

Чумак Вадим Геннадьевич, Рамзаев Владимир Михайлович, Кукольникова Елена Анатольевна,
Шестова Наталья Сергеевна

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК СИНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КЛАСТЕРНОГО
РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2011/1/57.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2011. № 1 (44). С. 173-177. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2011/1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Табл. 1. Результаты фильтрации гипотез

| Тип HCM | HCM1 | HCM2 | HCM3 | HCM4 | HCM5 | HCM6 | HCM7 | HCM8 | HCM9 | HCM10 |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| P_q^* | 0,86 | 0,80 | 0,53 | 0,47 | 0,91 | 0,60 | 0,95 | 0,93 | 0,66 | 0,98 |

HCM3, HCM4, HCM6, HCM9 исключаются из ансамбля как неудовлетворяющие критерию (4). По оставшимся в ансамбле HCM были получены планы отбора налогоплательщиков Θ_q^* , $q = \overline{1, Q^*}$. В Табл. 2 приведены множества налогоплательщиков, проранжированные по (9).

Табл. 2. Сравнение планов проверки налогоплательщиков

| Очередность | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|-------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| HCM1 | 19 | 16 | 36 | 20 | 1 | 33 | 25 | 35 | 21 | 31 | 24 | 4 | 11 |
| HCM2 | 19 | 36 | 16 | 31 | 21 | 33 | 20 | 1 | 35 | 27 | 25 | 13 | 8 |
| HCM5 | 36 | 19 | 20 | 33 | 1 | 31 | 35 | 25 | 21 | 8 | 4 | 22 | 27 |
| HCM7 | 19 | 16 | 1 | 20 | 36 | 21 | 4 | 25 | 24 | 35 | 11 | 13 | 23 |
| HCM8 | 16 | 19 | 36 | 21 | 4 | 1 | 31 | 27 | 20 | 24 | 33 | 35 | 25 |
| HCM10 | 16 | 19 | 36 | 20 | 1 | 21 | 31 | 35 | 33 | 25 | 24 | 8 | 4 |

Пусть в распоряжении налоговых органов есть двенадцать проверяющих бригад, т.е. $G^* = 12$. Уровень допустимого риска ошибки зададим равным 0,5. Во всех планах среди первых 12 значений встречается 6 номеров (предприятия 19, 36, 20, 1, 35, 21). То есть все модели подтверждают друг друга с доверительной вероятностью $P^{GCV} = 0,5$. Предприятия с номерами 16, 33, 25 и 31 присутствуют в пяти планах из шести. Предприятия с номерами 4 и 24 присутствуют в четырех планах из шести. Таким образом, процедуру ОПП считаем выполненной, а адекватность ГНСМ достаточной. Окончательный план выездной проверки получим путем ранжирования по осредненному на ансамбле представлен в Табл. 3.

Табл. 3. Окончательный план выездной проверки

| Очередность | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|-------------------|----|----|----|----|---|----|----|----|----|----|----|----|
| Номер предприятия | 19 | 16 | 36 | 20 | 1 | 21 | 31 | 33 | 35 | 4 | 25 | 24 |

Предложен, разработан и апробирован на вычислительных экспериментах модифицированный метод вложенных математических моделей (МВММ-метод) для синтеза оптимальных планов выездных налоговых проверок. Отличием МВММ-метода является байесова регуляризация получаемой нейросетевой модели при отсутствии априорной информации о шумах и двухступенчатый алгоритм оценки адекватности модели.

Список литературы

1. **Гобатков С. А., Полупанов Д. В., Фархиева С. А.** Обобщение метода вложенных математических моделей на основе байесовского подхода к регуляризации задач нейросетевого моделирования налогового и финансового контроля // Всероссийская научно-техническая конференция «Нейроинформатика-2010»: сборник научных трудов: в 2-х ч. М.: НИЯУ МИФИ, 2010. Ч. 2. С. 228-236.
2. **Модернизация налогового контроля (модели и методы):** монография / под ред. А. Н. Романова. М.: ИНФРА-М; Вузовский учебник, 2010. 320 с.
3. **Шумский С. А.** Байесова регуляризация обучения // IV Научно-техническая конференция «Нейроинформатика-2002»: лекции по нейроинформатике. М.: МИФИ, 2002. Ч. 2. С. 30-93.

УДК 330:339.137

Вадим Геннадьевич Чумак, Владимир Михайлович Рамзаев,
Елена Анатольевна Кукольникова, Наталья Сергеевна Шестова
Международный институт рынка

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК СИНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КЛАСТЕРНОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ[©]

В Послании Президента Российской Федерации Федеральному собранию от 12.11.2009 г. [22] обосновываются необходимость и направления системной модернизации государства, которая в части экономического развития страны должна быть ориентирована на рост конкурентоспособности продукции на мировых рынках.

Вместе с тем, текущая конкурентоспособность готовых изделий отечественного производства определена Президентом как крайне невысокая, как следствие, на уровне глобальных экономических процессов влияние России - незначительным [21].

Системная модернизация должна затрагивать все уровни экономики - предприятия, муниципальные образования, регионы, государство в целом, и осуществляться в партнерстве бизнеса и власти. Цель данной модернизации - отказ от сырьевой зависимости, освоение производства наукоемкой, высокотехнологичной, инновационной продукции и, в конечном итоге, приобретение лидирующих позиций на мировых рынках за счет высокого уровня конкурентоспособности. В Послании Президента РФ четко указаны стратегические направления экономического роста. Разработка политики и тактики претворения их в жизнь - задача соответствующих министерств и ведомств, органов власти на местах. Немаловажная роль в данном процессе принадлежит науке, которая должна доработать существующий методологический аппарат с учетом новых потребностей.

Теория конкуренции и само понятие конкурентоспособности давно привлекают пристальное внимание ученых и широко освещены в научной литературе. Первые исследования проблем конкуренции были проведены в XVIII веке классиками экономической теории А. Смитом, Д. Рикардо, Дж. С. Миллем. В их трудах рассматривались понятие, виды и механизмы конкуренции. В XIX веке проблемы конкуренции изучали А. Маршалл, Й. Шумпетер, Ф. А. Хайек, П. Сраффа, Дж. Робинсон, Э. Чемберлин, Дж. Блейн, А. Курно, Ф. И. Эджуорт, А. П. Лернер, К. Викслль, которые дополнили существующие знания описанием математических моделей, различных форм и теорий конкурентных отношений.

Расцвет теории конкуренции произошел во второй половине XX века в связи с усложнением экономических отношений, глобализацией экономических процессов. В это время сформировались американская (М. Портер, А. Чандлер, М. Энрайт, Дж. МакАртур), японская (Х. Такеучи, Х. Кобохси, М. Цучия, Т. Ногучи) и европейская (И. Шехота, Л. Г. Маттссон, Л. Халлен, Б. Берман) научные школы.

В нашей стране в условиях командно-административной системы и плановой экономики исследованию конкуренции и конкурентоспособности не уделялось должного внимания. С переходом к рыночным отношениям необходимость освоения данного научного направления встала особенно остро. К настоящему времени накоплена значительная база теоретических и прикладных знаний в областях понятийного аппарата, оценки и управления конкурентоспособностью. При этом значительный вклад внесли труды отечественных ученых А. Воронова, В. Адрианова, Р. Фатхутдинова, Г. Азоева, Е. Миргородской, С. Светунькова, Г. Абрамишвили, Ю. Анискина, Г. Долинского, И. Соловьева, Ю. Коробова, Н. Моисеевой, А. Поршнева, Г. Багиева, А. Юданова, О. Аристова, Б. Мочалова, А. Литвиненко и других.

Так, Н. Моисеевой принадлежит авторство в разработке проблем и методов функционально-стоимостного анализа как способа оценки качества и конкурентоспособности продукции.

А. Литвиненко первым предложил типовую схему этапов оценки конкурентоспособности продукции, которая положена в основу многих современных методик.

Г. Азоеву принадлежит множество основополагающих работ по проблемам конкуренции и конкурентоспособности.

Применению принципов и методов маркетинга при анализе конкурентоспособности, в особенности бенчмаркинга и маркетинга взаимодействия, посвящены работы Г. Багиева.

Р. Фатхутдинов разработал систему уровней конкурентоспособности, внес существенный вклад в разработку понятийного аппарата и методик оценки конкурентоспособности.

Очевидно, что конкурентоспособность - это свойство, приобретаемое в процессе конкуренции. В трудах отечественных и зарубежных ученых наиболее часто термин «конкуренция» трактуется как соперничество, борьба за достижение наилучших результатов. По определению, данному в Федеральном Законе от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» «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» [18]. Конкуренция как процесс характеризуется субъектами, объектами и методом соперничества.

Субъекты конкуренции тождественны субъектам экономических отношений (предприятия, их группы, административные территории, страны). Исходя из принципов системного подхода, любой из субъектов конкуренции является экономической, а в более широком смысле - социально-экономической системой. Следовательно, субъект конкуренции есть социально-экономическая система определенного уровня. Конкурентная борьба осуществляется между субъектами одного уровня. Межуровневая конкуренция не имеет смысла не только в силу разницы масштабов субъектов, но и в виду различия целей конкурентной борьбы. Чем выше уровень субъекта, тем более глобальные цели он преследует.

Объект конкуренции представляет собой рынок, на котором и за который осуществляется соперничество. Очевидно, что рынок должен рассматриваться как с позиции спроса (борьба за сбыт), так и с позиции предложения (борьба за ресурсы). Уровни объектов конкуренции также различны - внутренний рынок административной территории, внутренний рынок страны (является внешним по отношению к рынку территории, например, региона), внешний рынок за пределами страны. Соответствие «субъект - объект» конкуренции заключается в том, что чем ниже уровень субъекта, тем больше уровней объектов может быть им охвачено в процессе соперничества.

Более того, сам процесс конкурентного развития субъекта низшего уровня (предприятия) представляет собой поэтапное повышение уровня объекта конкуренции (от внутреннего рынка муниципального образования - территории расположения субъекта - до рынков за пределами государства). Вместе с тем страны, как субъекты конкуренции высшего уровня, соперничают только на глобальных мировых рынках, т.е. объектах соответствующего уровня. Объекты, как и субъекты конкурентной борьбы, представляют собой социально-экономические системы, состоящие из элементов, в качестве которых выступают люди, предприятия, группы предприятий, административные территории и государства. Таким образом, любой из субъектов конкуренции может являться элементом социально-экономической системы объекта соперничества.

Предмет конкуренции представляет собой некий носитель определенных свойств, которым располагают субъекты конкуренции, и который представляет интерес для тех или иных объектов конкурентной борьбы. Предметом конкуренции является товар в самом широком смысле, т.е. все то, что субъект может предложить объекту конкуренции (продукция, работы, услуги, рабочая сила, технологии, капитал, интеллектуальная собственность, инвестиционный климат и прочее). Далее, при отсутствии соответствующих уточнений, под товаром (предметом конкуренции) будем понимать товар в широком смысле.

Изучение определений понятия конкурентоспособности, представленных в научной литературе, позволяет сделать вывод о его применимости либо к товарам, либо к субъектам экономических отношений, функционирующих в рыночных условиях. При этом под субъектами понимаются предприятия, группы предприятий, образованные по различным критериям, административные территории и государства.

Поддержим точку зрения, изложенную в [6; 13; 14], согласно которой конкурентоспособный товар есть лучший среди аналогов, по мнению потребителей - элементов социально-экономической системы объекта конкуренции. Однако в указанных работах недостаточно обоснован и структурирован комплекс характеристик, формирующих конкурентоспособность предмета соперничества. Рассмотрим данные характеристики, одновременно произведя их структурирование.

Материально-вещественные характеристики товара

В случае реального товара - его цена и совокупность параметров качества. В случае товара в более широком смысле, например, инвестиционного капитала, - наличие трудовых ресурсов требуемого уровня квалификации, производительности и стоимости, инфраструктуры и прочее на предприятии и/или территории.

Поддерживающие характеристики товара на микроуровне

Для реального товара это эффективное взаимодействие с покупателями и прочими контрагентами, комплекс маркетинговых мероприятий. Для инвестиционного капитала - имидж и деловая репутация предприятия, благоприятная кредитная история и т.п.

Поддерживающие характеристики товара на мезоуровне

Сюда относятся маркетинг территорий (муниципальных образований, регионов), развитие системы образования, здравоохранения, нормативно-правовая и налоговая базы, экологическая обстановка, инвестиционный климат и прочее на региональном и местном уровнях. Данные характеристики влияют на конкурентоспособность любого типа товаров, т.е. товара в широком смысле.

Поддерживающие характеристики товара на макроуровне

Это все характеристики, перечисленные в предыдущем пункте, но на уровне государства в целом.

Итоговая конкурентоспособность товара определяется совокупным набором характеристик, сформированных на всех уровнях. Вклад каждого из уровней в формирование конкурентоспособности зависит от вида товара и масштабов объекта конкуренции.

М. Портер, основоположник теории конкуренции в современном прочтении, под конкурентоспособностью субъекта рыночных отношений понимает свойство субъекта выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными конкурирующими субъектами [12].

Прочие трактовки понятия, представленные, например, в [5; 13; 16; 20], в основном дополняют базовое определение М. Портера различными факторами оценки и/или управления конкурентоспособностью, при этом перечни факторов варьируются в зависимости от уровня субъекта конкуренции (микроуровень - предприятие; мезоуровень - группы предприятий, регион; макроуровень - государство).

Данные дополнения скорее не помогают более точно определить понятие конкурентоспособности субъекта рыночных отношений, а отвечают на вопросы «как оценить?» или «как сделать субъект конкурентоспособным?». По той же причине принципиального значения не имеет и декомпозиция понятия по уровням субъектов.

Вместе с тем, базовое определение понятие конкурентоспособности требует уточнения, поскольку недостаточно ясно, каким образом субъект конкуренции «выступает на рынке».

«Присутствие на рынке» во многом представляет собой процесс рыночного соперничества предприятий, групп предприятий, административных территорий, стран, который осуществляется посредством их предметов конкуренции (товаров в широком смысле). На рынке предложения побеждает или, по меньшей мере, успешно соперничает тот, кто предложил лучшие условия поставщикам ресурсов и в большей степени соответствует предъявляемым ими требованиям. На рынке спроса - тот, чей товар по ценовым и неценовым характеристикам предпочтительнее для потребителей.

Таким образом, конкурентоспособность субъекта рыночных отношений - это его способность успешно соперничать на рынках спроса и предложения за счет конкурентоспособного предмета конкуренции (товара в широком смысле).

На основании выше изложенного можно сделать вывод, что предмет конкуренции есть исходный, базовый носитель характеристики «конкурентоспособность», именно конкурентоспособность товара определяет итоговое значение конкурентоспособности социально-экономической системы - субъекта конкуренции. В свою очередь, только конкурентоспособный субъект может создать конкурентоспособный предмет конкуренции. Чем выше конкурентоспособность субъектов всех уровней (предприятие, группа предприятий, административная территория, государство), тем выше конкурентоспособность предмета конкуренции.

В последние десятилетия экономические политики зарубежных стран в целях роста национальной конкурентоспособности все шире используют кластерный подход. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. также определяет кластеризацию в качестве одного из основных направлений государственной региональной политики. На территории РФ уже функционирует значительное число кластерных образований. В частности, в Самарской области можно говорить о существовании автомобильного, авиационно-космического и нефтехимического кластеров.

Государственная кластерная политика реализуется преимущественно на региональном уровне, что обусловлено, в первую очередь, масштабом кластеров, территориальное соседство элементов которых является одним из условий их существования. Масштаб кластера, чаще всего, слишком велик для муниципалитета, но недостаточен для страны в целом, поэтому административная «привязка» кластерных образований, как правило, происходит к территориям мезоуровня (регионам в РФ).

М. Портер в [12] определил следующие ключевые детерминанты конкурентоспособности кластера (так называемое «правило ромба»):

- наличие факторов производства;
- «требовательный» спрос на внутреннем рынке;
- наличие родственных и поддерживающих отраслей;
- конкуренция между компаниями кластера.

Многие исследователи [4; 9-11; 15; 19] сходятся во мнении, что помимо факторов из «правила ромба», существенное влияние на конкурентоспособность кластера оказывает экономия транзакционных издержек, обусловленная географической близостью и кооперацией предприятий - элементов кластера.

В [1; 2; 7] отмечается значение эффекта синергизма в деятельности кластера и формировании уровня его конкурентоспособности. К. Маркс в «Капитале» [8] определяет эффект синергизма как «новую силу, которая возникает в результате слияния многих сил в одну общую». Применительно к исследуемому понятию эффект синергизма означает превышение значения конкурентоспособности кластера сумме значений конкурентоспособности составляющих его организаций.

Распространенной является точка зрения, в соответствии с которой первостепенное влияние на приращение конкурентоспособности кластерных образований оказывает реализация инновационного потенциала, поскольку инновационная составляющая есть неотъемлемая часть кластеров любого вида [3; 12; 19].

Исходя из способа образования, специфики функционирования и характера взаимоотношений с органами государственной власти было выделено два типа кластеров: функциональный и предпринимательский.

Функциональный кластер образуется в результате целенаправленного внешнего воздействия органов государственной исполнительной власти в процессе реализации стратегических планов. Стратегия экономического развития Российской Федерации ориентирована на повышение уровня конкурентоспособности страны посредством роста конкурентоспособности регионов и муниципальных образований с использованием механизмов межтерриториального взаимодействия и государственно-частного партнерства.

Предпринимательский кластер образуется самопроизвольно, по инициативе предприятий и организаций - будущих элементов кластера. При этом цель объединения заключается в приобретении дополнительных конкурентных преимуществ в результате кластеризации.

Таким образом, вне зависимости от типа кластера, основной причиной его формирования является стремление к росту конкурентоспособности на местном, региональном, национальном и, в итоге, мировом уровне. Следовательно, конкурентоспособность представляет собой ту движущую силу, действие которой приводит к согласованности взаимодействия частей при образовании структуры как единого целого, т.е. является синергетической характеристикой процессов кластеризации и последующего кластерного развития.

Термин «синергетика» происходит от греческого «синергос», что означает совместное, согласованное действие, соучастие. Синергетика как наука возникла на базе системного анализа, и по существу является теорией синтеза объектов природы, науки, техники, социально-экономических систем, т.е. исследует функции объекта и обеспечивает объяснение и понимание процессов самоорганизации, образования, поддержания и распада структур в системах различной природы. В отличие от традиционных областей науки синергетику интересуют общие закономерности эволюции сложных систем.

В свою очередь, кластер можно признать системой синергетического типа, т.е. системой открытой, интегрированной, развивающейся, элементы которой функционируют в сложной, динамической, плохоопределенной конкурентной среде. Возникающие в такого рода системах нелинейные связи обеспечивают супераддитивность общего эффекта при совместных действиях. Обычно в синергетических системах происходит компенсация недостатков и усиление достоинств кооперирующихся организаций. Здесь синергетические механизмы взаимодействия приводят к синхронизации процессов у различных элементов и формированию у них когерентного поведения. В результате возникают резонансные эффекты, когда прибыль и конкурентоспособность партнеров многократно возрастают [18].

Конкурентоспособность кластера - это динамическая характеристика, отражающая скорость развития кластера во времени процессов эволюции, обладающая синергетическими свойствами.

Главная цель региональной кластерной политики - формирование «точек роста» конкурентоспособности территории. Комплекс реализуемых мер при этом варьируется в зависимости от типа кластера.

Выделим и структурируем методы и инструменты прямого экономического регулирования для функциональных типов кластеров:

- 1) целевое государственное финансирование;
- 2) государственные закупки продукции кластера;
- 3) включение предприятий государственного сектора с систему кластера.

Меры косвенного экономического регулирования могут использоваться для кластеров обоих типов. К основным из них относятся:

- 1) установление налоговых скидок и предоставление налоговых льгот;
- 2) предоставление государственных гарантий по банковским кредитам;
- 3) реализация программ создания и развития инфраструктуры;
- 4) государственная поддержка в привлечении инвестиционного капитала, в т.ч. иностранного;
- 5) стимулирование экспорта продукции кластера.

Административное регулирование деятельности кластеров как предпринимательского, так и функционального типа на региональном уровне реализуется посредством:

- 1) антимонопольных мер, в первую очередь контроля за деятельностью кластера со стороны Федеральной антимонопольной службы;
- 2) установления дополнительных экологических, санитарных, социальных стандартов, регламентирующих деятельность кластеров.

Список литературы

1. **Авдошин С., Тарасов В.** Синергетические организации в экономике XXI века // Известия АИН им. А. М. Прохорова. Бизнес-информатика. 2006. Т. 17.
2. **Ансофф И.** Синергизм и деловые способности компании // Стратегический синергизм. Как создается кумулятивный положительный эффект. 2-е изд. СПб.: Питер, 2004.
3. **Баззел Р., Гейл Б.** Интеграционные стратегии для бизнес-кластеров // Там же.
4. **Владимиров Ю. Л.** Кластеры высокотехнологичных предприятий - инновации как ключевая активность // Пределы государственного регулирования функционирования отраслевых рынков: сборник трудов. М.: Парад, 2005.
5. **Гулин О. А., Щедров В. И.** Статистический анализ эффективности и синергетического эффекта в отраслевых корпорациях // Экономика России: основные направления совершенствования: 2-ой межвузовский сборник научных трудов по экономике. 2003.
6. **Еленева Ю. Я.** Обеспечение конкурентоспособности промышленных предприятий. М.: Янус-К, 2006.
7. **Кемпбелл Э., Саммерс К.** Стратегический синергизм / пер. с англ. 2-е изд. СПб.: Питер, 2003.
8. **Кутузов Е.** 11 способов продлить жизнь продукта [Электронный ресурс] // Маркетолог. 2002. № 2. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/product_logevity.htm
9. **Маркс К.** Капитал. М.: Политическая литература, 1988.
10. **Миграция А. А.** Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой [Электронный ресурс]. URL: http://subcontract.ru/Docum/DocumShow_DocumID_171.html
11. **Негребецкая И. А.** К вопросу о кластерах [Электронный ресурс] // Вестник ВВАГС: электронное научное издание. 2009. № 1. URL: http://nauka.vvags.ru/index.php?name=art&a=r_art&id=124
12. **Письмак В.** Новые формы организации инновационного процесса // Экономист. 2003. № 9.
13. **Портер М.** Конкуренция. М. - СПб. - Киев: Изд. дом «Вильямс», 2005.
14. **Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш.** Современный экономический словарь. 6-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 2006.
15. **Ромашова И.** Конкурентоспособность организаций [Электронный ресурс] // Биржа плюс Авто. 2002. № 50. URL: <http://www.birzhaplus.ru/fin/?9870#mnenie>
16. **Томас М. Ф.** Управление качеством и транзакционные издержки [Электронный ресурс]. URL: http://b-news.narod.ru/economy/uupravlenie_3.htm
17. **Фатхутдинов Р. А.** Управление конкурентоспособностью организации. М.: Эксмо, 2005.
18. **Федеральный Закон Российской Федерации № 135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции».**
19. **Цихан Т. В.** Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. 2003. № 5.
20. **Юданов А. Ю.** Конкуренция: теория и практика. М.: Гном-Пресс, 2002.
21. <http://www.kremlin.ru/news/5413>
22. <http://www.kremlin.ru/transcripts/5979>