

УДК 681.3.07

ОЦЕНКА ИНТЕНСИВНОСТИ КОНКУРЕНТНОГО ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОРА ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Н.П. ДРАГУН

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»,
Республика Беларусь*

Введение

Анализ природы конкуренции позволяет говорить о её значительном влиянии на результат уровня конкурентоспособности предприятий, т. е. на уровень достижения ими поставленных целей деятельности в условиях конкурентного рынка [3]. Как фактор конкурентоспособности предприятия конкуренция выступает, прежде всего, в виде внешней силы противодействия его деятельности. При этом основной её характеристикой, позволяющей охарактеризовать степень данного влияния, является интенсивность. На наш взгляд, интенсивность конкурентного противодействия можно определить как величину проявления воздействия внешних конкурентных сил, формой выражения которых являются предметы конкуренции и способы их использования (источниками каковых выступают субъекты конкурентного взаимодействия), по отношению к рассматриваемому объекту их приложения, в качестве которого может выступать любой из субъектов конкуренции, препятствующих получению им необходимых объектов конкуренции при помощи её предметов и, таким образом, влияющих на уровень достижения им поставленных целей. Следовательно, оценка как факторного, так и результативного уровней конкурентоспособности предприятия предполагает проведение оценки величины интенсивности конкурентного противодействия как одного из факторов, их определяющих.

Анализ существующих подходов к оценке интенсивности конкуренции

Анализ литературы, посвящённой данной проблеме, позволяет, на наш взгляд, констатировать тот факт, что оценку интенсивности конкурентного противодействия в ней предлагается осуществлять при помощи только косвенных показателей её проявления.

Сущность всех косвенных методов оценки, содержащихся в литературе, заключается в том, что она осуществляется не путём оценки величины интенсивности проявления конкурентных сил, противодействующих деятельности рассматриваемого субъекта конкуренции, а путём оценки величины факторов, обуславливающих их проявление с определённым уровнем интенсивности. При этом исходят из предположения о том, что наличие оцениваемых факторов и величина их проявления позволяет однозначно судить о том, что, во-первых, конкурентное противодействие имеет место; во-вторых, величина интенсивности конкурентного противодействия соотносится с величиной проявления оцениваемого фактора/-ов (как правило, исходят из их линейной зависимости). Таким образом, косвенный подход к оценке величины интенсивности конкурентного противодействия основан на оценке реально контролируемых причин и/или следствий данных отношений.

В рамках рассматриваемой группы методов можно выделить два подхода:

1. *Оценка интенсивности конкурентного противодействия посредством оценки уровня концентрации в отрасли.* В основе данного подхода лежит предположение о

том, что уровень концентрации, измеряемый различными показателями – четырёх-дольным показателем концентрации, индексом Харфиндала-Хиршмана, индексом Розенблюта, коэффициентом Джини – определяет величину интенсивности конкуренции [1, с. 38]. При этом утверждается, что уровень концентрации в отрасли обратно пропорционален величине интенсивности конкуренции.

Применение рассматриваемого подхода для оценки именно интенсивности конкурентного взаимодействия спорно в силу следующего ряда обстоятельств: эмпирическая недоказанность тесной корреляции между уровнями концентрации и интенсивности конкуренции [1, с. 40]; зависимость эффективности осуществления конкуренцией своих функций по распределению ресурсов и доходов не только от уровня рыночной концентрации, но и от других факторов [2, 5, 6]; направленность оценки, скорее, на перспективу, чем на ретроспективу; игнорирование косвенных методов конкуренции [3]; использование «отраслевой» трактовки конкуренции и др.

2. *Оценка интенсивности конкурентного противодействия посредством оценки условий его возникновения и существования между субъектами конкуренции.* В основе данного подхода лежит концепция «пяти сил» конкуренции М. Портера [4, с. 34], согласно которой каждая отрасль (рассматриваемая как рынок какого-либо товара) имеет уникальную структуру фундаментальных экономических и технических характеристик, которые служат для субъектов конкуренции источником конкурентной силы и определяют, в конечном счёте, интенсивность их конкурентного противодействия. Таким образом, оценив данные характеристики можно косвенно оценить и его величину. Примером использования данного положения является методика, предложенная Азоевым Г.Л. [1].

Рассматриваемый подход имеет ряд существенных недостатков, которые можно выделить как с точки зрения используемой методологии, так и с точки зрения адекватности её реализации в методике оценки. Относительно первого аспекта необходимо отметить, что: а) используемые показатели не учитывают конкурентное противодействие, оказываемое производителями товаров-заменителей; б) в методике одновременно используются как показатели, характеризующие отраслевые и рыночные условия (т. е. «перспективные»), так и показатели, характеризующие результаты конкурентного противодействия (т. е. «ретроспективные»). Относительно второго аспекта необходимо отметить, что: а) число используемых показателей чрезвычайно мало по сравнению с тем, что позволяет использовать применяемая методология; б) методика расчёта интегрального показателя интенсивности конкуренции, на наш взгляд, ошибочна, поскольку предполагает либо одновременное существование всех сил конкуренции, либо одновременное их отсутствие.

Таким образом, существующие методики оценки величины интенсивности конкуренции имеют существенные недостатки, не позволяющие использовать их на практике при анализе уровня конкурентоспособности субъектов конкуренции.

Предлагаемый подход к оценке величины интенсивности конкуренции

Основываясь на данном выше определении интенсивности конкурентного противодействия, можно утверждать, что её величину можно и предпочтительно оценивать при помощи непосредственных (прямых) её показателей. Данная оценка по своей сути является ретроспективной, поскольку её результат отражает интенсивность уже имевшего место взаимодействия. По нашему мнению, такая оценка должна осуществляться путём применения показателей, характеризующих интенсивность использования субъектами конкурентного противодействия методов конкуренции (как прямых, так и косвенных), описанных в работе [3]. Таким образом, прямая оценка интенсивности конкурентного противодействия достижению целей данным субъектом конкуренции со стороны прочих её субъектов предполагает оценку интенсивности использования: а) повышения эффективности и адаптивности деятель-

ности (как косвенных методов конкуренции); б) цен, качества продукции (работ, услуг), организационно-сбытовых мероприятий, рыночной и политической власти (как прямых методов конкуренции) такими группами субъектов конкуренции, как одноотраслевые конкуренты, производители товаров-заменителей, потенциальные конкуренты, поставщики и потребители.

Показатели, характеризующие интенсивность использования указанных методов конкуренции разными группами её субъектов, приведены в таблице 1.

Таблица 1

Показатели, характеризующие интенсивность использования различных методов конкуренции разными группами её субъектов

Группа субъектов конкуренции	Показатели интенсивности использования косвенных методов конкуренции	Показатели интенсивности использования цен на продукцию как метода конкуренции	Показатели использования качества продукции как метода конкуренции
1. Одноотраслевые конкуренты	а) база оценки – субъект конкуренции: 1. Темп роста эффективности использования ресурсов для производства продукции за анализируемый период у одноотраслевого конкурента. 2. Темп роста уровня адаптивности за анализируемый период одноотраслевого конкурента; б) база оценки – отрасль: 1. Темп роста эффективности использования ресурсов анализируемой отрасли для производства продукции за анализируемый период. 2. Темп роста уровня адаптивности предприятий отрасли за анализируемый период	а) база оценки – субъект конкуренции: темп снижения цен на продукцию одноотраслевого конкурента по отношению к среднеотраслевому за анализируемый период. б) база оценки – отрасль: темп снижения цен на продукцию анализируемой отрасли за анализируемый период времени	а) база оценки – субъект конкуренции: 1. Темп роста индекса потребительских, функциональных и сбытовых характеристик продукции одноотраслевого конкурента за анализируемый период. 2. Темп роста доли новой продукции за анализируемый период у одноотраслевого конкурента. 3. Темп роста доли сертифицированной продукции за анализируемый период у одноотраслевого конкурента; б) база оценки – отрасль: 1. Темп роста среднеотраслевого индекса потребительских, функциональных и сбытовых характеристик продукции за анализируемый период. 2. Темп роста доли новой продукции в отрасли за анализируемый период. 3. Темп роста доли сертифицированной продукции в отрасли за анализируемый период
2. Производители товаров-заменителей	Темп роста рентабельности активов отрасли, производящей товары-заменители за анализируемый период времени	Среднеотраслевой темп роста цен на товар-заменитель в отрасли, его выпускающей, за анализируемый период	Темп роста среднеотраслевого индекса потребительских, функциональных и сбытовых характеристик товара-заменителя за анализируемый период

Продолжение табл. 1

Группа субъектов конкуренции	Показатели интенсивности использования косвенных методов конкуренции	Показатели интенсивности использования цен на продукцию как метода конкуренции	Показатели использования качества продукции как метода конкуренции
3. Потенциальные конкуренты	Показатели, характеризующие темп снижения уровня барьеров для вхождения в отрасль: 1. Уровень снижения эффекта масштаба в анализируемой отрасли. 2. Уровень снижения степени дифференциации продукции в анализируемой отрасли. 3. Уровень снижения потребности в капитале в анализируемой отрасли. 4. Уровень снижения эффекта обучения в анализируемой отрасли		
4. Поставщики	Темп роста степени диверсифицированности продаж анализируемого поставщика в анализируемом периоде	Темп роста доли материальных затрат в затратах на производство продукции анализируемого субъекта конкуренции за анализируемый период	Темп роста издержек переключения на продукцию альтернативных поставщиков у анализируемого субъекта конкуренции за анализируемый период
5. Потребители	Темп роста степени диверсифицированности покупок анализируемого потребителя в анализируемом периоде	Темп роста эластичности спроса на продукцию анализируемого субъекта конкуренции по цене за анализируемый период	Темп роста индекса потребительских, функциональных и сбытовых характеристик продукции анализируемой отрасли, рассматриваемых потребителями как необходимые за анализируемый период

Продолжение табл. 1

Группа субъектов конкуренции	Показатели интенсивности использования организационно-сбытовых мероприятий как метода конкуренции	Показатели интенсивности использования рыночной и политической власти как метода конкуренции
6. Одноотраслевые конкуренты	а) база оценки – субъект конкуренции: темп роста расходов анализируемого одноотраслевого конкурента на рекламу по отношению к темпу роста отраслевых расходов на рекламу в анализируемом периоде; б) база оценки – отрасль: темп роста расходов предприятий анализируемой отрасли на рекламу в анализируемом периоде.	а) база оценки – субъект конкуренции: относительный темп роста цен на продукцию анализируемого одноотраслевого конкурента по отношению к отрицательной динамике темпов роста объема её производства; б) база оценки – отрасль: темп роста цен на продукцию анализируемой отрасли по отношению к отрицательной динамике темпов роста объема её производства.

Окончание табл. 1

Группа субъектов конкуренции	Показатели интенсивности использования организационно-сбытовых мероприятий как метода конкуренции	Показатели интенсивности использования рыночной и политической власти как метода конкуренции
7. Производители товаров-заменителей	Темп роста расходов отрасли, выпускающей товары-заменители, на рекламу в анализируемом периоде	-
8. Потенциальные конкуренты	5. Уровень роста доступа к каналам распределения продукции в анализируемой отрасли. 6. Уровень снижения государственных барьеров на доступ в анализируемую отрасль	
9. Поставщики	-	Темп снижения уровня диверсификации поставок для анализируемого субъекта конкуренции за анализируемый период
10. Потребители	-	Темп снижения уровня диверсификации продаж для анализируемого субъекта конкуренции за анализируемый период

Относительно показателей, предлагаемых к использованию для прямой оценки интенсивности конкурентного противодействия, необходимо отметить следующее:

1. Порядок расчёта указанных показателей означает, что величина интенсивности является различной для каждого отдельного субъекта конкуренции. Таким образом, предлагаемая методика не основывается на предположении о существовании одного уровня интенсивности конкурентного противодействия для всех предприятий анализируемой отрасли и позволяет учитывать её флуктуации в отношении каждого из её субъектов. Данные флуктуации наблюдаются на практике и обусловлены, на наш взгляд, различиями в географической локализации субъектов конкуренции, характеристиках выпускаемой продукции (работ, услуг), имеющейся рыночной и политической власти, применяемых технологиях и т. п.

2. В таблице 1 приведены не все возможные показатели, характеризующие интенсивность использования различными группами субъектов конкуренции её методов, а только те, которые наилучшим образом отражают специфику конкурентного противодействия в металлургической отрасли, являющейся объектом нашего исследования. Для исследования других отраслей возможно, и даже желательно, применение иных показателей, но сущность подхода при этом останется такой же.

3. В таблице 1 приведены показатели, относящиеся как к отрасли, так и к отдельным её субъектам. Использование показателей, характеризующих интенсивность использования методов конкуренции отдельными контрагентами анализируемого субъекта конкуренции, позволяет наиболее точно определить уровень их конкурентного противодействия достижению целей данным субъектом. Однако использование данных показателей имеет ряд недостатков: во-первых, их расчёт является

чрезвычайно трудоёмким в силу наличия большого числа контрагентов анализируемого субъекта конкуренции, во-вторых, при расчёте необходимо использовать целый ряд показателей, характеризующих деятельность анализируемого контрагента, которые в большинстве случаев являются недоступными в силу существования коммерческой тайны. В таких случаях рекомендуется использование отраслевых показателей, которые, во-первых, позволяют определить величину интенсивности конкурентного противодействия достижению целей анализируемого субъекта конкуренции с достаточной степенью точности, во-вторых, как правило, доступны для использования.

После определения частных показателей интенсивности использования контрагентами различных групп анализируемого субъекта конкуренции её методов необходимо определить их интегральный показатель, который и будет характеризовать величину интенсивности конкурентного противодействия со стороны каждой из групп. Интегральный показатель интенсивности конкуренции со стороны i -й группы конкурентов (I_{uki}) определяется по формуле (1):

$$I_{uki} = \sum_{j=1}^5 I_{mkij} \cdot d_{ij}, \quad (1)$$

где I_{mkij} – интенсивность использования i -й группой конкурентов j -го метода конкуренции; d_{ij} – значимость используемого i -й группой конкурентов j -го метода конкуренции для анализируемого субъекта конкуренции $\left(\sum_{i=1}^5 d_{ij} = 1 \right)$.

В случае, когда в качестве показателей I_{mkij} используются не отраслевые, а частные показатели использования каждым отдельным членом i -й группы конкурентов j -го метода конкуренции, то тогда показатель I_{mkij} определяется по формуле (2):

$$I_{mkij} = \sum_{k=1}^n I_{mkijk} \cdot d_{ijk}, \quad (2)$$

где I_{mkijk} – интенсивность использования k -м членом i -й группы конкурентов j -го метода конкуренции; d_{ijk} – значимость k -го члена i -й группы конкурентов для анализируемого субъекта конкуренции (может определяться либо экспертным путём, либо использоваться объективные показатели, например, для одноотраслевых конкурентов – занимаемая доля рынка, для потребителей – доля закупок в общем объёме реализации, для поставщиков – доля поставок в общей потребности и т. п.) $\left(\sum_{i=1}^n d_{ijk} = 1 \right)$,

где n – число членов i -й группы конкурентов, шт.

Показатели значимости d_{ij} , d_{ijk} определяются экспертным путём при помощи метода анализа иерархий.

Использование метода прямой оценки интенсивности конкурентного противодействия позволяет судить об её уровне в анализируемом периоде, а, следовательно, оценить влияние интенсивности конкурентного противодействия на величину результатного уровня конкурентоспособности предприятия.

Эмпирическая верификация теоретических положений на примере предприятий металлургической отрасли РБ

В качестве инструмента для эмпирической верификации изложенных выше теоретических положений предпочтительно использовать корреляционно-

регрессионный анализ как позволяющий решить сразу три проблемы: а) статистически проверить гипотезу о влиянии интенсивности конкуренции в предлагаемой её эмпирической интерпретации на результатный уровень конкурентоспособности предприятия; б) определить величину этого влияния; в) получить инструмент (регрессионное уравнение), при помощи которого можно принимать управленческие решения, направленные на повышение результатного уровня конкурентоспособности предприятий металлургической отрасли РБ.

Эмпирическая верификация предлагаемых теоретических положений производилась с использованием данных предприятий металлургической отрасли РБ за период 1996–2002 гг. В качестве объекта исследования выступали РУП «Белорусский металлургический завод», РУП «Речицкий метизный завод», РУП «Гомельский литейный завод «Центролит», ОЛП РУП «Гомельский завод литья и нормалей», ОАО «Минский завод отопительного оборудования», ОАО «Могилевский металлургический завод», НПП РУП «Институт БелНИИлит».

Для оценки интенсивности конкурентного противодействия деятельности предприятий металлургической отрасли РБ использовались следующие частные показатели:

1. Интенсивность конкуренции со стороны одноотраслевых конкурентов – темп роста эффективности использования ресурсов предприятиями выборочной совокупности для производства продукции; темп роста уровня затрат предприятиями выборочной совокупности на повышение адаптивности; темп снижения цен на продукцию предприятиями выборочной совокупности; темп роста доли новой продукции в выборочной совокупности; темп роста доли сертифицированной продукции в выборочной совокупности; темп роста расходов предприятий выборочной совокупности на рекламу; темп роста цен на продукцию предприятий выборочной совокупности по отношению к отрицательной динамике темпов роста объёма её производства. При расчёте указанных показателей для каждого исследуемого предприятия его вклад в среднее по выборочной совокупности значение не учитывался.

2. Интенсивность конкуренции со стороны потенциальных конкурентов – темп снижения потребности в капитале в выборочной совокупности.

3. Интенсивность конкуренции со стороны поставщиков – темп роста доли материальных затрат в затратах на производство продукции анализируемого предприятия.

4. Интенсивность конкуренции со стороны потребителей – темп роста эластичности спроса на продукцию анализируемого предприятия по цене.

Интегральные показатели интенсивности конкуренции находились по формулам (1) и (2). Показатели значимости частных показателей получены экспертным путём. В качестве экспертов выступали руководители анализируемых предприятий и работники Министерства промышленности РБ.

Динамика величины интенсивности конкуренции для РУП «Гомельский литейный завод «Центролит» в период 1997–2002 гг. приведена на рисунке 1.

Анализ данного рисунка позволяет предположить, что наибольшее влияние на деятельность предприятия оказывает конкурентное противодействие со стороны одноотраслевых конкурентов, однако это предположение нуждается в проверке.

Поскольку интенсивность конкуренции является лишь условием превращения внутренних факторов конкурентоспособности предприятия в результаты конкуренции на рынке, постольку в регрессионном уравнении необходимо учитывать указанные факторы. В качестве измерителей данных факторов в рассматриваемом случае предпочтительно использовать показатели, характеризующие величину имевшихся у

предприятия конкурентных преимуществ в анализируемом периоде – первичных результатов превращения в действительность потенциала конкурентоспособности предприятия в условиях конкурентного противодействия на рынке:

1. Уровень эффективности использования предприятием производственных ресурсов (используемые частные показатели – капиталотдача, материалотдача, выработка работников, энергоотдача).

2. Уровень адаптивности деятельности (используемые частные показатели – коэффициент текущей ликвидности, удельные затраты на НИОКР, обучение персонала, покупку нового оборудования, объектов интеллектуальной собственности – в регрессию включаются с лагом 1 год).

3. Уровень конкурентоспособности продукции (используемый частный показатель – рентабельность реализованной продукции).

4. Наличие существенной рыночной и политической власти (используемый частный показатель – отношение темпа роста рентабельности капитала предприятия к темпу роста эффективности использования предприятием производственных ресурсов).

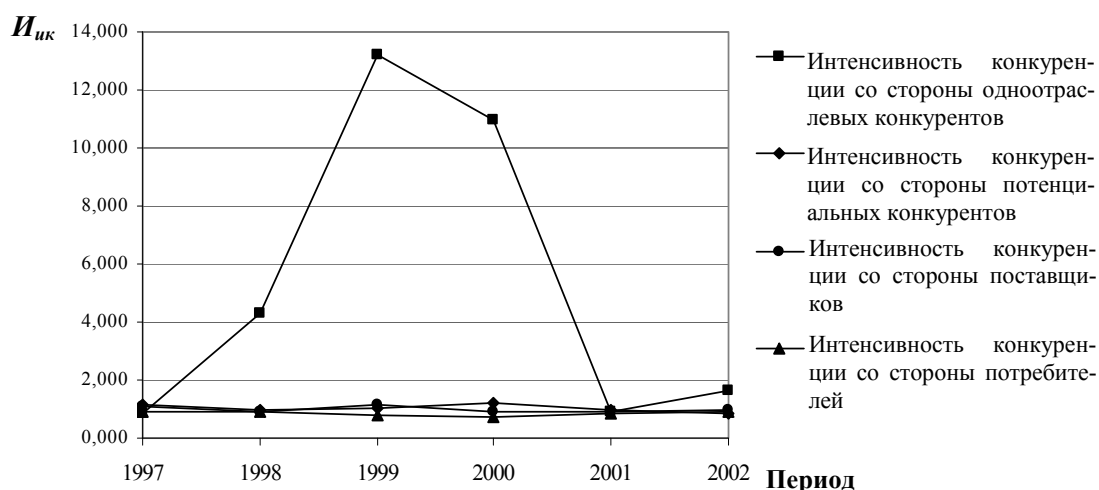


Рис. 1. Динамика величины интенсивности конкуренции для РУП «Гомельский литейный завод «Центролит» в период 1997–2002 гг.

Интегральные показатели величины конкурентных преимуществ предприятия определяются по методике, аналогичной методике получения интегрального показателя интенсивности конкуренции (формула (1)).

В результате проведенного исследования была получена следующая регрессионная зависимость между зависимой (интегральным показателем результатного уровня конкурентоспособности предприятий металлургической отрасли РБ) и независимыми переменными (показателями, характеризующими величины конкурентных преимуществ данных предприятий и интенсивность конкуренции на рынке) переменными (3):

$$P_t^{рез} = 2,23 \cdot Энр_t^{0,453} \cdot Ад_{t-1}^{0,501} \cdot Км_t^{0,175} \cdot I_{оокт}^{-0,096} \cdot I_{номт}^{0,410} \cdot e^{0,343t}, \quad (3)$$

где $P_t^{рез}$ – расчётное значение результатного уровня конкурентоспособности предприятий металлургической отрасли РБ в период времени t ; $Энр$, $Ад$, $Км$, $I_{оокт}$, $I_{номт}$ – статистически значимые независимые переменные модели – величины конкурентных преимуществ (эффективности использования производственных ресурсов, адап-

тивности, конкурентоспособности продукции (работ, услуг), соответственно) предприятий металлургической отрасли РБ и интенсивности конкуренции (со стороны одноотраслевых конкурентов и потребителей, соответственно); $e^{0,343t}$ – множитель, характеризующий влияние инфляции, изменений технологии производства, динамики показателей конкурентоспособности во времени, этапов жизненного цикла продукции (работ, услуг) и т. п.; t , $t-1$ – индекс периода, за который взято значение независимой переменной модели – за оцениваемый и за предшествующий оцениваемому периоды, соответственно.

Показатели статистической значимости построенной модели приведены в таблице 2.

Таблица 2

Показатели статистической значимости построенной модели

Переменная (фактор) уравнения регрессии	Значение переменной	t (35)-значение	p -уровень
<i>Общая статистика регрессионной модели</i>			
Скорректированный коэффициент детерминации R^2 скорр	0,6309	-	-
Значение F -статистики (6,35)	12,68	-	1,48E-07
Значение DW -статистики (0,997; 1,632)	2,31	-	-
<i>Переменные регрессионной модели</i>			
Y -пересечение	2,2295	1,87	0,0495
Эффективность использования производственных ресурсов	0,4534	3,12	0,0036
Адаптивность деятельности	0,5006	3,97	0,0003
Конкурентоспособность продукции (работ, услуг)	0,1751	5,57	2,83E-06
Интенсивность конкуренции со стороны одноотраслевых конкурентов	-0,0996	2,37	0,0231
Интенсивность конкуренции со стороны потребителей	0,4103	1,71	0,0500
Время	0,3428	2,19	0,0352

Обсуждение результатов эмпирической верификации

Таким образом, построенная регрессионная модель позволяет сделать следующие выводы:

1. Интенсивность конкурентного противодействия в предлагаемой её эмпирической интерпретации является статистически значимым фактором результатного уровня конкурентоспособности предприятия. Для предприятий металлургической отрасли РБ значимыми факторами результатного уровня конкурентоспособности являются интенсивность конкуренции со стороны одноотраслевых конкурентов и потребителей.

2. Знак коэффициента при переменной интенсивности конкуренции со стороны одноотраслевых конкурентов полностью соответствует теоретически ожидаемому, т. е. их воздействие на предприятие является именно *противодействием* и снижает его результатный уровень конкурентоспособности. Однако величина коэффициента говорит о том, что данное противодействие не является сильным, что обусловлено

высокой степенью специализации исследуемых предприятий. Знак коэффициента при переменной интенсивности конкуренции со стороны потребителей говорит о том, что их воздействие на предприятие является не противодействием, а *соконкуренцией*, т. е. высокие требования потребителей к продукции предприятия стимулирует его повышать уровень своих конкурентных преимуществ по отношению к одноотраслевым конкурентам, что, в конечном итоге, вызывает рост результатного уровня его конкурентоспособности. Данный вывод подтверждают исследования М. Портера [4]. Для предприятий металлургической отрасли РБ противодействие со стороны потенциальных конкурентов и поставщиков не является значимым.

3. Важнейшими внутренними факторами, определяющими результатный уровень конкурентоспособности металлургических предприятий РБ, являются эффективность использования производственных ресурсов, величина затрат на повышение факторного уровня конкурентоспособности, конкурентоспособность продукции (их качественные и стоимостные параметры).

На повышение уровня указанных факторов должно быть направлено, прежде всего, управленческое воздействие при реализации мероприятий по повышению уровня конкурентоспособности исследованных предприятий.

Список литературы

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Городецкий А., Павленко Ю., Френкель А. Демонополизация и развитие конкуренции в российской экономике // Вопросы экономики. – 1995. – № 11. – С. 48-57.
3. Драгун Н.П. Сущность конкуренции как детерминанта конкурентоспособности предприятия // Стратегия и тактика развития производственно-хозяйственных систем: Материалы III международной научно-практической конференции (27-28 ноября 2003 г., г. Гомель). – Гомель: Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого», 2003. – С. 108-109.
4. Портер М.Э. Конкуренция /Пер. с англ.: Учеб. пособие. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.
5. Хэй Д., Моррис Д. Теория организации промышленности: В 2 т. / Пер. с англ. под ред. А.Г. Слуцкого. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – Т. 2. – 592 с.
6. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков /Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 698 с.

Получено 02.04.2004 г.