения конкурентных преимуществ. Конкурентоспособность предприятия определяется наиболее значимыми, на наш взгляд факторами: качество продукции и услуг, эффективная стратегия маркетинга, квалификация персонала и менеджмента, технологический уровень производства, налоговая среда, в которой действует предприятие, доступность источников финансирования.

Традиционно низкое качество российских товаров не является следствием национальной неспособности промышленности создавать и производить качественную продукцию. Действительно, если технологический потенциал предприятия не позволяет создать конкурентоспособный продукт собственными силами, то в практике хозяйствования вполне закономерно обращение к другим предприятиям, лидирующим на рынке, с предложением о приобретении лицензии. Успех такого обращения демонстрируют Китай, Южная Корея и другие страны, предприятия которых исторически уступали российским в технологическом развитии и инженерно-конструкторских традициях.

Качество продукции и услуг российских предприятий напрямую зависит от уровня технологического оснащения. Однако отсутствие новейшего оборудования (в условиях открытого рынка и возможностей аутсорсинга) не позволяет напрямую влиять на качество производимого продукта. Обеспечение контроля качества продукции на всех стадиях его производства является в большей степени организационно-управленческой проблемой, а не технической.

Инновационный потенциал может служить источником идей и новых продуктов для промышленности, основой разработки маркетинговых стратегий предприятия. При этом привлечение капитала под идею нового продукта представляется заведомо менее успешным, чем возможности промышленного предприятия, планирующего освоить производство нового продукта, располагающего опытом, производственными мощностями и квалифицированным персоналом. Таким образом, проблема качества продукции российских предприятий может быть решена, в первую очередь, посредством исключительно организационно - управленческих мер на микроуровне.

Для обеспечения конкурентоспособности российских предприятий необходима четкая стратегия, ориентированная на определенные целевые группы потребителей и разработанная с учетом конкурентных преимуществ и существующих возможностей. Отсутствие у предприятия стратегии и конкретного плана действий автоматически нивелирует процесс его капитализации, превращая предприятие в простой набор активов, отягощенных обязательствами. Следовательно, наличие корпоративной стратегии обеспечивает формирование рыночной стоимости предприятия.

Одним из важнейших факторов, определяющих потенциал конкурентоспособности российских предприятий, является уровень квалификации персонала. Высокий уровень базового образования и следование концепции непрерывного обучения («обучение в течение всей жизни») способствует быстрому обучению специалистов, освоению новых профессий и обретению навыков, необходимых для работы в условиях высоко-конкурентного рынка. Таким образом, наличие квалифицированного персонала является существенным преимуществом, способствующим обеспечению конкурентоспособности российских предприятий.

Особую роль в обеспечении конкурентоспособности предприятий играет и уровень квалификации менеджмента. Наиболее оптимальным способом решения проблемы квалификации менеджмента может стать переподготовка существующих управляющих и создание механизмов естественной ротации кадров, несмотря на то, что это более эволюционный и длительный процесс.

Способность производить продукцию высокого качества и с низкими затратами определяется уровнем развития технологии на предприятии. В этой связи особую остроту приобретает проблема переинвестирования. Так, многие российские предприятия используют только 15-35%, имеющихся в распоряжении производственных мощностей. Поэтому для них технологическое обновление, несмотря на высокий моральный и материальный износ основных фондов, далеко не всегда является первоочередной задачей. Необходимо обеспечить эффективное использование имеющихся на предприятиях активов в соответствии с поставленными целями и задачами. Данная проблема может быть решена путем реструктурирования предприятия. Действенным инструментом решения данной проблемы становится лизинг. Выступая с одной стороны, наиболее приемлемым способом долгосрочного финансирования, предприятие с другой, создает платежеспособный спрос на продукцию российских производителей оборудования.

Немаловажным фактором, обеспечивающим конкурентоспособность российских предприятий, является действующая система налогообложения. Степень влияния различных налогов на деятельность предприятия следует анализировать с точки зрения его способности генерировать достаточный объем свободных денежных средств, необходимых для обеспечения его операционной деятельности. Использование имитационной финансовой модели реально существующего российского машиностроительного предприятия показывает, что если принять за 100% сумму средств, оставшихся после покрытия всех необходимых производственных затрат, предприятие еще должно выплатить в бюджеты и фонды различных уровней величину, равную 124% от этого остатка. Результаты подобного анализа свидетельствуют о том, что промышленное предприятие не может эффективно функционировать в условиях существующей системы налогообложения. Российская система налогообложения подавляет предприятия, не оставляя им возможность не только для развития, но и просто для стабильного существования. С другой стороны, фискальное изъятие практически всех свободных средств влечет за собой потерю привлекательности для инвесторов.

Опросы руководителей предприятий показывают, что существуют пороговые значения налоговых ставок, повышение которых приводит к массовому уклонению от уплаты налогов. Наиболее яркий пример – уровень отчислений от фонда заработной платы. Во-первых, этот вид налогов и отчислений является одним из наиболее чувствительных факторов, влияющих на общую сумму налоговых платежей предприятия. Во-вторых, превышение 20% порога суммарных отчислений приводит к массовым уклонениям от уплаты. Таким образом, роль налоговой системы в обеспечении конкурентоспособности российских предприятий не может быть сведена к фискальным функциям, поскольку система налогообложения является одним из важнейших факторов, определяющих инвестиционный климат страны.

В течение нескольких лет нерациональная таможенная политика практически уничтожила потенциал российской электронной, электротехнической и ряда других отраслей промышленности, конкурентоспособность которых и качество производимой продукции в значительной степени зависят от качества комплектующих изделий и сырья. Опыт стран, находящихся в состоянии реформ показывает, что таможенное регулирование должно стимулировать развитие производства конкурентоспособных по цене и качеству потребительских товаров на территории собственной страны. При этом сырье, материалы, комплектующие изделия и технологическое оборудование, обеспечивающие конкурентоспособность товаров на территории России, должны быть освобождены от любых таможенных пошлин и сборов.

Вариативность источников финансирования также выступает одним из важнейших факторов конкурентоспособности российских предприятий. В самом общем виде способы и инструменты финансирования российских предприятий могут быть представлены в матричной форме (табл.2). Нетрудно заметить, что именно в области финансирования российских предприятий со стороны государства (которое неизменно присутствует в любом варианте институциональной конфигурации), резко возрастает риск оппортунистического поведения основных участников распределительных отношений. Эта закономерность может быть объяснена высокой рентной составляющей в распределении финансовых ресурсов на уровне государства. Отсюда и установление границ вме-

шательства государства в процесс производства продукции и услуг, поиск оптимального соотношения государственных и рыночных инструментов стимулирования использование апробированных в мировой практике инструментов.

Таблица 2

Матрица многоканального финансирования российских предприятий в системе обеспечения их конкурентоспособности [18]

Механизмы финансирования	Способ институциональной организации	Инструментарий и методы	Издержки использования
Частные	Спецификация прав собственности Венчурное предпринимательство. Неформализованные институты (бизнес-ангельский сектор).	Патентная защита	Монопольное ценообразование, иницирующее издержки «мертвого груза». Дублирование исследовательской деятельности.
		Копирайт	
		Коммерческая тайна	
Государственные прямые	Долгосрочные отношенческие контракты с исследователями. Централизованное государственное инвестирование. Прямое государственное регулирование в соответствии с приоритетными задачами и возможностями госбюджета.	Федеральные целевые программы - ФЦП (финансирование в рамках общественного сектора)	Риски оппортунистического поведения.
		Премии	Сложность определения оптимальной цены (величины премии). Нецелевое налогообложение.
		Гранты	Дублирование исследовательской деятельности.
		Госзакупки, госзаказ	Недостаточная привязка к потребностям рынка. Сложность определения порога издержек для возмещения затрат.
Государственные косвенные	Предоставление налоговых преференций на установленный период	Отсрочка по уплате налогов, ускоренная амортизация, предоставление налогового кредита и др.	Угроза оппортунистического поведения (оптимизационные налоговые схемы). Административные барьеры в использовании.
		Госзакупки	Риски оппортунистического поведения.
Гибридные	Финансирование краткосрочных потребностей бизнеса путем реализации долгосрочных стратегических целей государства, квазивенчурное инвестирование (в качестве соинвестора присутствует государство)	Государственно-частное партнерство	Монопольное ценообразование. Нецелевое налогообложение. Угроза оппортунистического поведения.
		Предоставление прав ИС исследователям, занятым в общественном секторе	
		Неформальные правила. Рыночная контрактация.	

Особенностью российской экономики является то, что основным финансовым инструментом, обеспечивающим конкурентоспособность российских предприятий на основе инноваций, продолжает оставаться госбюджет (63,1% в структуре затрат на исследования и разработки) [5]. Средства российского госбюджета доминируют в структуре внутренних затрат на научные исследования и разработки. При этом доля государственного участия в финансировании прикладных исследований значительно выше, чем доля финансирования фундаментальной науки, что свидетельствует об отсутствии интереса со стороны частнопредпринимательского сектора к потенциально коммерциализируемым направлениям и замещению расходов средствами государственного бюджета.

Подходы к финансированию предприятий, выпускающих инновационную продукцию, и предприятий, работающих в традиционных сегментах рынка, должны различаться. Первые, безусловно, требуют значительных бюджетных ассигнований и системного финансирования, поскольку способствуют производству инновационных благ и услуг. Вторые – в большей степени ориентированы на производство неконкурентоспособной продукции, следовательно, в финансовом возмещении затрат на их производство должен участвовать рыночный сектор.

Более совершенным фактором конкурентоспособности представляется программно-целевой инструментацией стимулирования производства инновационных продуктов и услуг, поскольку формат его использования предполагает переход от планирования ресурсов к планированию результатов, усиление инвестиционно-инновационной направленности бюджетных расходов. В современной российской экономике приоритетную и достаточно устойчивую часть бюджетных ассигнований в рамках данных программ представляют расходы на инновационное развитие и модернизацию российской экономики, хотя в целом прослеживается тенденция сокращения бюджетных ассигнований на реализацию ФЦП [14].

Финансирование российских предприятий программно-целевыми методами наталкивается на ряд ограничений и проблем, связанных с родовыми особенностями управления рентаориентированной экономической системой.

Во-первых, для значительного числа действующих программ характерна проблема целеполагания. Размытость целей и задач, некорректность постановки в ряде случаев делает их не верифицируемыми и недостижимыми. Постулирование ряда задач (например, в области энергосбережения) предполагает догоняющее технологическое развитие, означающее отсутствие новых технологических платформ, новых рынков, выпуска новых продуктов, развития прорывных технологий.

Во-вторых, недостаточно четко определены, а зачастую и искажены сегменты стимулирования конкурентоспособности. Так, «Стратегия развития российской экономики до 2020 г.» провозглашает, что особым инструментом стимулирования инновационной деятельности в рамках ФЦП являются ВИП, которые обеспечивают наиболее значимый с экономической точки зрения этап инновационного цикла – трансформацию и трансфер готовых научных результатов в промышленную продукцию конкретных частных фирм.

По сути это означает, что основным сегментом стимулирования конкурентоспособности посредством госбюджета выступает частный промышленный бизнес, что автоматически отсекает поддержку со стороны ФЦП учреждений науки и образования. В конечном итоге происходит замещение рыночных механизмов стимулирования спроса на инновационную продукцию мерами государственной поддержки, что существенно деформирует всю систему факторов конкурентоспособности.

В-третьих, четко не определены порядок и инструменты мониторинга ФЦП. Система отчетности о реализации программы также не ориентирована на анализ результативности ФЦП, поскольку представляемые государственными заказчиками отчеты не дают однозначного представления об экономически обоснованном содержании программных расходов. В подавляющем большинстве случаев они не содержат анализа выполнения поставленных в программе задач, а представляют фактографию реализованных мероприятий. Механизмы контроля сосредоточены исключительно на этапе распределения средств.

Таким образом, система государственного финансирования российских предприятий действительна лишь в сегментах производства инновационной продукции и услуг, в остальных – наиболее приемлема система налогового стимулирования конкурентоспособности.

Выводы. Причинами низкой конкурентоспособности предприятий России являются не столько технологические проблемы или отсутствие источников финансирования, сколько низкая эффективность менеджмента предприятий, а также несовершенство налогового законодательства, сла-

бая эффективность мер финансовой государственной поддержки отечественных товаропроизводителей. Государственная политика промышленного развития, направленная на повышение конкурентоспособности предприятий, должна обеспечивать решение двух важнейших задач: реформирование предприятий с целью повышения качества и эффективности их управления и разработку мер государственного регулирования, стимулирующих развитие отечественных товаропроизводителей.

Библиографический список

1. Российская промышленность на перепутье. Что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными / В. Голикова, К. Гончар, Б. Кузнецов [и др.]; науч. рук. проекта Е. Ясин: ГУ ВШЭ, 2007. – С.30.
2. Наймушина Т. Надо драться за рынки / Т. Наймушина // Уральский рабочий. – Екатеринбург. – 2002. – 20 июля. – С.1.
3. Липсиц И.В. Маркетинговые стратегии для российских компаний / И.В. Липсиц, Е.А. Вигдорчик. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2006. – С.10.
4. Иванова Н.И. ВТО и высокотехнологичные отрасли / Н.И. Иванова // Инновации. – 2002. – №2.
5. Россия в цифрах, 2010: стат. сб. – М.: Росстат, 2010. – С.384.
6. Торговая политика и значение вступления в ВТО для развития России и стран СНГ: руководство; под ред. Дэвида Г. Тарра. – М., 2006. – С.559.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А.Фатхутдинов. – М., 2002. – С.356.
8. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах / П.С. Завьялов. – М.: ИНФРА-М, 2001.
9. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Хедоуриф. – М.: Дело, 1993. – С.199.
10. Самодуров Д.О. Стратегическое управление конкурентоспособности предприятия на основе комплексной оценки его потенциала: Автореф. дис. ... канд. экон. наук / Д.О. Самодуров. – СПб., 2000. – С.18.
11. Светуныков С.Г. Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях / С.Г. Светуныков. – СПб., 1997. – С.264.
12. Плотицына Т.Н. Определение конкурентоспособности предприятия / Т.Н. Плотицына // Вестн. ТГТУ. – 2010. – Т.16. – С.206.
13. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия / Л.Н. Чайникова. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. тех. ун-та, 2007. – С.21.
14. Россия в цифрах. 2011: Крат.стат.сб./– М.: Росстат, 2011. – С.545.
14. Чечурина М.Н. Рост конкурентоспособности предприятия на основе управленческих инноваций / М.Н. Чечурина // Вестн. МГТУ. – 2010. – Т.13, №1. – С.43.
15. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива; пер. с франц. – СПб.: Наука, 1996.
16. Ягодкина О.В. Обеспечение конкурентоспособности предприятия / О.В. Ягодкина // Экономика. Менеджмент. Підприємництво: Збірник наукових праць. – 2008. – №20.
17. Каткало В.С. Классика теории стратегического управления / В.С. Каткало // Вестн. С.-Петербур. ун-та. – 2003. – Сер.8. – Вып.3 (№24). – С.7.
18. Мидлер Е.А. Государственный бюджет в системе возмещения затрат на производство инноваций: вариативный подход / Е.А. Мидлер // Вестн. Донск. гос. техн. ун-та. – 2010. – Т.10, №8(51).

Материал поступил в редакцию 06.10.2011.

References

1. Rossijskaya promy`shlennost` na pereput`e. Chto meshaet nashim firmam stat` konkurentosposobny`mi / V. Golikova, K. Gonchar, B. Kuznecov [i dr.]; nauch. ruk. proekta E. Yasin: GU VSHE`, 2007. – S.30. – In Russian.
2. Najmushina T. Nado drat`sya za ry`nki / T. Najmushina // Ural`skij rabochij. –Ekaterinburg. – 2002. – 20 iyulya. – S.1. – In Russian.
3. Lipsicz I.V. Marketingovy`e strategii dlya rossijskix kompanij / I.V. Lipsicz, E.A. Vigdorichik. – M.: Izdatel`skij dom GU VSHE`, 2006. – S.10. – In Russian.
4. Ivanova N.I. VTO i vy`sokotekhnologichny`e otrasli / N.I. Ivanova // Innovacii. – 2002. – #2. – In Russian.
5. Rossiya v cifrax, 2010: stat. sb. – M.: Rosstat, 2010. – S.384. – In Russian.
6. Torgovaya politika i znachenie vstupleniya v VTO dlya razvitiya Rossii i stran SNG: rukovodstvo; pod red. De`vida G. Tarra. – M., 2006. – S.559. – In Russian.
7. Fatxutdinov R.A. Konkurentosposobnost` organizacii v usloviyax krizisa: e`konomika, marketing, menedzhment / R.A.Fatxutdinov. – M., 2002. – S.356. – In Russian.
8. Zav`yalov P.S. Marketing v sxemax, risunkax, tablicax / P.S. Zav`yalov. – M.: INFRA-M, 2001. – In Russian.
9. Meskon M.X. Osnovy` menedzhmenta / M.X. Meskon, M. Al`bert, Xedourif. – M.: Delo, 1993. – S.199. – In Russian.
10. Samodurov D.O. Strategicheskoe upravlenie konkurentosposobnosti predpriyatiya na osnove kompleksnoj ocenki ego potentsiala: Avtoref. dis. ... kand. e`kon. nauk / D.O. Samodurov. – SPb., 2000. – S.18. – In Russian.
11. Svetun`kov S.G. Prognozirovanie e`konomicheskoy kon`yunktury` v marketingovy`x issledovaniyax / S.G. Svetun`kov. – SPb., 1997. – S.264. – In Russian.
12. Ploticy`na T.N. Opredelenie konkurentosposobnosti predpriyatiya / T.N. Ploticy`na // Vestn. TGTU. – 2010. – T.16. – S.206. – In Russian.
13. Chajnikova L.N. Konkurentosposobnost` predpriyatiya / L.N. Chajnikova. – Tambov: Izd-vo Tamb. gos. tex. un-ta, 2007. – S.21. – In Russian.
14. Rossiya v cifrax. 2011: Krat.stat.sb./– M.: Rosstat, 2011. – S.545. – In Russian.
14. Chechurina M.N. Rost konkurentosposobnosti predpriyatiya na osnove upravlencheskix innovacij / M.N. Chechurina // Vestn. MGTU. – 2010. – T.13, #1. – S.43. – In Russian.
15. Lamben Zhan-Zhak. Strategicheskij marketing. Evropejskaya perspektiva; per. s francz. – SPb.: Nauka, 1996. – In Russian.
16. Yagodkina O.V. Obespechenie konkurentosposobnosti predpriyatiya / O.V. Yagodkina // Ekonomika. Menedzhment. Pidpry`yemny`cztvo: Zbirny`k naukovy`x prac`. – 2008. – #20. – In Russian.
17. Kat`kalo V.S. Klassika teorii strategicheskogo upravleniya / V.S. Kat`kalo // Vestn. S.-Peterb. un-ta. – 2003. – Ser.8. – Vy`p.3 (#24). – S.7. – In Russian.
18. Midler E.A. Gosudarstvenny`j byudzhnet v sisteme vozmeshheniya zatrat na proizvodstvo innovacij: variativny`j podxod / E.A. Midler // Vestn. Donsk. gos. texn. un-ta. – 2010. – T.10, #8(51). – In Russian.

COMPETITIVE GROWTH PROBLEMS OF DOMESTIC ENTERPRISES

E.A. MIDLER, E.S. ZHUK

(Southern Federal University)

The theoretical and practical approaches to the determination of parameters, sources and factors of the competitiveness of the Russian enterprises are considered. The competitiveness is interpreted as the multiple innovation-centred category realizing its potential under the appropriate system of management only.

Keywords: *competitiveness of enterprise, competitive advantages, sources of competitive advantages, factors of competitiveness, innovations.*