

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства»
(ПГУАС)

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ
БИЗНЕС-СИСТЕМ**

**Часть 2
Конкурентоспособность строительных организаций,
конкурентные стратегии морских транспортных узлов**

Под общей редакцией д-ра экон. наук, проф. С.А. Баронина

Пенза 2013

УДК 330.42:339.137.22:005.22(035.3)

ББК 65.012.1:65.290

М54

Монография разработана в рамках проекта «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства – региональный центр повышения качества подготовки высококвалифицированных кадров для строительной отрасли», выполненного по заданию Министерства образования и науки Российской Федерации (конкурс «Кадры для регионов»)

Рецензенты: доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика, организация и управление производством» Б.Б. Хрусталева (ПГУАС);
доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Управление бизнесом» С.М. Васин (ПГУ)

Авторский коллектив: В.А. Андреев, С.А. Баронин, В.А. Белякова, М.В. Ботнарюк, В.В. Бредихин, А.С. Коршунов, Е.Л. Николаева, О.Н. Нуждин, Л.Н. Семеркова, Ю.О. Толстых, М.А. Шуваев

М54 **Методологические** аспекты управления конкурентоспособностью бизнес-систем. Часть 2. Конкурентоспособность строительных организаций, конкурентные стратегии морских транспортных узлов: моногр. / В.А. Андреев [и др.]; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.А. Баронина. – Пенза: ПГУАС, 2013. – 136 с.

ISBN 978-5-9282-095909

ISBN 978-5-9282-0963-6 (Ч.2)

Представлены отдельные аспекты исследований проблемных вопросов развития теории и методологии управления конкурентоспособностью строительных организаций, рассмотрены особенности формирования конкурентной стратегии на примере морских транспортных узлов.

Монография подготовлена на кафедре «Экспертиза и управление недвижимостью» и предназначена для научно-практических работников, аспирантов, докторантов, топ-менеджеров, государственных и муниципальных служащих и других специалистов, а также студентов, специализирующихся в области управления конкурентоспособностью бизнес-систем и заинтересованных в повышении своих компетенций в проблемной области концептуального развития теории управления конкурентоспособности.

ISBN 978-5-9282-095909

ISBN 978-5-9282-0963-6 (Ч.2)

© Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, 2013

О Г Л А В Л Е Н И Е

ПРЕДИСЛОВИЕ	4
Раздел 4. ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	5
ГЛАВА 8. СТРУКТУРА СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ УРОВНЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	5
8.1. Анализ особенностей строительных организаций на методы определения уровня их конкурентоспособности.....	5
8.2. Вопросы оценки конкурентоспособности строительных организаций.....	15
8.3. Характеристика конкурентной среды строительной отрасли Саратовской области	23
Раздел 5. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРИМЕРЕ МОРСКИХ ТРАНСПОРТНЫХ УЗЛОВ	55
Глава 9. ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ МОРСКИХ ТРАНСПОРТНЫХ УЗЛОВ	55
Глава 10. ПОЛОЖЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ И АЛГОРИТМ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ МТУ В КОНТЕКСТЕ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ.....	69
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	96
ПРИЛОЖЕНИЯ	98
Сведения об авторах	132

ПРЕДИСЛОВИЕ



Уважаемые читатели!

Представляю вашему вниманию научную монографию «Методологические аспекты управления конкурентоспособностью бизнес-систем», подготовленную специалистами высшей школы и бизнеса при активном содействии комитета по жилищной политике и ЖКХ ГД РФ и «Национального агентства малоэтажного и коттеджного строительства».

Авторами монографии исследованы проблемные вопросы концептуального моделирования теории и методологии управления конкурентоспособностью, проанализированы современные маркетинговые теоретико-методологические подходы к управлению стратегической конкурентоспособностью в постиндустриальный период. Представляет интерес моделирование особенностей управления конкурентоспособностью применительно к компаниям-лидерам на общефедеральном и региональных первичных жилищных рынках недвижимости, а также на оптовом и розничном рынках электроэнергии, в строительстве и морских перевозках. Несомненно, теория управления конкурентоспособностью должна находить эффективное практическое применение в законодательных инициативах. Это также требует особой социально-экономической политики и стратегии во всех сферах народного хозяйства и особенно в жилищной сфере и ЖКХ.

Желаю авторам дальнейшего продолжения этой интересной проблемной темы и творческих успехов в этой области развития теории и методологии управления конкурентоспособностью бизнес-систем.

Очень хотелось бы увидеть развитие направления данного исследования, в первую очередь, применительно к рынку малоэтажного строительства, как стратегического приоритета жилищного строительства в современной России.

Депутат Государственной Думы РФ,
Первый заместитель комитета по
жилищной политике и ЖКХ,
Президент НП НАМИКС

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Elena Nikolaeva', written over a light-colored rectangular stamp or background.

Елена Николаева

Раздел 4. ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

ГЛАВА 8. СТРУКТУРА СТРОИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ УРОВНЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

8.1. Анализ особенностей строительных организаций на методы определения уровня их конкурентоспособности

Теория оценки конкурентоспособности применительно к деятельности строительных организаций требует учета их специфики функционирования. Все предприятия следует рассматривать в первую очередь с точки зрения выпускаемой ими продукции. Строительные предприятия выпускают строительную продукцию.

Строительная продукция как товар представляет собой все, что может удовлетворить потребность человека в объектах недвижимости для купли-продажи с целью приобретения его для личного или общественного пользования¹. Это могут быть готовые здания и сооружения жилищно-гражданского или производственного назначения, строительные конструкции и строительные материалы. Строительная продукция может представлять собой также строительные услуги подрядчика, обеспечивающие создание объектов недвижимости. И, наконец, она может выражаться в виде услуг проектно-изыскательской и научно-исследовательской организации по разработке проекта объекта недвижимости. Кроме того, в понятие «строительная продукция как товар» вкладывается комплекс услуг по сопровождению объекта недвижимости как в период строительства, так и в послестроительный период.²

Таким образом, строительная продукция может рассматриваться в четырех категориях:

1. Как товар по замыслу его содержания (проект);
2. Как готовый товар (готовый объект);
3. Товар в виде строительных услуг подрядчика;
4. Товар в виде сопровождения строительной продукции.

В этом заключается одно из принципиальных отличий строительной продукции как товара по сравнению со всеми видами товаров массового

¹ Маркетинг в строительстве / под ред. И.С. Степанова, В.Я. Шайтанова. М.: Юрайт-издат, 2002. С. 134.

² Гусева М.Н. Управление обеспечением конкурентоспособности предпринимательских структур в строительстве: дис.... д-ра экон- наук. М, 2012.

или серийного производства, выступающего на рынке в виде продукции или ее сопровождения в период эксплуатации³.

Производство строительной продукции как товара прежде всего должно ответить на вопрос, что предполагается предложить покупателю. С точки зрения маркетинга, для реализации товара прежде всего необходимо выявить скрытые за любым товаром нужды потребителя. Пропагандировать и продавать нужно не свойства товара, а выгоды от него. Для покупателя коттеджа, гостиницы, магазина и т.д., должны быть раскрыты и обоснованы выгоды от приобретения этих объектов⁴. Покупая строительную фирму, сваю или другое изделие, покупатель должен видеть очевидную выгоду от приобретения именно этого блага.

Строительная продукция как готовый товар может характеризоваться уровнем качества исполнения, архитектурными, объемно-планировочными и технологическими решениями, особенностями дизайна, марочным названием, и т.д. и, наконец, товар может сопровождаться дополнительными услугами, подкрепляющими интерес покупателя: представление кредита, рассрочка платежа, гарантийное обслуживание технологического оборудования, и т.д. покупателю могут предлагаться и другие дополнительные услуги, подкрепляющие выгоду приобретения этого вида строительной продукции.

Идея подкрепления товара дополнительными услугами требует иного подхода к изучению проблем рынка. При таком подходе понятие конкуренции может представляться в ином виде: это конкуренция между собой не того, что произведено строительными, проектными или производственными фирмами, а того, чем они дополнительно обусловили свою продукцию в виде услуг, консультаций, гарантий, финансирования, особенностей поставки и прочих услуг, представляющих определенный интерес для потребителя⁵. Опыт оказания проектных и строительных услуг, организация поставки и монтажа технологического и строительного оборудования подтверждают важность поиска эффективных путей подкрепления своего товара дополнительными услугами.

При рассмотрении деятельности строительного предприятия остановимся на особенностях строительной продукции как товара, принципиально отличающейся от товаров промышленного производства, технологический процесс которых обеспечивает массовый или серийный выпуск готовой продукции на рынок сбыта. По мнению автора настоящего

³ Гусева М.Н. Управление обеспечением конкурентоспособности предпринимательских структур в строительстве: дис.... д-ра экон- наук. М, 2012, С137.

⁴ Малков М. Маркетинговые исследования в управленческой деятельности компании // Маркетинг. 2008. №4. С.37.

⁵ Там же. С140.

исследования, наиболее полно такие особенности были раскрыты И.С. Степановым и В.Я. Шайтановым⁶. К ним относятся:

- стационарность, неподвижность строительной продукции как в период ее создания, так и в течение всего времени эксплуатации. Размещение строительной продукции на определенном земельном участке делает ее зависимой от стоимости земельного участка, конъюнктуры цен на рынке земли, от природных и климатических условий, которые оказывают существенное влияние на конструктивные и архитектурно-планировочные решения;

- жизненный цикл строительной продукции обычно более продолжителен по сравнению с товарами промышленного производства, даже длительного пользования, а тем более товарами народного потребления и измеряется, как правило, десятками лет;

- высокая капиталоемкость строительной продукции резко ограничивает круг потенциальных покупателей объектов недвижимости. Потребительские предпочтения в сфере капитального строительства характеризуются консервативностью, в меньшей степени подвержены влияниям моды;

- индивидуальность спроса на объекты недвижимости. В подавляющем большинстве преобладает не массовый, а дифференцированный подход в создании и реализации объектов строительства, учитывающий вкусы и запросы индивидуальных потребителей;

- высокая степень индивидуализации строительной продукции оказывает существенное влияние на эластичность спроса. Этим объясняется относительно ограниченная конкуренция на рынке недвижимости как между товаропроизводителями, так и между потребителями;

- объекты капитального строительства в меньшей мере подвержены стандартизации и унификации. Товарный спрос во многом определяется уровнем профессионализма проектировщика и строительного подрядчика, что придает особую ценность, обусловленную авторством производителя;

- каналы распределения и товародвижения продукции капитального строительства характеризуются высоким уровнем специализации и по сравнению с рынком потребительских товаров коммерческое посредничество в сфере капитального строительства развито в значительно меньшей степени. Здесь часто наблюдаются непосредственные контакты между товаропроизводителем и потребителем.

К особенностям продвижения строительной продукции как товара на рынке недвижимости можно отнести следующее:

- вновь созданная строительная продукция на рынке сбыта сразу же попадает в серьезную конкурентную среду вторичного рынка недви-

⁶ Маркетинг в строительстве / под ред. И.С. Степанова, В.Я. Шайтанова. М.: Юрайт-Издат, 2002. С. 135.

мости, т.е. рынка сбыта объектов недвижимости, которые уже находятся в эксплуатации и, в силу этого, в большинстве случаев имеют более низкую цену, но вместе с тем способны удовлетворить население и тем самым создают трудности с реализацией объектов нового строительства. Реализация вновь созданной строительной продукции в этих условиях в значительной степени зависит от ее потребительского качества, инвестиционной активности предприятий и платежеспособности населения;

- строительная продукция может быть продуктом отложенного потребления, когда потребитель довольствуется имеющимся у него продуктом либо обращается на вторичный рынок за товаром худшего качества, намечая в перспективе приобретение другой недвижимости;

- строительная продукция ориентирована на длительное пользование, вследствие чего покупатель редко обращается на рынок за новым продуктом, чаще его будут интересовать улучшения продукта – ремонт, модернизация, реконструкция;

- локальная закреплённость продукции делает рынок подрядных работ локальным и его развитие может осуществляться только в совокупности с социально-экономическим развитием региона, в котором определены перспективы создания рабочих мест, благоприятные рекреационные условия и т.п.;

- производственно-коммерческий цикл создания строительной продукции продолжителен, поэтому необходима четкая процедура финансирования, учет фактора времени, наличие информации, дающие возможность довести объект до завершения; длительность производственно-коммерческого цикла требует также тщательного обоснования проектных решений, которые сократили бы риск морального старения продукции;

- требования к новизне строительной продукции в условиях рынка высоки, особенно если создается новое производство, которое должно быть конкурентоспособным; в результате этого жизненный цикл товара, производимого строительной организацией, ограничен отдельным заказом и требуется высокая техническая и технологическая готовность к созданию новой единицы продукции;

- создание каждой единицы продукции требует вовлечение большого количества участников, организация вступает в деловые отношения с целой группой новых партнеров, что является дополнительным источником риска;

- порядок расчетов за строительную продукцию отличается от остальных товаров тем, что ее стоимость очень высока, и, как правило, заказчик оплачивает выполненные строительные-монтажные работы частями через определенные промежутки времени. На практике таким интервалом обычно является квартал;

– формирование цены на строительную продукцию в Российской Федерации может осуществляться двумя путями. В случае выполнения работ, финансируемых за счет средств федерального и местного бюджетов, базой для определения стоимости строительной продукции являются федеральные и территориальные единичные расценки (ФЕР-2001 и ТЕР-2001), а также государственные элементные сметные нормы (ГЭСН-2001). При выполнении работ, финансируемых за счет средств частных инвесторов и физических лиц, применение указанных нормативов носит рекомендательный характер, и могут применяться договорные цены.

Таким образом, специфические особенности строительной продукции способны оказывать влияние, с одной стороны, на ее реализацию, а с другой – на деятельность проектных и строительных фирм как хозяйствующих субъектов как при формировании активов, так и при производстве строительной продукции. Практически ни одна из особенностей строительного продукта не создает преимуществ для успешного функционирования на рынке по сравнению с другими производствами, а лишь делает проблемы подрядных фирм многоаспектными и сложными⁷.

Перейдем к рассмотрению особенностей самих строительных предприятий. Деятельность подрядных строительного-монтажных организаций представляет собой целый комплекс взаимосвязанных аспектов, поэтому в данной работе автором представляется обоснованным рассматривать особенности строительных предприятий относительно различных направлений их деятельности: с точки зрения особенностей маркетинга, управления, налогообложения, финансов, бухгалтерского учета, производства, организационной структуры, оплаты труда.

Специфика маркетинга в строительстве определяется обособленным положением отрасли в народном хозяйстве. В первую очередь это связано с особенностями строительной продукции, которые были рассмотрены выше.

С точки зрения строительного предприятия в целом, служба маркетинга должна быть ориентирована на ресурсы организации и обеспечение производства, активно взаимодействуя при этом с отделами логистики.

К основным особенностям маркетинга в строительстве можно отнести следующие:

1. В рыночных условиях существенно возрастают затраты на транзакцию, которые влияют на строительные процессы. Наибольшая доля расходов сейчас приходится на управление и организацию движения материальных потоков, в частности, по мнению современных аналитиков, на долю транспортной логистики приходится до 20 % расходов на весь строительный проект.

⁷ Серов В.М. Совершенствовать методологию и практику ценообразования в строительстве / В.М. Серов, А.В. Серов // Экономика строительства. 1997. №4. С. 35.

2. Технологические процессы в строительном производстве выполняются в строгой последовательности, вместе с тем они крайне разнообразны, начиная от земляных работ и заканчивая отделочными работами, электрификацией и т.д. Это, в свою очередь, ставит задачу перед маркетинговой службой не только найти требуемые материалы, изделия, конструкции, но и организовать их доставку на строительные площадки точно в требуемые сроки (не раньше и не позже), в противном случае предприятие может понести убытки из-за увеличения издержек производства.

3. Точные сроки завершения строительства объектов не всегда возможно точно спрогнозировать, т.к. на строительное производство большое влияние оказывают природные (рельеф местности, наличие поблизости источников природных материалов, и т.д.) и климатические факторы.

4. Территориальная разбросанность предприятий строительной индустрии, производящих материалы, изделия и конструкции. Многие из них подвержены влиянию сезонности. При этом сами строительные предприятия работают в условиях мобильности, т.е. после завершения работ на одном объекте, основные производственные фонды перебазировываются в другое место, соответственно перемещается и конечная цель логистической цепочки.

Таким образом, работа службы маркетинга в строительстве направлена не столько на продвижение и реализацию готовой продукции, сколько на обеспечение собственных служб предприятия материально-техническими ресурсами.

Все большее значение в последнее время начинает принимать аутсорсинг в строительстве, под которым понимается передача строительной организацией другим специализированным предприятиям отдельных функций и бизнес-процессов, призванная тем самым снижать затраты на производство строительной продукции. Классический пример такого делегирования полномочий – привлечение субподрядных строительных организаций по выполнению отделочных, специальных строительных, электротехнических, сантехнических и т.д. работ. Указанные субподрядчики, за счет узкой специализации, и наличия соответствующей техники и обученного персонала, могут выполнять те же работы с гораздо меньшими издержками, тем самым снижая затраты генерального подрядчика на выполнение всего комплекса строительного-монтажных работ⁸.

Указанные выше задачи современной службы маркетинга в строительстве, а также широкое распространение аутсорсинга в строительстве, приводят автора к выводу о необходимости формирования строительных кластеров.

⁸ Гусева М.Н. Управление обеспечением конкурентоспособности предпринимательских структур в строительстве: дис.... д-ра экон. наук. М, 2012.

Главной особенностью бухгалтерского учета в строительстве является то, что строительные компании руководствуются не только действующим порядком, но и отраслевыми особенностями.

При учете себестоимости строительно-монтажных работ и определении финансовых результатов, строительные предприятия в первую очередь руководствуются нормативными документами по бухгалтерскому учету – ПБУ 9\99⁹ и ПБУ 10\99. при определении суммы налогооблагаемой прибыли от выполнения строительно-монтажных работ, руководствуются главой 25 Налогового кодекса РФ.

В п.8 ПБУ 10\99 указано, что при формировании расходов по выполнению СМР, они должны быть сгруппированы по следующим элементам:

- затраты на оплату труда;
- амортизация;
- материальные затраты;
- отчисления на социальные нужды;
- прочие затраты.

Согласно п.2. ст. 253 НК РФ, для целей налогообложения прибыли, расходы, связанные с выполнением и реализацией строительно-монтажных работ подразделяются на:

- расходы на оплату труда;
- суммы начисленной амортизации;
- материальные расходы;
- прочие расходы.

При детальном рассмотрении указанных элементов, можно увидеть большое количество существенных различий как в порядке формирования, так в величине затрат строительных предприятий.

Согласно п.9. ПБУ 10\99 при формировании финансового результата от реализации строительно-монтажных работ определяется их себестоимость, в которую включаются расходы по выполнению СМР как текущего года, так и предыдущих лет, учтенные до этого в составе незавершенного производства. При этом коммерческие и управленческие расходы могут отражаться в себестоимости строительно-монтажных работ полностью в году их признания.

Для целей налогообложения прибыли в соответствии с п.1 ст. 318 НК РФ расходы на выполнение СМР подразделяются на прямые и косвенные. К прямым расходам, в частности, могут быть отнесены:

- стоимость строительных материалов, непосредственно применяемых для выполнения СМР;
- стоимость конструкций и деталей, монтируемых на объекте строительства;

⁹Здесь и далее ПБУ – положение по бухгалтерскому учету.

– расходы на оплату труда персонала, участвующего в процессе выполнения СМР;

– суммы страховых взносов в государственные внебюджетные фонды, начисленных на заработную плату работников, занятых выполнением СМР;

– суммы начисленной амортизации по объектам основных средств, используемых при выполнении СМР.

При этом строительная организация самостоятельно определяет в учетной политике для целей налогообложения перечень прямых расходов, связанных с выполнением работ.

В бухгалтерском учете понятию прямых и косвенных расходов придается совсем другой смысл, нежели в главе 25 НК РФ.

Под прямыми затратами на производство строительно-монтажных работ следует принимать расходы, которые можно прямо и непосредственно включать в себестоимость работ по соответствующим объектам учета. К ним, например, относятся стоимость материалов, списанных на производство СМР, заработная плата основных производственных рабочих, стоимость работ, выполненных субподрядчиками, и другие подобные расходы¹⁰.

Затраты на содержание строительных машин и механизмов должны распределяться согласно отработанного времени.

Однако, все расходы, как прямые, так и косвенные – должны включаться в себестоимость СМР. Исключение может быть сделано только для общехозяйственных расходов, которые в качестве условно-постоянных затрат (не зависящих от объемов производства) строительная организация имеет право ежемесячно списывать на уменьшение финансового результата.

В налоговом же учете прямыми признаются те расходы, которые подлежат включению в себестоимость СМР (вне зависимости от способов их расчета). Прямые расходы относятся к расходам текущего отчетного (налогового периода) по мере реализации продукции, работ, услуг, в стоимости которых они учтены.

В соответствии с п.2 ст. 318 НК РФ косвенные расходы, осуществленные в текущем отчетном периоде, в полном объеме уменьшают налогооблагаемую прибыль данного периода, независимо от реализации СМР.

Согласно п.1 ст. 319 НК РФ организация самостоятельно определяет порядок распределения прямых расходов на НЗП и на выполненные работы с учетом соответствия осуществленных расходов выполненным СМР. Указанный порядок распределения прямых расходов (формирования стоимости НЗП) устанавливается в учетной политике для целей налогооб-

¹⁰Письмо Минфина России от 03.04.2007 № 03-03-06\1\207.

ложения и подлежит применению в течение не менее двух налоговых периодов.

Таким образом, для ведения учета налогооблагаемой прибыли для бухгалтера удобнее, чтобы перечень прямых расходов в налоговом учете совпал с перечнем расходов, которые в бухгалтерском учете включаются в себестоимость строительно-монтажных работ. В таком случае все расходы как в бухгалтерском, так и в налоговом учете будут относиться на уменьшение прибыли в одном и том же периоде могут отличаться только по их величине.

Разница возникает за счет расходов, которые для целей налогообложения прибыли нормируются (их перечень определен в главе 25 НК РФ), начисления амортизации по некоторым объектам основных средств и по ряду случаев стоимости материалов.

Согласно ст. 313 НК РФ налогооблагаемая прибыль определяется на основании данных налогового учета. Если в регистрах бухгалтерского учета содержится недостаточно информации для определения налогооблагаемой прибыли, сто строительная организация вправе самостоятельно дополнять применяемые регистры бухгалтерского учета дополнительными реквизитами, формируя тем самым регистры налогового учета, либо вести самостоятельные регистры налогового учета.

В ходе строительства, предприятия, как правило, производят работы по очистке территории под здание и затем под благоустройство территории. Указанные расходы, как расходы капитального характера согласно п.1 ст. 257 НК РФ формируют первоначальную стоимость объекта¹¹.

В случае, если озеленение территории, прилегающей к офисному зданию, проводится после сдачи объекта строительства в эксплуатацию, то расходы по озеленению также рассматриваются как расходы капитального характера, т.е. связанные с созданием амортизируемого имущества. При этом, в соответствии с п.2 ст. 256 НК РФ объекты внешнего благоустройства относятся к амортизируемому имуществу, о котором в целях налогообложения прибыли начисления амортизации не производятся.

В ходе строительства могут также производиться прокладка сетей освещения, вынос кабеля линии связи и ряд других работ, связанных с обеспечением инженерных коммуникаций строящегося объекта. Глава 25 НК РФ не предусматривает отраслевых особенностей обложения налогом на прибыль доходов и расходов, возникающих в ходе строительства объектов недвижимости. Поэтому в рассматриваемой ситуации применяется общий порядок отражения в целях налогообложения прибыли доходов и расходов, установленный главой 25 НК РФ.

В соответствии с п.1 ст. 252 НК РФ в целях налогообложения прибыли расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные

¹¹ Письмо Минфина России от 25.05.2007 № 03-03-06\1\309.

затраты, осуществленные налогоплательщиком. При этом расходами признаются любые обоснованные и документально подтвержденные затраты при условии, что они произведены для осуществления деятельности, направленной на получение дохода. Под обоснованными расходами понимаются экономически обоснованные затраты, оценка которых выражена в денежной форме.

В силу того, что осуществление застройщиком указанных дополнительных расходов непосредственно вытекает из условий инвестиционного контракта и связано с деятельностью организации, направленной на получение прибыли, эти расходы в целях налогообложения признаются экономически обоснованными. В то же время, согласно п.5 ст. 270 НК РФ при определении налоговой базы по налогу на прибыль не учитываются расходы по приобретению и (или) созданию амортизируемого имущества, а также расходы, осуществленные в случаях достройки, дооборудования, реконструкции, модернизации, технического перевооружения объектов основных средств. С учетом этого дополнительные расходы застройщика (заказчика, инвестора), связанные с наличием в инвестиционном контракте дополнительных обременений, как расходы капитального характера формируют первоначальную стоимость объекта строительства.

В соответствии с п.1 ст. 257 НК РФ в целях налогообложения прибыли первоначальная стоимость основного средства определяется как сумма расходов на его приобретение, сооружение, изготовление, доставку и доведение до состояния, в котором оно пригодно для использования, за исключением налога на добавленную стоимость и акцизов.

Таким образом, стоимость производимых проектных и строительных работ, связанных с прокладкой различных инженерных коммуникаций, в том числе выполненных силами подрядной организации, включается в расходы, связанные со строительством объекта недвижимости на общих основаниях¹².

Рассмотренные выше особенности бухгалтерского учета и налогообложения строительных предприятий, оказывают существенное влияние на их конкурентоспособность, поскольку невыполнение требований налоговых и др. органов, влечет за собой штрафные санкции, что, безусловно, ухудшает финансовые результаты деятельности предприятия. Кроме того, ведение бухгалтерского и налогового учета на строительном предприятии, требует (с учетом их специфичности), привлечения специально обученного или подготовленной в данной области учета персонала.

Особенности строительного производства во многом связаны со спецификой самой строительной продукции, которые были ранее рассмотрены, однако они зависят не только от нее, но и от специфики технологии выполнения строительных работ. К таким особенностям можно отнести:

1. этапность выполнения строительного-монтажных работ;

¹²Письмо Минфина России от 28.05.2007 № 03-03-06\1\333.

2. многообразие производственных связей;
3. длительность производственного цикла;
4. стационарность объекта строительства
5. высокая технологичность современного строительного производства.

Любой строительный проект можно разбить на 3 этапа:

1. подготовка строительства
2. выполнение строительного-монтажных работ
3. сдача готового объекта строительства в эксплуатацию.

8.2. Вопросы оценки конкурентоспособности строительных организаций

При оценке уровня конкурентоспособности строительных предприятий, должны быть последовательно решены следующие задачи:

1. Формулирование конечной цели оценки конкурентоспособности строительных предприятий.

2. Формирование критериев (показателей) оценки конкурентоспособности.

3. Сбор первичной информации, необходимой для проведения оценки.

4. Расчет текущего уровня (рейтинга) конкурентоспособности строительных предприятий.

5. Определение закономерностей изменения конкурентоспособности предприятия в исследуемом периоде.

6. Выявление «слабых мест», снижающих конкурентоспособность предприятия.

7. Определение направлений и резервов повышения конкурентоспособности объекта исследования.

8. Практическая реализация намеченных мероприятий.

Конечная цель оценки конкурентоспособности строительных предприятий может быть разной. В соответствии с целью будут меняться и задачи, которые необходимо решить для достижения поставленной цели. К ним могут быть отнесены: определение рейтинга конкурентоспособности строительного предприятия с целью выявления доли, занимаемой им на рынке; определение «слабых мест» предприятия, для улучшения выявленных показателей; сравнение деятельности предприятия с «главным конкурентом».

В соответствии с задачами исследования, оценка конкурентоспособности строительного предприятия может определяться по состоянию на определенный момент времени (оценка статического состояния конкурентоспособности), а также в течение определенного промежутка времени (оценка конкурентоспособности в динамике). По степени детализации исследования, оценка конкурентоспособности может проводиться поверхностно (по нескольким доступным обобщающим показателям), или

детально (по всем показателям деятельности хозяйствующего субъекта). Выбор методик проведения оценки конкурентоспособности предприятия, зависит в первую очередь от задач, стоящим перед исследованием. Часто используемым является вариант, когда используется сразу несколько методик оценки конкурентоспособности, образуя тем самым комплексную оценку конкурентоспособности. Выше отмечалось, что существует множество методических и методологических подходов к оценке конкурентоспособности строительных предприятий, однако все еще актуальна проблема разработки методологии и аналитического аппарата построения моделей.

После определения целей исследования, и выбора методического инструментария оценки конкурентоспособности строительных предприятий, исследователи сталкиваются с проблемой формирования показателей (критериев) конкурентоспособности.

Под формированием показателей конкурентоспособности в настоящем исследовании понимается их создание, организация, группировка и определение методов (формул) расчета. В действии различных показателей (критериев), формирующих конкурентоспособность строительного предприятия, проявляются как их отличительные особенности, так и особенности строительного предприятия и строительной продукции.

В научной литературе в качестве основного инструмента выявления (разработки) показателей конкурентоспособности используется подход, объединяющий различные элементы параметров спроса и предложения, анализ конкурентной среды (конкурентов)¹³, производственных и финансовых показателей.

При проведении практической оценки конкурентоспособности строительных предприятий, исследователь, разрабатывающий показатели конкурентоспособности должен учитывать следующие факторы: особенности строительной продукции и предприятий; специфику рынка, на котором выступает исследуемое предприятие и его конкуренты; цель проводимого исследования конкурентоспособности (основные цели исследования приведены выше).

При определении рейтинга конкурентоспособности, с целью выявления места, занимаемого предприятием на рынке, перед исследователем могут возникнуть трудности, связанные с ограниченной доступностью необходимых данных о суммарном объеме продаж в каждом сегменте и информации об объеме продаж основных конкурентов. Для определения доли рынка, мировые маркетинговые агентства предлагают 10 основных методов¹⁴:

1. Розничный аудит – измерение относительной доли продаж различных товаров, используя данные продаж репрезентативной выборки розничных магазинов.

¹³ Кохно П. Конкурентная разведка как фактор повышения конкурентоспособности // Общество и экономика. 2010. № 3-4. С.92-115.

¹⁴ <http://www.4p.ru/index.php?page=1837>

2. Дневниковая потребительская панель – используя постоянную выборку респондентов (панель), с помощью дневника (записи + чеки и квитанции) фиксируются все покупки, сделанные участниками панели. Полученные данные переводятся в относительные доли продаж товаров – доли рынка.

3. Сканнер-панель аналогична предыдущему методу, за исключением способа фиксации покупок. В данном случае респондентам выдается идентификационная карточка (или используется кредитная карточка респондента).

4. Опрос предпочтений – респондентов напрямую спрашивают, какие товары и как часто они покупают – частота покупок умножается на среднюю покупку.

5. Парный опрос предпочтений – сопоставляются пары товарных марок, из которых респондент должен выбрать одну.

6. Шпионаж за персоналом конкурентов – зная приблизительно продуктивность труда в отрасли и количество рабочих, занятых на производстве у основных конкурентов, можно оценить объемы производства конкурентов, умножив продуктивность труда на количество рабочих.

7. Шпионаж за сырьем – зная затраты сырья на единицу продукции и объемы закупок сырья конкурентами, можно оценить объемы производства конкурентов, разделив объем закупок сырья на затраты сырья на 1 единицу продукции).

8. Шпионаж за сбросом отработанного материала – зная выход отработанного материала за единицу товара в среднем и объемы производственных отходов конкурентов, можно рассчитать объем производства конкурентов, разделив объем производственных отходов на отходы на единицу продукции.

9. Прямой шпионаж – выяснение объема производства конкурентов.

10. Налоговый шпионаж – получение закрытых данных налоговых органов. В отечественных реалиях мало применим, так как не всегда и налоговая инспекция знает всю правду.

Исходя из сути представленных выше методов, легко формируются показатели (группы показателей) конкурентоспособности.

Перед формированием показателей (критериев) конкурентоспособности, целесообразно провести их ранжирование, с целью выявления наиболее существенных классификационных признаков. Например, такие показатели можно ранжировать в зависимости от сферы их проявления (финансовая, производственная, рыночная и т.п.), по стадиям жизненного цикла изготавливаемой продукции (эксплуатационные, конструктивные, технологические и др.)

При определении «узких мест предприятия», а также с целью улучшения выявленных показателей, как правило, формируются комплексные

группировки (классификации) показателей конкурентоспособности. В этом случае, как правило, охватываются все стороны деятельности предприятия: производственные, финансовые, обслуживающие показатели.

Для сравнения деятельности предприятия с его главными конкурентами, могут быть использованы любые из перечисленных выше способов и классификаций. При этом выбор показателей, как правило, зависит от того, какую информацию исследуемое предприятие может получить о своих конкурентах.

После определения набора исследуемых показателей конкурентоспособности, объект исследования переходит к следующей стадии: сбору информации, необходимой для проведения оценки.

Полнота и достоверность собранной информации служит залогом к объективности выводов о конкурентоспособности рассматриваемых объектов. По сути дела, речь здесь идет о конкурентной разведке.

Каждой компании необходимо продумать организацию системы сбора информации о конкурентах, позаботиться об ее эффективности. Каждый сотрудник компании должен не только понимать, обслуживать и стремиться удовлетворить покупателей – он должен быть заинтересован в получении информации о действиях конкурентов и передачи ее по инстанциям или в специально сформированную междисциплинированную команду. Для создания конкурентной системы наблюдения обычно приходится пройти четыре ступени¹⁵:

– Создание системы. Первый шаг – определение жизненно важных видов конкурентной информации, установление ее источников и назначение руководителя системы (данный этап реализуется при постановке целей исследования, приведенных выше).

– Сбор данных. Данные собираются на постоянной основе в «поле» (торговый персонал, каналы распределения, поставщики), поступают от сотрудников конкурентов. Хотя предлагаемые техники сбора информации абсолютно законны, некоторые методики сомнительны с точки зрения соблюдения этических норм.

– Оценка и анализ информации. Данные проверяются на степень достоверности и надежности, интерпретируются и систематизируются.

– Распространение информации и ответы. Ключевая информация рассылается соответствующим уполномоченным лицам или в ответ на запросы менеджеров.

Менеджеры компании с организованной системой наблюдения получают своевременную информацию о конкурентах из специальных бюллетеней, информационных листов и отчетов¹⁶. Менеджеры могут также

¹⁵ Маркетинг / под ред. А.М. Немчина, Д.В. Минаева. СПб.: Бизнес-пресса, 2001. С. 17.

¹⁶ Акмаева Р.Е. Повышение социальной ответственности менеджеров отечественных предприятий в условиях посткризисного развития // Инновационная деятельность. 2009. № 4. С. 16–21.

связаться с отделом наблюдения, когда им требуется помощь в оценке неожиданного шага конкурентов, необходима информация о слабых и сильных их сторонах или когда они хотят обсудить возможную реакцию конкурента на определенные шаги компании. В малых фирмах, не имеющих возможности создать службу наблюдения за конкурентами, должны быть назначены сотрудники, в обязанности которым вменяется анализ действий основных конкурентов так, чтобы любой менеджер, которому потребовалась соответствующая информация, мог в любой момент связаться с домашним экспертом. Хорошо организованная система наблюдения за действиями конкурентов облегчает задачу разработки конкурентной стратегии компании. Кроме того, весьма эффективным может оказаться анализ ощущаемой потребителем ценности, который позволяет выявить сильные и слабые стороны компании в сравнении с ее конкурентами¹⁷.

После сбора первичной информации, определяется текущий уровень (рейтинг) конкурентоспособности объекта исследования. Существует множество методик и методических положений по оценке конкурентоспособности строительных предприятий, исследование которых будет проведено в следующем параграфе настоящего исследования. Здесь же отметим, что, в отличие от понятия конкурентоспособность, *уровень (рейтинг)* конкурентоспособности можно вполне четко определить.

Определение уровня (рейтинга) конкурентоспособности (выбор методик и методических положений по оценке конкурентоспособности), должно основываться на целях и задачах, поставленных перед такой оценкой, сформированных показателях (критериях) конкурентоспособности, а также объема и качества собранной информации, необходимой для проведения такой оценки. В отдельных случаях, оценка уровня (рейтинга) конкурентоспособности, может проводиться по нескольким методикам (как правило, такое возможно, только в случае большого объема информации, имеющейся о конкурентах).

Результаты оценки должны быть ориентированы на решение последующих задач, т.е. выявление закономерностей изменения конкурентоспособности, определение «узких мест», и т.д.

Определение закономерностей изменения конкурентоспособности предприятия в исследуемом периоде должно выявить динамику рейтинга конкурентоспособности. Правильное определение причин изменения уровня конкурентоспособности позволяет руководству предприятия вырабатывать обоснованные управленческие решения.

Вместе с тем, даже положительная динамика изменения уровня конкурентоспособности не всегда может означать благоприятные перспективы предприятия в ближайших краткосрочных и долгосрочных периодах. Поэтому следующим шагом определения уровня конкурентоспособности

¹⁷ Маркетинг / под ред. А.М. Немчина, Д.В. Минаева. СПб.: Бизнес-пресса, 2001. С. 21.

строительного предприятия должно быть выявление «узких мест», снижающих конкурентоспособность предприятия.

Представляется очевидным, что оценка конкурентоспособности строительного предприятия является необходимой и проводится не столько для определения какого-то числового показателя или значения, сколько для выявления его преимуществ и недостатков в плане ведения конкурентной борьбы на занимаемом рынке, устранении последних и развития первых.

В первую очередь, достоверность такого исследования зависит от выбранной методики оценки конкурентоспособности. Выше уже отмечалось, что таких методик очень много. Но для выявления «узких мест», в первую очередь должны использоваться многофакторные методы и методические положения.

С помощью таких методов в первую очередь необходимо локализовать причины низкой конкурентоспособности. Устранение таких причин и есть основная цель оценки конкурентоспособности строительных предприятий.

Важнейшее значение имеет объективность оценки полученного уровня конкурентоспособности, которая может быть достигнута за счет правильного выбора методов и методик оценки конкурентоспособности, а также достоверности информации, полученной на третьем уровне.

После того, как были определены слабые места предприятия, мешающие ему занимать сильные конкурентные позиции на рынке, реализуется важнейший этап: определение направлений и резервов повышения конкурентоспособности объекта исследования.

Данный этап целесообразно разбить на несколько подэтапов: 1) определение направлений повышения конкурентоспособности предприятия (на основе проведенного выше выявления «узких мест»); 2) оценка имеющихся резервов предприятия и возможностей привлечения их извне; 3) разработка плана повышения конкурентоспособности объекта исследования.

Рассмотрим подробнее каждый из этих подэтапов.

К организационным направлениям по повышению конкурентоспособности объекта исследования можно отнести:

- прямое влияние на потребителя с помощью маркетинговых методов;
- повышение качества изготавливаемой продукции и ее технических характеристик с учетом требований потребителей и предложений конкурентов;
- снижение себестоимости изготавливаемой продукции;
- ориентация работы предприятия на выпуск продукции;
- дифференцирование производства на выпуск новых товаров и услуг;
- предложение новых сфер использования производимой продукции;
- изменение системы стимулирования поставщиков

Совершенствование системы послепродажного обслуживания реализуемых товаров.

Перечисленные направления не являются исчерпывающими, и могут быть дополнены в зависимости от характера выявленных «узких мест» на предыдущем этапе оценки конкурентоспособности предприятия. Кроме того, все мероприятия могут быть рекомендованы к применению как в отдельности, так и в различных их комбинациях.

После первого подэтапа (определение направлений повышения конкурентоспособности предприятия), необходимо определиться с имеющимися у объекта исследования возможностями и реализации, в первую очередь речь идет о наличии необходимых на то ресурсов.

В целом все резервы повышения конкурентоспособности предприятия можно классифицировать по пяти большим группам: кадровые резервы; использование благоприятной рыночной ситуации; организационно-управленческий потенциал предприятия; производственно-технологические возможности предприятия; финансово-инвестиционно-экономические резервы предприятия.

Под кадровыми резервами, прежде всего, следует понимать повышение производительности труда персонала организации, поскольку при высоком существующем уровне технологичности строительного производства, всегда есть возможности качественного улучшения использования рабочего времени, за счет повышения квалификации персонала и уменьшения производственных и непроизводственных потерь рабочего времени.

Использование благоприятной рыночной ситуации подразумевает оперативное реагирование предприятия на появление новых налоговых льгот; резервы получения государственных дотаций, инвестиций, субсидий, кредитов и займов; страхование отдельных рисков видов деятельности; учет и использование законодательной и нормативной системы. Данная группа резервов в первую очередь должна выявляться маркетинговой службой предприятия.

Под организационно-управленческим потенциалом предприятия понимаются возможности использования его научно-технических резервов, позволяющих противостоять новациям, появляющимся на рынке а также другие неценовые аспекты деятельности предприятия.

Производственно-технологические возможности предприятия определяются использованием имеющихся в его наличии основных производственных средств труда. Высокий уровень развития рынков в индустриально-технологически развитых странах привел к тому, что предприятие не может получить существенные конкурентные преимущества за счет только материальных и финансовых факторов в связи с их принципиальной общедоступностью.

Финансово-инвестиционно-экономические резервы предприятия в первую очередь должны обеспечивать выполнение предыдущих групп резервов повышения конкурентоспособности предприятия. Здесь в первую

очередь должна оцениваться финансовая устойчивость предприятия, наличие собственных свободных средств, а также возможности привлечения инвестиционных и кредитных ресурсов.

После определения направлений повышения конкурентоспособности предприятия и выявления имеющихся для их реализации ресурсов, разрабатывается план повышения конкурентоспособности предприятия. Такой план должен быть составлен с такой степенью точности, которая совместима с неопределенностью будущей деятельности, как самого объекта исследования, так и его конкурентов. При этом повышение конкурентоспособности можно считать системной задачей, что подразумевает комплексность его выполнения. В содержание плана обязательно должны входить следующие элементы:

1. Описание конкретных проблем и направлений их решения.
2. Источники финансирования разработанных мероприятий.
3. Календарный план-график выполнения намеченных работ.
4. Индикаторы достижения поставленных целей и задач.

По сути, план повышения конкурентоспособности является бизнес-планом, особенности и методы составления которого широко рассмотрены в зарубежной и отечественной научно литературе, поэтому в рамках настоящей работы автор не видит смысла заострять внимание на данной проблеме.

Завершающим этапом оценки конкурентоспособности предприятия, является практическая реализация мероприятий по ее повышению. После реализации намеченного плана, необходимо повторно провести оценку конкурентоспособности предприятия, с целью выявления полученного эффекта. И это уже ставит вопрос о необходимости *регулярной* оценки конкурентоспособности предприятия, поскольку, только изучая ее в динамике, можно говорить об обеспечении конкурентоспособности. Разработанную последовательность оценки конкурентоспособности предприятия, можно представить в виде концептуальной схемы (рис. 1).

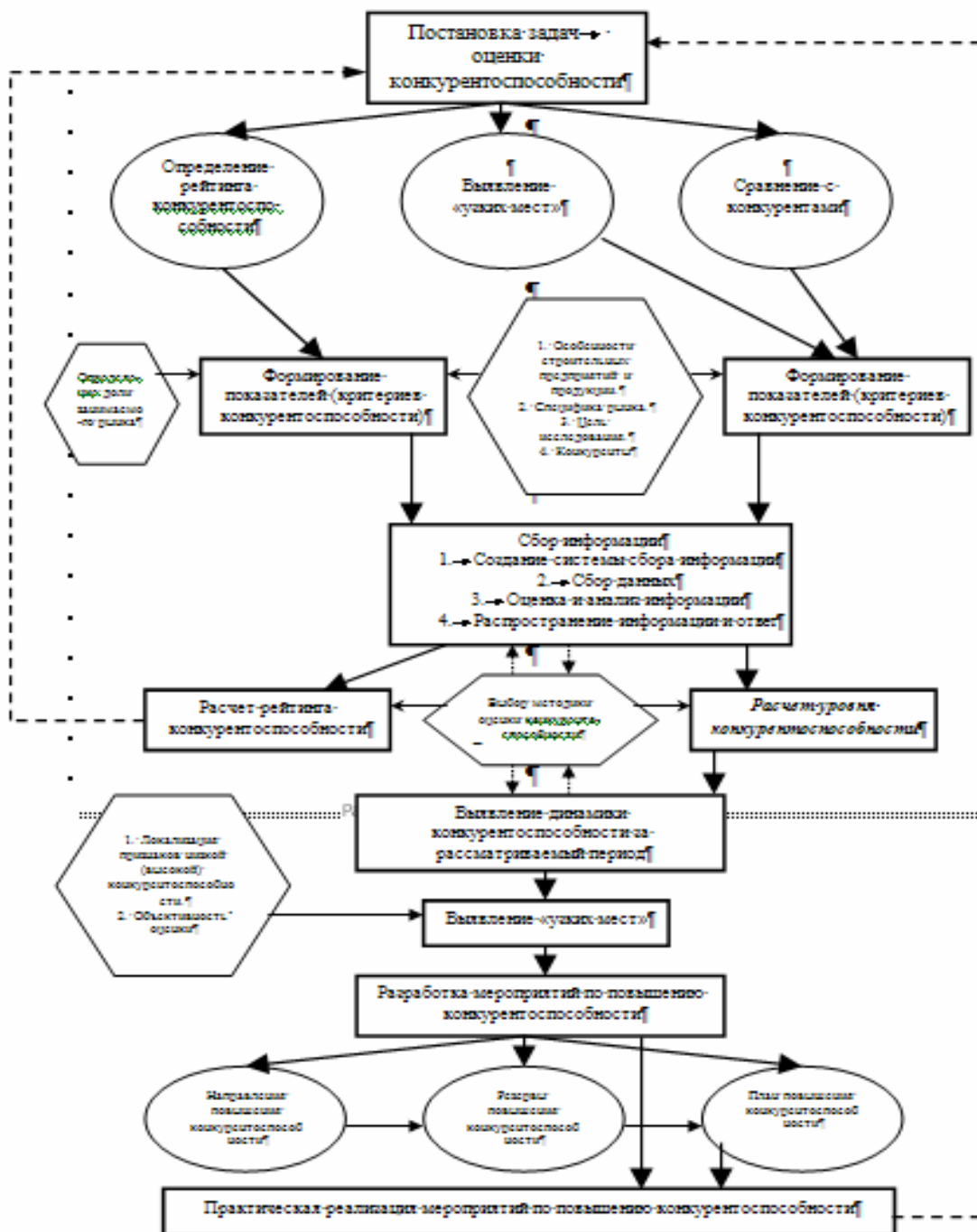


Рис. 1. Концептуальная схема оценки конкурентоспособности предприятий

8.3. Характеристика конкурентной среды строительной отрасли Саратовской области

Строительство, безусловно, является одной из ключевых отраслей народного хозяйства Российской Федерации, определяющей направление социально-экономического и технического ее развития.

Динамика возведения объектов в Саратовской области за период с 2006 по 2010 гг. приведена в табл. 1, 2 и рис. 2.

Т а б л и ц а 1

Ввод в действие жилых домов (тыс.м² общей площади)

Год	Ввод в действие жилых домов построенных			Удельный вес в общем вводе, %	
	За счет всех источников финансирования	В том числе:		Жилых домов населения	Жилых домов жилищно-строительных кооперативов
		Населением за счет собственных и заемных средств	Жилищно-строительными кооперативами		
2006	810,1	317,5	154,1	39,2	19,0
2007	1022,1	472,4	107,3	46,2	10,5
2008	1112,5	542,2	81,6	48,7	7,3
2009	1129,9	488,9	125,6	43,3	11,1
2010	1144,3	552,1	118,4	48,2	10,3

Т а б л и ц а 2

Ввод в действие зданий нежилого назначения

Год	Число зданий, всего	Общий строительный объем зданий, тыс. м ³	Общая площадь зданий, тыс. м ²
2006	111	753,5	154,9
2007	578	1728,2	347,0
2008	725	2455,5	503,2
2009	687	3461,3	622,1
2010	561	3092,2	448,6

Важным показателем, характеризующем уровень конкуренции на рынке, является количество игроков на нем. В связи с этим, приведем в следующей табл.3 численность строительный предприятий по Саратовской области в динамике за 5 лет.

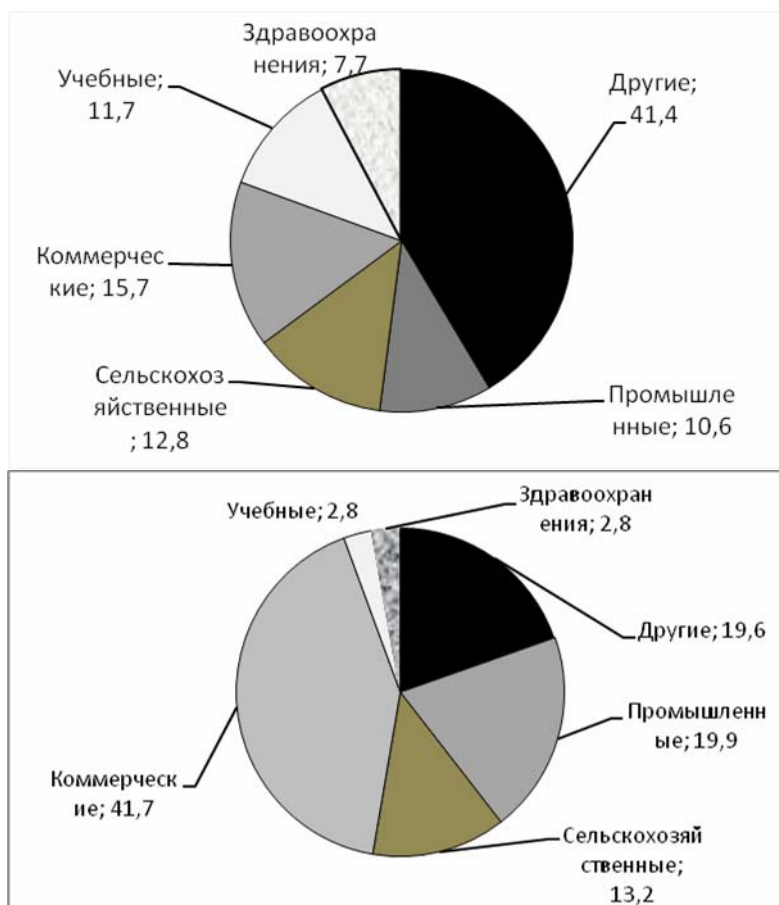


Рис. 2. Структура введенной в действие общей площади зданий нежилого назначения (2006 и 2010 гг.).

Т а б л и ц а 3

Количество строительных организаций в Саратовской области

Год, форма собственности строительных организаций	Строительные организации, ед.	В том числе с численностью работников		
		До 100	101-250	Свыше 250
		3	4	5
<u>2010</u>				
Всего организаций	1148	996	74	78
в том числе по формам собственности:				
государственная	59	35	13	11
муниципальная	12	12	—	—
частная	1024	915	58	51
смешанная российская	16	8	—	8
прочие	37	26	3	8

Окончание табл. 3

<u>1</u>	2	3	4	5
<u>2009</u>				
Всего организаций	1054	961	58	35
в том числе по формам собственности:				
государственная	40	25	10	5
муниципальная	14	14	–	–
частная	968	893	47	28
смешанная российская	8	8	–	–
прочие	24	21	1	2
<u>2008</u>				
Всего организаций	1036	938	55	43
в том числе по формам собственности:				
государственная	40	29	7	4
муниципальная	17	16	1	–
частная	952	868	45	49
смешанная российская	4	3	1	–
прочие	23	22	1	–
<u>2007</u>				
Всего организаций	1019	940	42	37
в том числе по формам собственности:				
государственная	35	23	5	7
муниципальная	12	10	2	–
частная	942	881	33	28
смешанная российская	9	6	2	1
прочие	21	20	–	1
<u>2006</u>				
Всего организаций	1162	1091	37	34
в том числе по формам собственности:				
государственная	29	17	8	4
муниципальная	10	8	1	1
частная	1104	1049	27	28
смешанная российская	7	6	1	–
прочие	12	11	–	1

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод о том, что в Саратовской области сформирован конкурентный рынок строительных услуг. Более того, начиная с 2007г. наблюдается увеличение числа строительных организаций на рынке (с 1019 до 1148), что позволяет говорить об отсутствии искусственных барьеров вхождения на рынок для новых игроков. А это в свою очередь говорит о высоком уровне конкуренции на рынке строительных услуг. Рост числа подрядных торгов также свидетельствует о повышении степени конкурентности на рынке.

Проведем комплексный анализ конкуренции в строительный отрасли Саратовской области, для чего изучим основные экономические особенности анализируемой отрасли производства.

К основным экономическим особенностям строительной отрасли Саратовской области отнесем:

1. Размер рынка. Руководству компании необходимо знать размер рынка для проведения объективной оценки рыночной ситуации, что позволяет определять свои позиции относительно конкурентов, проводить стратегическое планирование объемов производства и составления планов продаж.

В настоящее время используются следующие методы оценки размеров рынка:

- на основе структурных характеристик;
- по объемам производства;
- по объемам потребления;
- по объемам продаж;
- косвенными методами.

При исследовании размеров рынка по объемам производства и объемам продаж возможно использование официальных статистических данных.

Т а б л и ц а 4

Размер рынка Саратовской области по объемам производства

Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство» (на конец года)		
	млн руб.	в % к предыдущему году
2006	24224,1	102,6
2007	31743,4	108,2
2008	42335,7	109,7
2009	33395,8	80,0
2010	35052,5	105,4

Как видно из представленных данных, размер рынка строительных услуг в Саратовской области, за исключением 2009 г., постоянно растет. Падение объемов производства в 2009 г. связано с последствиями финан-

сового кризиса, когда некоторые строительство многих объектов было временно приостановлено.

Вместе с тем, по подавляющему большинству таких объектов, полного прекращения работ не произошло, а лишь увеличились сроки их возведения, что подтверждается положительной динамикой роста выполненных работ в 2010 г. (табл. 5).

Т а б л и ц а 5

Размер рынка Саратовской области по объемам потребления

Основные показатели финансовой деятельности в строительных организациях области					
	2006	2007	2008	2009	2010
Сальдированный финансовый результат (прибыль за вычетом убытка, млн руб.)	827,9	2553,8	2009,0	268,8	1125,3
Удельный вес убыточных строительных организаций, в % от общего числа организаций	32,8	23,8	23,8	33,3	24,1
Рентабельность строительной продукции, в %	4,6	5,9	9,6	3,4	6,7

Анализируя объем рынка строительных услуг Саратовской области по объемам потребления, можно увидеть резкое снижение в 2009 г. Это опять же можно связать с последствиями финансового кризиса. Покупательная способность потребителей в указанный период не только резко снизилась, но наблюдался также эффект «ожидания», когда потребители не рисковали вкладывать имеющиеся у них какие-либо денежные средства в любые объекты (особенно находящиеся на стадии строительства). Строительные компании, которые как правило являются субъектами рынка с высокими финансовыми возможностями, а также отличающиеся высокой степенью надежности, могли в указанный период времени продолжать возведение объектов за счет привлечения альтернативных источников финансирования (кредиты, лизинг и т.д.), особенно в краткосрочной перспективе, сохранив тем самым коллективы и производственные мощности. Поэтому, как следует из табл.5, снижения объемов производства не произошло. Вместе с тем, в 2010 году наблюдается резкий рост покупательной активности (в 5 раз по отношению к 2009 г.), что свидетельствует об оздоровлении ситуации на рынке и синхронизации спроса и предложения.

2. Размах конкуренции. Размах конкуренции может быть определен как локальный, региональный, национальный или глобальный.

Локальная конкуренция характеризуется небольшим количеством участников в ней, как со стороны производителей, так и со стороны

покупателей. Как правило, потребители знают всех, или большинство производителей необходимой им продукции и отдают предпочтение им по факторам неценовой конкуренции. В свою очередь, производители хорошо знают предпочтения своих покупателей и работают «адресно», под конкретного человека или предприятие. При локальной конкуренции ни один из производителей не в состоянии в одиночку захватить весь рынок, либо диктовать свои условия на нем.

О региональной конкуренции можно говорить в тех случаях, когда производители товаров и услуг ориентированы на потребителей целого региона (области), не выходя (или незначительно выходя) за его пределы. Для региональной конкуренции характерно большое количество производителей и потребители. При этом, производители знают в общих чертах предпочтения покупателей (например, применительно к строительной отрасли строительные компании знают «престижные районы», и, ориентируясь на обеспеченных покупателей осуществляют застройку именно в таких районах и производят продукцию повышенного качества, в отдельных случаях по индивидуальным проектам). В рамках национальной конкуренции многие исследователи говорят о «трех фронтах»¹⁸. На первом фронте представлена группа производителей, стремящихся к выгоде от продажи своих товаров, и, в то же время, все время пытающихся «переманить к себе» наибольшее число платежеспособных покупателей. На втором «фронте» выступают покупатели, стремящиеся приобрести максимально качественные товары по минимальным ценам. Наконец, на третьем «фронте» происходит борьба между производителями и покупателями, находящимися на разных полюсах мнений относительно цены за товары и услуги. В рамках национальной конкуренции производители конкурируют между собой вне зависимости от их территориальной принадлежности, и предлагаемые ими товары, как правило, не имеют «территориальных особенностей» (например, бытовая техника).

Глобальная конкуренция имеет место, когда цены и конкурентные условия национальных рынков тесно связаны между собой. В этом случае имеет смысл говорить о мировом или глобальном рынке: конкурентная позиция фирмы на одном национальном рынке значительно влияет на ее позиции на другом. В условиях глобальной конкуренции лидерство фирмы обеспечивается ее деятельностью на всех рынках, но особенно необходимо завоевать преимущество в стратегически важных странах, где емкость рынка наибольшая и существует развитая инфраструктура. Именно на стратегических рынках конкуренция достигает наибольшей остроты. Глобальной конкуренцией характеризуются гражданское авиастроение, автомобильная, часовая, шинная, телекоммуникационная и некоторые

¹⁸ <http://studyspace.ru/ekonomicheskaya-teoriya/konkurentsiya.-eyo-vidyi-i-ekonomicheskaya-rol-4.html>

другие отрасли¹⁹. Анализируя рынок строительных услуг Саратовской области, можно говорить о сформировавшейся на нем региональной конкуренции. Имеется достаточное количество производителей и покупателей (табл. 6). Осуществляются как массовые, так и индивидуальные застройки (табл. 7). практически отсутствуют на рынке игроки из других регионов, в том числе иностранные производители (табл. 8).

Т а б л и ц а 6

Экстраполяция тенденций развития рынка²⁰

Степень удовлетворения спроса и основная тенденция его развития	Гипотеза развития рынков	Модель прогнозирования
В основном удовлетворен и растет равномерно	При должном и своевременном обновлении ассортимента изделия тенденция роста сохраняется	$y = a_0 + a_1 + t$
Удовлетворяется и растет, но приросты уменьшаются	Рынок насыщен, уровень обеспеченности близок к рациональному нормативу, тенденции замедления роста спроса сохраняются	Логарифмическая функция: $y = a_0 + a_1 \log t$
Удовлетворяется и снижается	Товар вытесняется с рынка другими товарами, или покупается определенным контингентом пользователей, численность которых уменьшается. Тенденция сохраняется в будущем	Гипербола: $y = a_0 + a_1/t$
Не удовлетворяется, растет ускоренно, темпы роста одинаковы	Рынок далек от насыщения, высокие темпы роста спроса сохраняются	Показательная функция: $y = a_0 + a_1^t$
Не удовлетворяется в значительной мере, растет при увеличении темпов роста	Рынок далек от насыщения, товар относится к категории дефицитных, производство и продажа растут высокими темпами, в обозримом периоде тенденция сохраняется	Парабола 2-го порядка: $y = a_0 + a_1 t + a_2 t^2$

¹⁹ <http://www.bibliotekar.ru/biznes-40/95.htm>

²⁰ <http://b2blogger.com/articles/manage/46.html>

Т а б л и ц а 7

Число покупателей жилищно-строительной продукции
в Саратовской области

Число реализованных квартир и их средний размер					
	2006	2007	2008	2009	2010
<i>За счет всех источников финансирования</i>					
Число квартир	9981	11807	12880	14682	12665
Их средний размер, м ² общей площади	81,2	86,5	86,4	77,0	90,4
<i>Жилищно-строительными кооперативами</i>					
Число квартир	2342	1669	1331	2046	1940
Их средний размер, м ² общей площади	65,8	64,3	61,3	61,4	61,0
<i>Население за счет собственных и заемных средств</i>					
Число квартир	2092	3605	3455	3265	2972
Их средний размер, м ² общей площади	151,8	131,0	156,9	149,7	185,8

Т а б л и ц а 8

Средние цены на жилые помещения, на конец IV квартала (руб. за м²).

	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Средние цены на первичном рынке жилья,</i>	21943,9	24534,5	28577,3	29691,8	31679,2
в том числе:					
Типовые	20524,8	22712,1	27307,9	29846,0	31271,2
Улучшенной планировки	19955,8	25252,6	28816,3	29294,2	31750,8
Элитные	28300,2	33690,0	35793,0	36610,0	39122,7
<i>Средние цены на вторичном рынке жилья,</i>	17513,8	24103,6	29635,5	30880,7	32009,2
в том числе:					
Низкого качества	15493,2	18708,3	23843,7	25522,1	29891,2
Типовые	17109,8	24333,1	30147,2	30770,0	31503,7
Улучшенной планировки	19910,7	25542,3	30715,9	32692,7	33633,3
Элитные	25366,9	34856,8	42370,3	44874,2	45161,2

3. Темп роста рынка и стадия жизненного цикла, на которой находится отрасль.

Определить темпы роста анализируемого рынка можно на основании следующих функциональных зависимостей, показанных в табл.8.

Применительно к анализируемому рынку строительных услуг Саратовской области можно говорить о логарифмической модели его развития. Исходя из объемов реализованной в 2009 и 2010гг. продукции видна тенденция к ее увеличению (более чем в 5 раз). Вместе с тем, объемы произведенной продукции также возрастают (табл. 9). Все это позволяет говорить о том, что рынок насыщен, вместе с тем, существенного увеличения темпов роста производимой продукции не наблюдается, напротив, по отношению к относительно благополучным 2006, 2007 и 2008 гг. можно говорить о тенденции к ее снижению.

Согласно концепции жизненного цикла отрасли, разработанной специалистами консалтинговой группы ADL, отрасль проходит в своем развитии 4 стадии: рождение, рост, зрелость, и старость²¹.

На стадии рождения осознается ощущение неудовлетворенности определенными группами потребителей в тех или иных видах товаров, т.е. возникает спрос. В такой отрасли быстро появляются новые технологии, компании, выходящие на рынок, начинают борьбу за потребителей. Стадия роста характеризуется увеличением роста спроса на продукцию у покупателей, и конкуренты начинают борьбу за все увеличивающиеся доли рынка. Вхождение новых игроков на рынок затрудняется. На стадии зрелости рынок полностью насыщается. Потенциальные покупатели регулярно приобретают интересующую их продукцию. Вход на рынок немного затруднен, поскольку новым игрокам трудно конкурировать с фирмами, имеющими большой опыт работы на нем, и досконально знающими его и его потребителей.

Стадия старости характеризуется падением покупательского спроса к производимой продукции, в связи с появлением новых видов продукции, либо более качественных заменителей. Основной характеристикой данной стадии является снижение числа конкурентов, и, как следствие, снижение барьеров входа на рынок.

Рынок строительных услуг Саратовской области можно охарактеризовать, как находящийся на стадии зрелости. Произведенная строительная продукция пользуется, на рынке имеется достаточное количество игроков, число которых незначительно увеличивается с каждым годом (табл. 9). На рынке появляются новые технологии, которые впрочем нельзя назвать прорывными (что характерно для рынков стадии зрелости).

4. Число конкурентов и их относительный размер. Исходя их приведенных данных, видно, что количество крупных (свыше 250 работников)

²¹ Arthur D. Little. Концепция стратегического управления // <http://tsyganok.ru/pubs/pub.asp?id=2309>

организаций в период с 2006 по 2010 г. увеличилось более чем в 2 раза (с 34 до 78 организаций). Таким образом, можно сделать выводы об увеличении конкуренции в отрасли и низких входных барьерах в отрасль.

5. Число покупателей и их относительный размер. Определим число покупателей и их относительный размер по объему и видам реализованной строительно-монтажной продукции в Саратовской области.

6. Легкость входа на рынок и выхода с рынка (входной и выходной барьеры). Выше было отмечено, что на исследуемом рынке строительных услуг Саратовской области относительно низкие барьеры входа. Это свидетельствует в том числе, и о высоком уровне конкуренции на рынке. Барьер выхода с рынка связан с размером издержек, которые придется понести предприятию в этом случае. Для строительных предприятий, как правило, выход с рынка не связан с большими издержками, так как они обладают значительными ресурсами (в частности, основными средствами), продажа которых при их ликвидации позволяет покрыть все сопутствующие выходу с рынка издержки. Таким образом, можно сделать вывод о том, что существенных барьеров по выходу с рынка строительных услуг по Саратовской области нет, что повышает ее привлекательность для входа.

7. Темп технологических изменений. Технологические изменения в отрасли являются одними из самых динамичных и самых существенных по результату. Как правило, в технологические изменения включают: научные разработки, воздействие разработок в других отраслях про продукцию отрасли, развитие технологических процессов, автоматизацию управления и т.д.

Оценка темпов технологических изменений в отрасли может быть дана путем определения величины основных фондов, принадлежащих на одно предприятие в отрасли²². Приведем сведения о стоимости имеющихся основных фондов строительных предприятий Саратовской области (табл.9).

Т а б л и ц а 9

Материально-техническая база строительных организаций

Наличие основных фондов по полной учетной стоимости в крупных и средних строительных организациях (на конец года)					
	2006	2007	2008	2009	2010
Всего, млн руб	2555,1	3383,0	4281,2	5635,7	6154,9
<i>В том числе:</i>					
Здания и сооружения	1118,1	888,2	1025,2	1609,2	2028,7
Машины и оборудование	890,9	1674,3	2214,4	2822,3	2767,2
Транспортные средства	481,1	733,9	938,6	1084,6	1189,5
Инструмент, производственный и хозяйственный инвентарь	61,9	81,1	102,2	114,9	119,1
прочие	3,1	5,5	0,8	4,7	50,4

²² <http://library201097.narod.ru/023/index131.html>

Используя данные табл. 9 о числе строительных предприятий в Саратовской области, получим данные о стоимости основных фондов, приходящихся на одно предприятие в отрасли (рис.3).

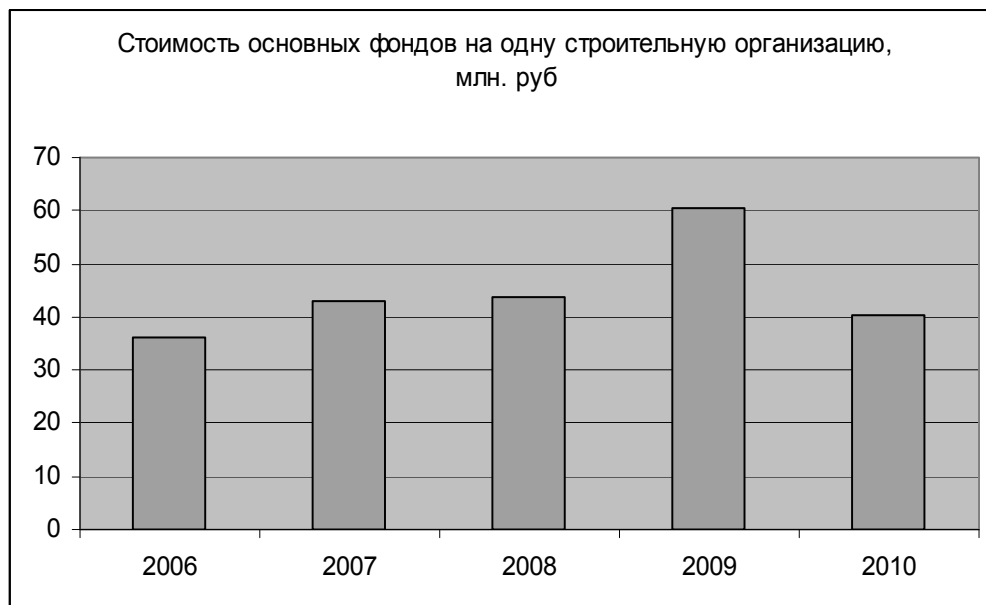


Рис. 3. Изменение стоимости основных фондов в строительной отрасли Саратовской области

Исходя из приведенных сведений, можно сделать вывод о том, что темпы роста технологических изменений в Саратовской области существенно снизились в 2010 гг. В первую очередь это связано с очень большим износом основных производственных фондов. Вместе с тем, в отрасли наблюдается значительный технологический прогресс в области применяемых с строительстве материалов, изделий и конструкций. Подробнее этот вопрос будет рассмотрен в следующем пункте анализа рынка строительных услуг Саратовской области.

8. Степень дифференциации производимых товаров и услуг строительными предприятиями Саратовской области. По видам строительная продукция дифференцируется по отраслям народного хозяйства: промышленности, связи, транспорта, торговли, газо-водо-энергоснабжения и т.д. Кроме того, строительная продукция может быть дифференцирована²³:

1) по воспроизводственному циклу: новое строительство; техническое перевооружение (модернизация); ремонт.

2) по источникам финансирования: государственная; частная; смешанная.

3) По характеру расчетов: за полностью сданный объект; по стадиям (этапам) строительства; с предоплатой; с оплатой в рассрочку, и т.д.

Определим степень дифференциации строительной продукции предприятий Саратовской области (очень высокая, высокая, средняя, низкая, очень низкая).

²³ 1. Стаханов В.Н., Ивакин Е.К. Маркетинг строительства. М.: «Издательство ПРИОР», 2004. С. 162.

Таблица 10

Степень дифференциации строительной продукции предприятий
Саратовской области

Характеристика дифференциации строительной продукции	Степень дифференциации
По отраслям народного хозяйства	Очень высокая
<i>По воспроизводственному циклу:</i>	
Новое строительство	Очень высокая
Техническое перевооружение	Высокая
Ремонт	Средняя
<i>По источникам финансирования</i>	
Государственная	Высокая
Частная	Очень высокая
Смешанная	Низкая
<i>По характеру расчетов:</i>	
За полностью сданный объект	Низкая
По стадиям (этапам строительства)	Высокая
С предоплатой	Низкая
В рассрочку	Высокая

В целом, продукцию строительных предприятий Саратовской области можно определить как с высокой степенью дифференциации.

9. Рентабельность отрасли. Сведения о рентабельности строительных предприятий Саратовской области приведены по годам на рис.4.

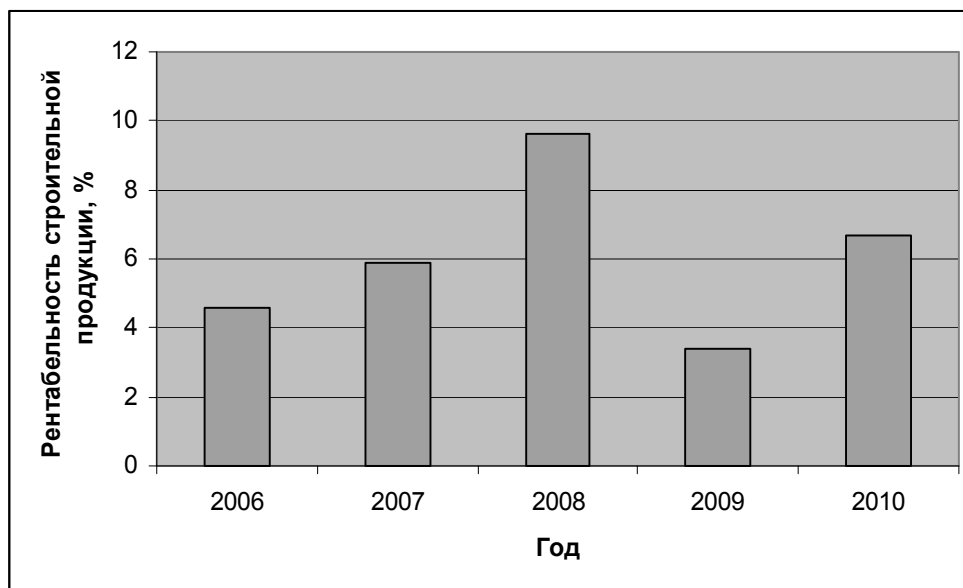


Рис. 4. Рентабельность строительной продукции, произведенной строительными предприятиями Саратовской области

Относительно невысокая рентабельность (от 3,4 до 9,6 %), в целом характерна для строительной отрасли, и связана с его спецификой. При высокой стоимости объектов строительства, рентабельность, например в 5 %, означает, что у строительного предприятия остается достаточное количество средств на удовлетворение социальных и производственных потребностей. Поэтому, в целом, рентабельность строительной продукции в Саратовской области можно считать удовлетворительной.

10. Построение кривой опыта для отрасли. В основе идеи кривой опыта лежит мысль о том, что все компании, функционирующие на рынке, со временем неизбежно получают опыт, что приводит к снижению издержек на производство²⁴. В первую очередь это происходит за счет увеличения производительности труда и внедрения новых, современных технологий производства и материалов. Построим кривую опыта.

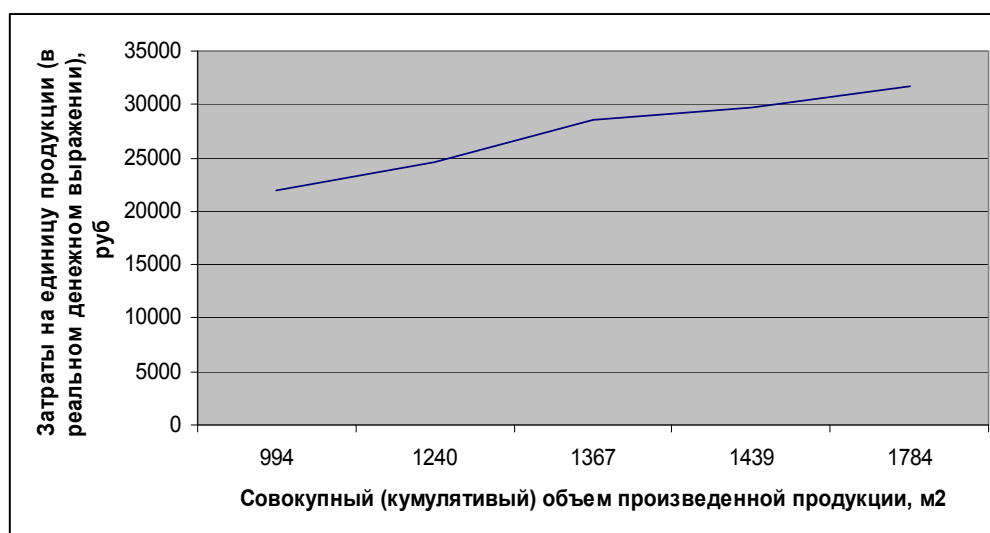


Рис. 5. Кривая опыта строительной отрасли Саратовской области

Таким образом, можно констатировать снижение издержек производства строительных предприятий Саратовской области, и как следствие, повышение их опыта.

Общая характеристика конкурентной среды строительной отрасли приведена в табл. 11.

²⁴ <http://gaap.ru/articles/49675/>

Т а б л и ц а 11

Конкурентная среда строительной отрасли Саратовской области

Показатель конкурентной среды	Характеристика показателя конкурентной среды
1	2
1. Размер рынка	По объемам производства рынок постоянно растет, по объемам потребления отмечалось резкое снижение в 2009 г., однако в 2010 г. объемы потребления снова стали приближаться к объемам производства, т.е. динамика положительна
2. Размах конкуренции	На рынке сформирована региональная конкуренция. Имеется достаточное количество производителей и покупателей. Осуществляются как массовые, так и индивидуальные застройки. Практически отсутствуют на рынке игроки из других регионов, в том числе иностранные производители
3. Темп роста рынка и стадия жизненного цикла, на которой находится отрасль	Темпы роста рынка характеризуются логарифмической моделью, т.е. рынок динамично растет, отрасль находится на стадии зрелости
4. Число конкурентов и их относительный размер	Конкуренция в отрасли возрастает, увеличивается доля крупных и средних строительно-монтажных предприятий
5. Число покупателей и их относительный размер	Наблюдается устойчивый рост спроса на продукцию, т.е. увеличение числа покупателей; увеличивается доля покупателей «элитного жилья» т.е. увеличение размера покупателей; цены на вторичном рынке жилья превышают цены на первичном рынке, что объясняется политикой строительных организаций по увеличению объемов строительства за счет «долевого строительства», что также приводит к увеличению числа покупателей
6. Легкость входа на рынок и выхода с рынка (входной и выходной барьеры)	Вход на рынок не затруднен, выход с рынка не требует существенных усилий и затрат
7. Темп технологических изменений	В целом темп технологических изменений снижается, однако наблюдается появление новых технологий и материалов

1	2
8. Степень дифференциации производимых товаров и услуг строительными предприятиями Саратовской области	Продукция дифференцирована, источники финансирования разнообразны (за исключением смешанной формы финансирования)
9. Рентабельность отрасли	Рентабельность отрасли удовлетворительная, строительные организации получают прибыль в целом достаточную для направления на расширение производства и социальную сферу
10. Кривая опыта отрасли	Кривая опыта отрасли свидетельствует о снижении издержек на производство, росте производительности труда и повышении опыта строительных организаций

Список литературы

1. Акимов В.В., Макарова Т.Н., Мерзляков В.Ф., Огай К.А. Экономика отрасли (строительство). – М.: ИНФРА-М, 2009.

2. Акмаева Р.Е. Повышение социальной ответственности менеджеров отечественных предприятий в условиях посткризисного развития // Инновационная деятельность. – 2009. – № 4. – С. 16–21.

3. Акофф, Р. Основы исследования операций / Р. Акофф, М. Сасиенн. – М.: Мир, 1971. – 534 с.

4. Акофф, Р. О целеустремленных системах / Р. Акофф, Ф. Эмери. – М.: Советское радио, 1974. – 272 с.

5. Алевра Д.Б., Строкин К.Б. Оценка потенциала повышения конкурентоспособности строительного предприятия // Проблемы современной экономики. – СПб., 2010. – №2 (30).

6. Александрова Е.Н. Инновационный фактор конкурентного позиционирования национальной экономики в системе мирохозяйственных связей: выводы международных сопоставлений / Е.Н. Александрова, К.И. Шевченко // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – №2. – С.14-20.

7. Афонина И.А. О роли стратегического планирования в повышении конкурентоспособности промышленных предприятий // Микроэкономика. – 2012. – №2. – С.60-64.

8. Ахмадов М.М. Конкурентоспособность фирмы: содержание категорий. – URL: // http://www.mstu.edu.ru/publish/conf/1Intk/section8/section8_32.html

9. Ахмадов М.М. Фирма и оценка ее конкурентоспособности. – URL: // http://www.mstu.edu.ru/publish/conf/1Intk/section8/section8_30.html

10. Бакалягин Г.Б. Конкурентоспособность малого предпринимательства // Вопросы статистики. – 2009. – №8. – С.81-84.
11. Барабанов А. Оценка конкурентоспособности региона // Пробл. теории и практики управл. – 2011. – №3. – С.69-81.
12. Баранчеев В. Систематизация знаний в повышении конкурентоспособности // Маркетинг. – 2007. – №5. – С.3-17.
13. Баранчеев С.В. Качество ротации состава менеджеров как фактор конкурентоспособности организации // Менеджмент сегодня. – 2006. – №5. – С. 294-305
14. Баринаева Л.С. Основные направления научно-технического прогресса в промышленности строительных материалов России. – СПб.: Изд-во Стройиздат, 2004. – 42 с.
15. Баумгартен Л. Конкурентоспособность туристских услуг: методы оценки // Пробл. теории и практики управл. – 2010. – №3. – С.42-49.
16. Богомолова И. Повышение конкурентоспособности бренда / И.Богомолова, З.Гаврилова // Маркетинг. – 2010. – №4. – С.69-78.
17. Богомолова И.П., Хохлов Е.В. Анализ формирования категории конкурентоспособность региона как фактора рыночного превосходства экономических объектов // Маркетинг в России и за рубежом. – С. 113-119.
18. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.
19. Бородин К.Г. Оценка конкурентоспособности продукции в условиях современной торговли // Пробл. прогнозирования. – 2006. – №3. – С.84-95.
20. Вагапов С.Ю. Аналитический инструментарий управления конкурентоспособностью строительной организации // Экономические науки. – 2010. – № 3 (64). – С. 161-163.
21. Васильева А.В. Оценка конкурентоспособности предприятия дорожного хозяйства / А.В.Васильева, Ю.А.Шевченко // Методы менеджмента качества. – 2007. – №11. – С.11-15.
22. Васильева З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка/ З.А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №2. – С. 83-90.
23. Васькова Е. В. Взаимосвязь конкурентоспособности национальной экономики и налоговой политики государства: автореф... канд. экон. наук: 08.00.01. – Иркутск:[б. и.],2006. – 22 с.
24. Вайсман Е.Д. Повышение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе инновационной модели развития: дис... д-ра экон. наук. – Челябинск, 2011.
25. Великанов Н.С. Факторы конкурентоспособности рынка консалтинговых услуг России через призму вступления в ВТО // Микроэкономика. – 2010. – №2. – С.125-128.

26. Верстина Н.Г., Еленева Ю.Я. Обеспечение конкурентоспособности строительных предприятий на основе стоимостного подхода // Экономика строительства. – М.: «Стройинформация», 2004. – №4. – С. 3.
27. Верховский Е.И., Дидковский В.М. Состояние и проблемы развития подрядных торгов в строительстве // Экономика строительства. – 2000. – №12. – С. 50–54.
28. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Современная экономическая энциклопедия / Г.С. Вечканов. – СПб.: Лань, 2002. – 880 с.
29. Власова Ж.И. Оценка конкурентоспособности консалтинговых компаний на российском рынке / Ж.И. Власова // Инновации. – 2006. – №4. – С. 108-110.
30. Войцеховская И. Конкурентоспособность как интегральный показатель эффективности предприятий // Проблемы теории и практики управл. – 2006. – №3. – С.108-113.
31. Воробьева Ж.Л. Оценки информационной конкурентоспособности региональных рынков труда. Поиск эффективных решений // Уровень жизни населения регионов России. – 2011. – №11. – С.93-97.
32. Воронов Д.С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, анализ, пути повышения. – URL: <http://vds1234.narod.ru/?21.html>
33. Гайфутдинова О.С. Инновационная конкурентоспособность как фактор укрепления национальной экономической безопасности // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2009. – №19. – С.8-12.
34. Гамидов Г.С. Инновации и конкурентоспособность – главные факторы устойчивого развития промышленных предприятий // Инновации. – 2009. – №1. – С. 85-91
35. Гафуров И.Р. Задачи инновационного развития России и мировой рейтинг конкурентоспособности / И.Р.Гафуров, В.Л.Васильев // Инновации. – 2012. – №4. – С.81-93.
36. Гельвановский М.И. Конкурентоспособность национальной экономики и задачи государственной статистики // Вопросы статистики. – 2006. – №3. – С.3-13.
37. Горбашко Е. Конкурентоспособность стран. Ее оценка в преодолении последствий экономического кризиса / Е.Горбашко, И.Дюков, К.Туманов // Стандарты и качество. – 2009. – №10. – С.66-70.
38. Гражданский кодекс Российской Федерации: [принят Гос. Думой 21 октября 1994 года]. – Часть 1 (в ред. Федеральных законов № 18 – ФЗ от 20.02.96, № 111 – ФЗ от 12.08.96, № 138-ФЗ от 08.07.99).
39. Грузинцева Н.А. Проектирование производственной конкурентоспособности потребительской продукции / Н.А. Грузинцева, М.А. Сташева, Б.Н. Гусев // Методы менеджмента качества. – 2006. – №10. – С. 16-19.

40. Гумба Х.М. Выбор методов управления конкурентоспособностью строительных организаций // Экономика строительства. – 1999. – №6. – С. 16 – 32.
41. Гумба Х.М. Экономика строительных организаций. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. – 238 с.
42. Гусева М.Н. Управление обеспечением конкурентоспособности предпринимательских структур в строительстве: моногр. – М.: Архитектура-С, 2011 – 400 с.
43. Гусева М.Н. Управление обеспечением конкурентоспособности предпринимательских структур в строительстве: дис.... д-ра экон. наук. – М., 2012.
44. Дорожкин В.Р. Оптимизация стоимости строительной продукции // Экономика строительства. – 1997. – № 5. – С. 40 – 46.
45. Дорожкин В.Р. Система ценообразования в строительстве // Экономика строительства. – 2002. – № 9. – С. 47 – 53.
46. Ерохина Е. Методика оценки конкурентоспособности предприятия на рынке. – URL: <http://www.aimpress.ru/2004-12/index.xml>
47. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования. – М.: Финпресс, 1998. – 192 с.
48. Жигжитова И.В. Повышение конкурентоспособности региона в условиях экологических ограничений (на примере Республики Бурятия) // ЭКО. – 2010. – №4. – С.160-169.
49. Жук И.Н. Конкурентоспособность страховой организации и ее кластерное обеспечение // Страховое дело. – 2009. – №12. – С.17-23.
50. Жук И.Н. Построение рейтинга конкурентоспособности страховых компаний // Страховое дело. – 2011. – №1. – С.27-30.
51. Жук И.Н. Совершенствование модели управления персоналом как фактор повышения конкурентоспособности страховой организации // Страховое дело. – 2009. – №11. – С.22-27.
52. Жуковская В.М. Конкурентные позиции России на сырьевых рынках Европы / В.М.Жуковская, И.Н.Трофимова, Н.Т.Чертко // Вопросы статистики. – 2006. – №5. – С.33-41.
53. Жуковская В.М. Удельная оплата труда – индикатор конкурентоспособности // Вопросы статистики. – 2009. – №7. – С.3-12.
54. Звягин А.С. Определение конкурентного преимущества при проведении подрядных торгов // Повышение эффективности функционирования строительного комплекса в современных условиях: сб. науч. тр. / ред. В.В. Бузырев. –СПб.: СПбГИЭА, 1998. – С. 48–59.
55. Зеленин А.А. Конкурентные преимущества экологического менеджмента // Стандарты и качество. – 2007. – №1. – С. 81.

56. Зеленский А.А. Повышение конкурентоспособности предприятий промышленности строительных материалов: автореф. канд. экон. наук: 08.00.05. – Белгород: [б. и.], 2006. – 24 с.
57. Злоченко А.Р. Конкурентное позиционирование совместного предпринимательства в моделируемой экономике: автореф. канд. экон. наук: 08.00.05. – Екатеринбург [б. и.], 2006. – 22 с.
58. Золотов В.А. Аутсорсинг – бизнес-стратегия и способ повышения конкурентоспособности компании // Железнодорожный транспорт. – 2006. – №6. – С. 56-60.
59. Золотов А.В. Рост реальной заработной платы и повышение конкурентоспособности экономики // Уровень жизни населения регионов России. – 2010. – №5. – С.98-104.
60. Иванец В.К. Разработка и сертификация систем качества предприятиями строительного комплекса России / В.К. Иванец, В.С. Резниченко, В.Р. Дорожкин // Экономика строительства. – 2000. – №12. – С. 35–41.
61. Иванов И.Н. Проблемы конкурентоспособности отечественных металлургических предприятий / Иванов И.Н., Фукова Д.Ю. // Микроэкономика. – 2010. – №1. – С.105-109.
62. Иноземцев В.Л. Конкурентоспособность России: иллюзии, реальность и перспективы // Россия и совр. мир. – 2008. – №1. – С.5-25.
63. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью / под ред. С.Г. Светунькова. – URL: // <http://www.marketing.spb.ru>.
64. Иовлева О. В. Инновационная деятельность как фактор конкурентоспособности предприятия: автореф... канд. экон. наук: 08.00.05. – Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2006. – 27 с.
65. Кара А. Оценка конкурентоспособности специалистов на основе комплексной системы показателей // Пробл. теории и практики управл. – 2011. – №7. – С.36-44.
66. Качалов В.А. Внедрение и сертификация системы качества – основа для повышения конкурентоспособности предприятия. – URL: //<http://www.asutp.ru>.
67. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство: пер. с англ. / под ред. А. Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.
68. Клековкин Л.И. Системный подход к пониманию конкурентоспособности как фактор устойчивого развития экономики // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – №17. – С.32-38.
69. Ключков В.В. «Теорема роста»: угрозы и возможности для российской экономики / В.В.Ключков, М.В.Тимченко // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2012. – №25. – С.2-13.
70. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части второй (постатейный). – Изд. 3-е, испр. И доп. – М.: КОНТРАКТ; ИНФРА-М, 1998. –799 с.

71. Кондратьев В. Минерально-сырьевые ресурсы как фактор глобальной конкурентоспособности // *Мировая экономика и междунар. отношения.* – 2010. – №6. – С.20-30.
72. Конкурентоспособность и стратегические направления развития региона / под ред. А.С. Новоселова. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2008. – 527 с.
73. Конкурентоспособность России в 90-е годы: Межстрановой макроэкон. анализ / М.И. Гельвановский, И.В. Бушмарин, В.М. Жуковская, В.Л. Малышев. – М., 2000. – 125 с.
74. Конкурентоспособность России в глобальном экономическом пространстве: (Докл. по материалам Учен. совета ин-та 22 нояб. 2000 г.) / Дынкин А.А., Куренков Ю.В., Адно Ю.Л., Афонцев С.П. – М., 2001. – 150с.
75. Корабельников В. М. Стратегия предпринимательства / В. М. Корабельников. – СПб.: СПбГИЭУ, 2001. – 145 с.
76. Кормишкина Л.А. Конкурентоспособный тип воспроизводства в национальной экономике: объективная необходимость и методология формирования // *Нац. интересы: приоритеты и безопасность.* – 2011. – №32. – С.25-31.
77. Кравченко Е.Г. Обеспечение конкурентоспособности санаторно-курортных организаций региона (на материалах федерального курорта Сочи): автореф... канд. экон. наук: 08.00.05. – Кисловодск:[б. и.],2006. – 27 с.
78. Кремнев А. В. Многомерные оценки результативности хозяйствования и преобразования строительных организаций. Научное издание / А. В. Кремнев, Л. Ф. Манаков, В. В. Моисеенко. – Новосибирск: НГАСУ, 2004. – 46 с.
79. Кристенсен К. Разрушительные перемены / К. Кристенсен, М. Овердорф // *Искусство управления.* – 2001. – № 5.
80. Кудашева Ю.С. Оценка конкурентоспособности коммерческих банков // *Деньги и кредит.* – 2006. – №11. – С. 46-52.
81. Кудров В.М. К оценке конкурентных позиций стран в современном мире // *Вопросы статистики.* – 2006. – №5. – С.3-13
82. Кузаев А. Разработка модели конкурентоспособности для нефтегазовых предприятий на основе концентрации капитала // *Аспирант и соискатель.* – 2010. – №5. – С.12-15.
83. Кузьмин Д. Национальная конкурентоспособность, глобальное равновесие и мировая валютная система // *Мировая экономика и междунар. отношения.* – 2011. – №3. – С.17-23.
84. Кулаков В. О глобальной конкурентоспособности России / В.Кулаков, З.Алиев // *Власть.* – 2010. – №5. – С.60-63.

85. Кучуков Р. Проблемы конкурентоспособности народного хозяйства / Р.Кучуков, А.Савка // Экономист. – 2008. – №8. – С.3-12.
86. Лебедев Д.С. Основные направления расширенного институционального анализа конкурентоспособности страны // Микроэкономика. – 2010. – №6. – С.159-165.
87. Либерман И.А. Современные проблемы ценообразования и определения себестоимости подрядных работ // Экономика строительства. – 2003. – №7. – С. 27 – 45.
88. Липсиц И.В. Конкурентоспособность российской промышленности / И.В.Липсиц, Е.А.Вигдорчик, В.К.Кашин // ЭКО. – 1997. – №5. – С.75-85; №6. – С.55-62.
89. Листопад М.Е. Конкурентоспособность как определяющий критерий национальной экономической безопасности // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – №22. – С.56-60.
90. Лобода Л. Конкурентоспособность компаний в сфере консалтинга // Маркетинг. – 2006. – №4. – С.74-85.
91. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь. Словарь современной экономической науки. – 4-е изд., переработ, и доп. – М.: АБФ, 1996. – 704 с.
92. Лукинов О.В. Оценка конкурентоспособности строительных предприятий: автореф. дис.... канд. экон. наук. – М., 2003. – С12.
93. Лысенко Е.Н. Формирование и развитие конкурентного потенциала строительных предприятий при участии в подрядных торгах (на примере Брянского региона): автореф. дис.... канд. экон. наук. – СПб., 2006. – 18 с.
94. Магомедов М.Ю. Управление конкурентоспособностью строительной кооперации: теория, методология, практика: дис.... д-ра экон. наук. – Махачкала, 2005.
95. Магомедов Ш. Метод оценки конкурентоспособности предприятия розничной торговли / Ш.Магомедов, И.Койчакаев // Маркетинг. – 2007. – №5. – С.91-102.
96. Межов И. Инновационно-ориентированное предприятие: предплановый анализ конкурентоспособности / И.Межов, П.Казаринова // Пробл. теории и практики управл. – 2012. – №4. – С.106-112.
97. Менеджмент в строительстве / под ред. И.С. Степанова. – М.: Юрайт, 1999. – 540с.
98. Менеджмент качества в строительстве: монография / под общ. ред. Ю.К. Углова, В.А. Чернышева. – Н.Новгород, 2012. – 218 с.
99. Менеджмент организации / под ред. З.П. Румянцевой. – М.: ИНФРА-М, 2007. – С. 115.

100. Меркулова Ю. Роль фактора времени в достижении оптимального ресурсного потребления и конкурентоспособного товарного предложения // Общество и экономика. – 2011. – №2. – С.84-130.

101. Мигин С. Оценка соответствия в техническом регулировании: особенности рынка и влияние на конкурентоспособность российских предприятий // Вопросы экономики. – 2009. – №11. – С.124

102. Минин А.А. Маркетинговое планирование. Российская практика. – М.; СПб.: Вершина, 2007. – 238 с.

103. Млоток Е. Принципы маркетингового исследования конкуренции на рынке. – URL: // <http://www.marketing.spb.ru>.

104. Модельный подход к комплексной оценке конкурентоспособности строительного предприятия / В. Б. Мелехин [и др.] // Экономика строительства. – 2006. – №6. – С. 9-15.

105. Морозов В. Формирование конкурентных преимуществ в отрасли // Маркетинг. – 2011. – №5. – С.90-99.

106. Нестерович Н.В. Конкурсные торги на закупку продукции для государственных нужд / Н.В. Нестерович, В.И. Смирнов; под ред. А.Г. Свиначенко. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 360 с.

107. Нешиной А. Конкурентоспособность и условия воспроизводства / А. Нешиной, О. Сухарев // Экономист. – 2005. – №3. – С.3-12.

108. Никаноров, С. П. Системный анализ: этап развития методологии решения проблем в США // Системное управление – проблемы и решения. – 2001. – Вып. 12. – С. 62–87.

109. Новикова А.С. Инвестиционная привлекательность региона как фактор повышения его конкурентоспособности: автореф. канд. экон. наук: 08.00.05. – Ставрополь:[б. и.], 2006. – 20 с

110. Нурулина О.В., Трофимова Т.П. Конкурентные преимущества предприятий ЖКХ для привлечения инвесторов // Экономика, предпринимательство и право. – 2012. – № 4 (15). – С. 18-24.

111. Огородов С. Роль государства в повышении конкурентоспособности российских производителей // Пробл. теории и практики управления. – 2002. – №1. – С.46-51.

112. Олливье А., Дайан А., Урсе Р. Международный маркетинг: пер. с фр. – М.:1993 .

113. Оптнер С. Системный анализ для решения деловых и промышленных проблем. – М.: Советское радио, 1969. – 216 с.

114. Организационно – экономическое обеспечение конкурентоспособности строительных организаций: автореф. дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05 / Нижегород. гос. архитектур.-строит. ун-т. – Н.Новгород, 2003.

115. Основные положения порядка проведения подрядных торгов (конкурсов) на строительство объектов и выполнение строительномонтажных и проектных работ для государственных нужд.

116. Осодоева О. А. Методология формирования и институциональное регулирование конкурентоспособности территориально-организационных экономических систем: автореф... д-ра экон. наук: 08. 00.05. – Улан-Удэ: Издательство ВСГТУ, 2006. – 43 с
117. Экономика строительства. – 1998. – №4. – С. 15 – 22.
118. Панов А.И. Стратегический менеджмент: учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 240 с.
119. Пахомов А.А. Конкурентоспособность российской экономики и отечественных компаний в глобальном измерении: внешнеэкономический аспект // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. – 2011. – №2. – С.55-66.
120. Плотников А.Н. Финансирование инновационной деятельности в строительстве: учеб. пособие. – Саратов: Сарат. гос. тех. ун-т, 2010. – 135 с.
121. Письмо Минфина России от 28.05.2007 № 03-03-06\1\333.
122. Письмо Минфина России от 03.04.2007 № 03-03-06\1\207.
123. Письмо Минфина России от 25.05.2007 № 03-03-06\1\309.
124. Повышение конкурентоспособности российской экономики // Общество и экономика. – 2006. – №11-12. – С.118-124.
125. Пономаренко Е.Е. Моделирование организационного механизма рынка труда инвестиционно-привлекательного региона как условие повышения конкурентоспособности человеческих ресурсов / Е.Е.Пономаренко, А.Н.Молочников // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – №12. – С.37-44.
126. Прибыткова Г. Конкурентоспособность как индикатор инвестиционной привлекательности организаций // Инвестиции в России. – 2006. – №9. – С. 38-42.
127. Проблемы повышения конкурентоспособности российской экономики: из доклада Всемирного банка / Всемирный банк // Общество и экономика. – 2006. – №11/12. – С. 118-124.
128. Проблемы формирования российской инновационной системы и развития конкурентоспособности предприятий / под ред. В.В. Титова. – Новосибирск: ИЭОПП, 2009. – 279с.
129. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 2002. – 480 с.
130. Распоряжение губернатора Санкт-Петербурга №551 – р от 16.12.96 (в ред. Распоряжения губернатора Санкт-Петербурга № 1218 – р «О порядке организации и проведения подрядных торгов в строительстве, реконструкции, реставрации и капитальном ремонте объектов городского заказа»).
131. Резник С.Д. Сочилова А.А. Основы личной конкурентоспособности» серия «Высшее образование / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С. Д. Резника. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010.

132. Розов Д.В. Развитие конкурентной экономики – как базис оптимизации обновления основного капитала // Финансы и кредит. – 2006. – №10. – С. 43-50.

133. Романова А.И. Методологические проблемы экономического развития инвестиционно-строительного комплекса в условиях конкурентной среды: дис.... д-ра экон. наук. – М., 2003.

134. Российская промышленность на этапе роста: факторы конкурентоспособности фирм / под ред. К.Р. Гончар, Б.В. Кузнецова. – М.: Вершина, 2008. – 479 с.

135. Рузакова О.В. Информационный фактор развития и конкурентоспособности предприятий в новой экономике // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2006. – №2. – С. 68-74.

136. Рутберг Ф. «Развивать те научные направления, где мы конкурентоспособны. . .»: интервью с акад. РАН директором Ин-та проблем электрофизики Ф. Рутбергом // Инновации. – 2007. – № 1 – С. 69-72.

137. Садовникова Н.А. Статистическая оценка эффективности строительных организаций: проблемы методологии. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 272 с.

138. Сальников В.А. Конкурентоспособность отраслей российской промышленности – текущее состояние и перспективы / В.А. Сальников, Д.И. Галимов // Проблемы прогнозирования. – 2006. – № 2. – С. 55-82.

139. Семенцов А.М. Как сделать логистику уникальной ключевой конкурентной компетенцией // Логистика сегодня. – 2007. – № 1. – С. 4-11

140. Сероштан М.В. Конкурентоспособность потребительской кооперации: теория, методология, оценка: дис.... д-ра экон. наук. – Белгород, 2000.

141. Симановский А. М. Проблемы в практике проведения подрядных торгов // Экономика строительства. – 2002. – №10. – С. 31 – 39.

142. Сирченко К.В. Интернет-торговля как способ повышения конкурентоспособности предпринимательских организаций: автореф... канд. экон. наук: 08.00.05. – М.: [б. и.], 2006. – 23 с.

143. Славова Л.Д. Конкурентоспособность молодого специалиста в современных реалиях. – URL: http://rusnauka.com/9/EISN_2007/Economics/21465/doc.htm

144. Смирнов В.В. Теоретизация понятийного образа «эффективная конкурентоспособность экономики» // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – №21. – С.36-44.

145. Соколова Л.В. Адаптация предприятий к условиям рынка. – Харьков: ФОРТ, 1996. – С89.

146. Соломенникова Е.А. Проблемы исследования конкурентоспособности предприятия // Вестник НГУ. Сер. Соц.-экон. науки. – 2010. – Т.10, вып.4. – С.116-123.

147. Сорокожердьев В.В. Модернизационные механизмы обеспечения конкурентоспособности и качественного экономического роста / В.В.Сорокожердьев, З.М.Хашева // Экон. наука соврем. России. – 2010. – №4. – С.131-134.
148. Составление смет в строительстве на основе сметно-нормативной базы 2001 года: практ. пособие. – М., СПб., 2003. – С.508.
149. Спесивцева С. Профессионализм персонала как фактор конкурентоспособности организации // Пробл. теории и практики управл. – 2009. – С.108-113.
150. Становление рыночной системы государственных закупок в России / В.И. Смирнов [и др.]; под ред. В.И. Смирнова, Н.В. Нестеровича, И.М. Ахметзянова. – Казань: Бизнес Инфо-Сервис, 2000. – 320 с.
151. Стаханов В.Н. Маркетинг строительства: учеб. пособие / В.Н. Стаханов, Е.К. Ивакин. – М.: ПРИОР, 2001. – 144 с.
152. Степанов И.С. Маркетинг в подрядном строительстве / И.С. Степанов, С.С. Романова //10 лет кафедре «Экономика и управление в строительстве»: сб. науч. тр.: вып.2 / под ред. И.С. Степанова, В.А. Лукинова и Р.Р. Темишева. – М.: МГСУ, 1999. – С.111–138.
153. Степанов И.С. Экономика строительства: учебник / под общей ред. И.С. Степанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М. : Юрайт-Издат, 2007. – 620 с.
154. Строительство в России: стат. сб. / Госкомстат России. – М., 2000. – 253 с.
155. Строительство в России. 2002: стат. сб. / Госкомстат России. – М., 2002. – 254 с.
156. Строкин К.Б. Формирование концептуального подхода к управлению развитием строительного предприятия / К.Б. Строкин // Вестник ИНЖЭКОНа, сер. Экономика. Вып. 2 (29). – 2009. – С. 329-331.
157. Строкин К.Б. Управление процессом развития строительного предприятия: теория и практика: Монография / К.Б. Строкин. – СПб.: СПбГУЭФ, 2009.
158. Субботина Т. Россия на распутье: два пути к международной конкурентоспособности / Т. Субботина // Вопросы экономики. – 2006. – №2. – С. 46-64.
159. Субботин А.К. Проблемы конкурентоспособности ведущих российских компаний // Россия и современный мир. – 2002. – №2. – С.154-166.
160. Сучков Д.В. К вопросу о развитии информационных технологий как фактора повышения конкурентоспособности России // Микроэкономика. – 2011. – №4. – С.23-26.
161. Сюкияйнен Л. – URL: <http://www.bms-co.ru/article.php?id=16>.

162. Табекина О.А. Формирование конкурентоспособности предприятий строительного комплекса на основе устойчивого развития: автореф... канд. экон. наук: 08.00.05. – Н. Новгород: [б. и.], 2006. – 24 с.
163. Тамбиева Р.А. Интенсивность работ, риск простоев и прибыль строительного предприятия / Р.А. Тамбиева // Экономика строительства. – 1998. – №2. – С. 21 – 25.
164. Тамбиева Р.А. Оптимизация интенсивности освоения СМР на объекте по критерию прибыли строительного-монтажной организации // Экономика строительства. – 1998. – №1. – С. 26 – 31.
165. Тарануха Ю.В. Предприятие и предпринимательство в трансформируемой экономике. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2003. – 368 с.
166. Тарханов О.В. К вопросу о кооперации: практика, гипотезы, анализ // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2012. – №25. – С.14-24.
167. Тациян Г. Конкурентоспособность наукоемкой продукции // Маркетинг. – 2009. – №2. – С.10-17.
168. Тациян Г. Мониторинг конкурентоспособности наукоемкой продукции // Маркетинг. – 2011. – №2. – С.24-28.
169. Темишев Р.Р. Влияние крупности контрактов на долгосрочную эффективность функционирования подрядной строительной фирмы // Экономика строительства. – 1999. – №5. – С. 45–50.
170. Терек А. Конкурентоспособность научно-исследовательских работ // Регион: экономика и социология. – 2011. – №1. – С.275-293.
171. Тимофеев А. Вариант модельного анализа конкурентоспособности предприятий промышленной отрасли (на примере шинной промышленности) // Рос. экон. журнал. – 2007. – №7-8. – С.90-92.
172. Тихомирова Е.И. Конкурентоспособность регионов Российской Федерации в условиях экономического роста: методология статистического исследования: дис.... д-ра экон. наук. – Самара, 2007.
173. Томпсон А.А. мл. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: учебник для вузов / А.А. Томпсон мл., А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. – М.:ИНФРА–М, 2001. – 412 с.
174. Томпсон-мл. А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. – М., 2006.
175. Трофимова Г.К. Конкурентная стратегия фирм и банков / Г.К. Трофимова, И.В. Сапрыкин. – М., 2001. – 214с.
176. Трофимова И.Н. Качество рабочей силы и национальная конкурентоспособность (сопоставительный анализ) // Вопросы статистики. – 2009. – №7. – С.13-21.
177. Туркова Е. Повышение конкурентоспособности предприятия // Пробл. теории и практики управл. – 2007. – №4. – С.100-107.

178. Указ Президента РФ №305 «О первоочередных мерах по предотвращению коррупции и сокращению бюджетных расходов при организации закупки продукции для государственных нужд» от 08.04.97 г.
179. Фадеев А.М. Повышение конкурентоспособности российских поставщиков при освоении арктических нефтегазовых месторождений / А.М.Фадеев, А.Е.Череповицын, Ф.Д.Ларичкин // ЭКО. – 2012. – №4. – С.163-180.
180. Фальцман В.К. Оценка инвестиционных проектов и предприятий. – 2-е изд. – М.: ТЕИС, 2001. С28.
181. Фасхиев Х.А., Костин И.М. Обеспечение конкурентоспособности грузовых автомобилей на этапе разработки. – Набережные Челны: Изд-во Камского политехн. Института, 2001. – 349 с.
182. Фасхиев Х.А., Гараев И.М. Анализ состояния проблемы управления конкурентоспособностью организации сферы услуг. – URL: <http://www.kampi.ru/scitech/base/nomer15/1disk/stat1.html>.
183. Фасхиев Х.А. Оценка экономической эффективности качества и конкурентоспособности изделий // Вестник машиностроения. – 2000. – №10. – С.59–66.
184. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Маркетинг, 2002. – 892 с.
185. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 312 с.
186. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: учебник. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Дело, 2001. – 448 с.
187. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез, 1998г».
188. Федеральный закон от 9 января 1996 г. № 2-ФЗ «О защите прав потребителя» (с изменениями на 21 декабря 2004 года) // Приложение к «Российской газете». – 2005. – №13.
189. Федеральный Закон №97-ФЗ «О конкурсах на размещение заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных нужд» от 13.05.99 г.
190. Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. от 18.07.2011) //Российская газета. – №162. – 27.07.2006.
191. Федеральный закон от 27.12.2002 №184-ФЗ «О техническом регулировании».
192. Федулова Л.И. Украина и Россия в рейтинге глобальной конкурентоспособности: технологии и инновации // Россия и совр. мир. – 2012. – №1. – С.149-160.
193. Фокин С. – Конкурентоспособность стран мира. – URL: // <http://georpub.narod.ru>.

194. Фомин Б.Ф. Понятие конкурентоспособности предприятия. – URL: <http://среб.ru/index.php?pt=42421362>.

195. Фридман Ю.А. Конкурентные преимущества и инновационность экономики регионов / Ю.А.Фридман, Г.Н.Речко, А.Г.Лимонов // Регион: экономика и социология. – 2011. – №1. – С.33-49.

196. Хайруллина М.Г. Методы управления конкурентоспособностью интегрированной торговой структуры // Вестн. НГУ. Сер. Соц.-экон. науки. – 2003. – Т.2, Вып.2. – С.58-72.

197. Хануз М.Д. От перераспределения благ к созданию процветания: выводы из индекса глобальной конкурентоспособности / М.Д.Хануз, А.Праздничных; предисловие К.Шваба // Вопросы экономики. – 2011. – №8. – С.4-40.

198. Хаханов Ю.М. Межорганизационное сотрудничество – стратегия альянсов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. – 2012. – №1. – С.20-36.

199. Хезлетт Девид, Колье Даглас, Парсонс Брайен, Смирнов Евгений. Подготовка к тендеру – оценка стоимости строительства. Публикация European Construction Ventures Ltd. ССЕ. С – П, сентябрь 1995.

200. Хмелев А.С. Влияние системы управления качеством на конкурентоспособность строительной организации: дис..... канд. экон. наук. – СПб., 2005 181 с.

201. Хмелева В.А. Методика оценки влияния инновационной активности строительного предприятия на конкурентоспособность строительной продукции // Российское предпринимательство. – 2012. – № 4 (202). – С. 95-100.

202. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 528 с.

203. Хрусталева Б.Б. Экономика, организация и управление предприятиями строительного комплекса: моногр. /Б.Б. Хрусталева, Ю.С. Артамонова, А.А. Еремкин, И.В. Сироткин. – Пенза: Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, 2006. – 114 с.

204. Хрусталева Б.Б. Основные направления становления и эффективного развития рационального инвестиционно-строительного комплекса. – Пенза: ПГАСА, 2001.

205. Царев В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология. – М., 2008.

206. Цветкова Е.А. Современные тенденции развития жилищного строительного рынка // Российское предпринимательство. – 2012. – № 4 (202). – С. 102-104.

207. Цемент П.Е. Конкурентоспособность строительной отрасли / П.Е.Цемент, В.В.Алещенко // ЭКО. – 2011. – №8. – С.167-182.

208. Цуканов В.Х., Малько С.И. Качественная металлургия как фактор конкурентоспособности развития региона // Микроэкономика. – 2009. – №6. – С.87-91.
209. Цыгичко А. Высокая цена конкурентоспособности // Экономист. – 2003. – №1. – С.31-36.
210. Чайков М.Ю. Интеллектуальная собственность как ресурс повышения конкурентоспособности предприятия // Консультант директора. – 2006. – № 1. – С. 9-11.
211. Чайникова Л.Н. Развитие методологии формирования и функционирования системы управления конкурентоспособностью регионов: дис.... д-ра экон. наук. – М., 2011.
212. Чаплина А. Конкурентоспособность как интегральный показатель эффективности предприятия /А. Чаплина, И. Войцеховская // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 3. – С. 108-113.
213. Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: НОВОСТИ, 2000. – 256 с.
214. Чередниченко И.А. Управление человеческим капиталом и социальными отношениями как фактор конкурентоспособности предприятия / И.А. Чередниченко, Е.И. Дудкина // Актуал. пробл. совр. науки. – 2012. – №3. – С.11-14.
215. Черемисина Т.П. Индекс конкурентоспособности России как индикатор инновационности ее экономики // Вестник НГУ. Сер. Соц.-экон. науки. – 2010. – Т.10, №2. – С.112-123.
216. Черников А.В. Планирование развития конкурентоспособности предприятия // Вестн. Моск. ун-та. Сер.6. Экономика. – 2007. – №3. – С.57-66.
217. Черников А.В. Современные инновационные инструменты повышения конкурентоспособности компании / А.В.Черников, В.А.Редько // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. – 2011. – №5. – С.41-62.
218. Черный А.С. К вопросу повышения конкурентоспособности национальной экономики // Актуал. пробл. совр. науки. – 2011. – №1. – С.28-32.
219. Чернышов В.Н. Ч-497 Теория систем и системный анализ : учеб. пособие / В.Н. Чернышов, А.В. Чернышов. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2008. – 96 с.
220. Черняк В.З. Экономика и управление на предприятии (строительство). – М.: КНОРУС, 2009.
221. Шакиров Р. Предварительная квалификация претендентов по их конкурентоспособности // Конкурсные торги. – 2002. – № 5 – 6. – С. 65 – 68.
222. Шакиров Р. Б. Развитие подрядных торгов в строительстве // Экономика строительства. – 2002. – №7. – С. 38 – 45.

223. Шамрай Ю. Глобальный финансовый кризис и конкурентоспособность России во внешнеэкономической сфере // Пробл. теории и практики управл. – 2009. – №10. – С.52-58.
224. Шаститко А. Адвокатирование конкуренции как часть конкурентной политики / А.Шаститко, С.Авдашева // Вопросы экономики. – 2005. – №12. – С.109-121.
225. Шарипов М.Ш. Экономическое обеспечение конкурентоспособности потребительской кооперации на рынке продовольственных товаров: теория, методология, практика: дис.... д-ра экон. наук. – Новосибирск, 2011.
226. Швандар К. Человеческий капитал как важная составляющая международной конкурентоспособности // Человек и труд. – 2006. – №1. – С. 54-56.
227. Швец И. Ю. Анализ развития теории конкурентоспособности // Проблемы экономики и управления. – 2005. – № 3. – С. 44-49.
228. Шеремет. А.Д. Теория экономического анализа. – М.: ИНФРА–М, 2011.
229. Шефов А.А. Особенности маркетинговой политики проектных организаций // Экономика строительства. – 2002. – № 12. – С. 45 – 52.
230. Шеховцева Л.С. Конкурентоспособность региона: факторы и метод создания // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №4. – С. 11–16.
231. Шibaкова Т.В . Конкурентоспособность российских предприятий в современных рыночных условиях: дис.... канд. экон. наук. – М., 2009. – С.112-113.
232. Шихалев С.Л. Теория пространственной конкуренции как основа определения пространства товарного рынка: автореф. канд. экон. наук: 08.00.01. – Кемерово: [б. и.],2006. – 24 с.
233. Школкина Н.В. Российский АПК на пути повышения конкурентоспособности и финансовой устойчивости // Нац. проекты. – 2012. – №3. – С.32-35.
234. Эсетова А.М., Магомедов Х.М-М., Гамидов Т.А. Управление развитием строительных предприятий на основе взаимодействия производственного и рыночного потенциала //Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Технические науки. Прил. №8. – С.155–160.
235. Экономика строительства / под ред. И.С. Степанова. – М.: Юрайт, 2000. – 416 с.
236. Экономическая стратегия фирмы: учеб. пособие / под ред. А.П. Градова. –3-е изд., испр. – СПб.: Спец – Лит, 2000. – 589 с.
237. Юданов А. Выбор стратегии – решающий фактор конкурентоспособности // Высшее образование в России. – 2006. – №9. – С. 39-46.
238. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. – М.: Гном и Д, 2003.

239. Яковлев Г.И. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий: теория и практика (на материалах работы предприятий промышленности): дис..... д-ра экон. наук. – Самара, 2007.

240. Яичников Е.А. Оценка конкурентоспособности строительной фирмы // Экономика строительства. – 1997. – №4. – С. 46 – 52.

241. Яненко М. Б. Формирование конкурентных стратегий торговых предприятий на основе концепции маркетинга: автореф... д-ра экон. наук: 08.00.05. – СПб.: [б. и.], 2006. – 38 с.

242. Ясин Е. Конкурентоспособность и модернизация российской экономики / Е. Ясин, А. Яковлев // Вопр. экономики. – 2004. – №7. – С.4-34.

243. Hayes R. H. Dynamic Many factoring / R.H. Hayes, S.C. Wheelwright, K.B. Clark. – N.Y. : The FREE PRESS, 1988. – 158 с.

244. Porter M. E. How Competetitive Forces Shape Strategy / M.E. Porter // Harvard Business Review 57. – № 2 (March – April 1979). – Pp. 137 – 145.

245. http://www.buyusa.gov/kazakhstan/build/groups/public/@bg_kz/

246. documents/webcontent/bg_kz_037697.pdf

247. <http://среб.ru/about.html> Понятие конкурентоспособности предприятия

248. http://science-bsea.bgita.ru/2008/ekonom_2008-2/silkina_konkur.htm

249. http://www.jeducation.ru/1_2007/80.html

250. <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2405>

251. <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0041/>

252. <http://dic.academic.ru /dic.nsf/business/10031>.

253. www.financial-analysys.ru

254. <http://stroitel.livejournal.com/861696.html>

255. <http://ristr.spa.msu.ru/research/building.php>

256. <http://www.rmnt.ru/story/realty/206697.htm>

257. <http://www.4p.ru/index.php?page=1837>

258. <http://www.stroinauka.ru/index.asp>

259. <http://www.aup.ru/authors/asaul/>

260. <http://vds1234.narod.ru/?31.html>

Раздел 5. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРИМЕРЕ МОРСКИХ ТРАНСПОРТНЫХ УЗЛОВ

Глава 9. ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ МОРСКИХ ТРАНСПОРТНЫХ УЗЛОВ

Конкурентная стратегия представляет собой совокупность правил на долгосрочную перспективу, являющихся основой для принятия решений относительно разработки мер и определения средств, целью которых является формирование конкурентного преимущества объекта. Для реализации стратегии составляется программа действий, направленных на выявление проблем, расстановку акцентов, а также определение ресурсов.

Необходимым условием успеха конкурентной стратегии, на наш взгляд, является прогнозирование состояния объекта в долгосрочной перспективе с учетом особенностей развития, как самого объекта, так и его конкурентной среды, что и определило структуру дальнейшего исследования.

Согласно известной концепции М.Е. Портера, «ключевым элементом внешней среды фирмы является отрасль или отрасли, в которых она конкурирует» [180, с. 37]. По его мнению, именно структура отрасли «в значительной мере определяет конкурентные правила игры, а также варианты стратегии, разрабатываемые для фирмы, в то время как силы, действующие вне отрасли, играют в основном относительную роль, поскольку внешние факторы, как правило, влияют на все фирмы отрасли» [180, с. 37]. В этой связи, а также принимая во внимание, что МТУ является элементом отрасли морского транспорта, проведем анализ вышеуказанной отрасли в контексте составляющих ее элементов.

Отрасль морского транспорта состоит из пяти взаимосвязанных элементов: флот (осуществляет морские перевозки), морские порты (морские транспортные узлы), выполняющие погрузо-разгрузочные операции, промышленные предприятия, оказывающие услуги по ремонту судов, путевое хозяйство, средства связи и электрорадионавигации [39]. При этом следует отметить отсутствие конкуренции между ее отдельными элементами (конкурируют только предприятия, входящие в состав одного элемента), а также тот факт, что судовладельцы (элемент флот) выступают в качестве покупателей, а МТУ и судоремонтные предприятия – в качестве продавцов услуг. Остальные элементы отрасли являются инфраструк-

турными, поэтому их влияние на взаимодействие покупателей и продавцов в исследовании не рассматривается.

Следовательно, при формировании конкурентной стратегии МТУ, видится необходимость в проведении анализа конкурентной среды узла, а также интенсивности конкуренции в элементе «порты», что позволит выявить ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе.

Согласно концепции Е.М. Портера, на состояние конкуренции в отрасли существенное влияние оказывают пять конкурентных сил [180]: конкуренция в отрасли, угроза прихода новых конкурентов, угроза замены товара или услуги, зависимость от потребителей, зависимость от поставщиков.

В качестве потенциальных, а также существующих конкурентов МТУ в данном случае следует рассматривать все виды транспорта, составляющие конкуренцию морскому, отечественные морские порты и узлы, иностранные морские порты, находящиеся в пределах отдельного бассейна. К группе «покупатели» отнесем грузовладельцев и судовладельцев. Принимая во внимание специфику деятельности морского транспортного узла, в качестве субститутов, будем рассматривать его потенциальных конкурентов, которые в будущем будут «продавать» свои услуги.

Под поставщиками в морском транспортном узле, по нашему мнению, следует понимать поставщиков ресурсов, необходимых для его функционирования: электроэнергия, оборудование и др. Однако, учитывая, что МТУ, являясь активным потребителем различных видов ресурсов рассматривается как очень выгодный корпоративный клиент, а также тот факт, что поскольку узел должен обеспечивать непрерывный погрузочно-разгрузочный процесс, при его строительстве часто проектируются свои собственные инфраструктурные подразделения, деятельность которых освобождает узел от заключения контрактов на покупку определенных ресурсов (например, крупнейшая стивидорная компания новороссийского транспортного узла ОАО «НМТП» имеет свою собственную телефонную станцию), рыночная власть поставщиков существенно уменьшается.

Принимая во внимание вышеизложенное, становится очевидным, что специфика работы МТУ вносит свои коррективы в расстановку сил, определяющих отраслевую конкуренцию: силами, оказывающими максимальное влияние на формирование конкурентной стратегии МТУ, являются угроза появления новых конкурентов (продавцов услуг) и рыночная власть покупателей услуг. Рассмотрим влияние вышеуказанных сил на формирование конкурентной стратегии МТУ.

Основная деятельность МТУ направлена на обеспечение перевалки каботажных, импортных и экспортных грузов, поэтому при выборе маршрута следования грузов его конкурентами являются: все виды транспорта, составляющие конкуренцию морскому в пределах данного

региона РФ (рис. 6), отечественные и иностранные морские порты и транспортные узлы, расположенные в пределах данного бассейна.

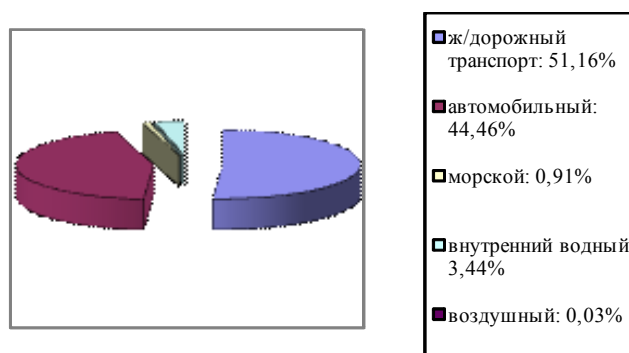


Рис. 6. Структура коммерческих перевозок грузов в 2011 году, % [158]

Как видно из рис. 6, на внутренний водный и морской транспорт приходится довольно незначительная доля перевозок коммерческих грузов (4,35 %). Вместе с тем, по сравнению с наземными видами транспорта морской обладает следующими конкурентными преимуществами: низкая себестоимость перевозки одной тонны груза, способность совершать межконтинентальные перевозки, значительная грузоподъемность, что позволяет осуществлять перевозки крупногабаритных, а также насыпных, навалочных и наливных грузов большими партиями [39]. В этой связи, наземные виды транспорта не всегда могут составить морскому достойную конкуренцию, через морские порты проходит более 80 % российских внешнеторговых грузов), поэтому в исследовании в качестве основных конкурентов МТУ рассматриваются только морские порты и транспортные узлы, как отечественные, так и иностранные. Особо отметим, что поскольку в настоящий момент статистическая информация, отражающая грузооборот, а также иные показатели функционирования МТУ, представлена в официальных и иных источниках в контексте их географического расположения (на территории отдельного морского порта), в исследовании выполняется анализ статистических данных по морским портам России.

Согласно исследованиям, проведенными специалистами ФГУП «Росморпорт» [220], при условии включения в грузооборот российских портов грузов, перегружаемых через порты Балтии и Украины, доля российских портов в мировом грузообороте приближается к 5 %. Следовательно, по грузовому потенциалу морской торговли Россия входит в число 6 ведущих стран мира (наряду с КНР, США, Японией, Великобританией и Австралией) [220]. Объемы перевалки грузов через морские порты стран мира представлены в табл. 12.

Т а б л и ц а 1 2

Объемы перевалки грузов через морские порты стран мира [220]

Грузооборот портов	Страны
Более 1 млрд. тонн/год	Китай, США
От 500 до 1000 млн. тонн/год	Япония, Великобритания, Австралия, Россия
От 300 до 500 млн. тонн/год	Италия, Нидерланды, Сингапур, Испания, Франция, Индия, Бразилия
От 100 до 300 млн. тонн/год	Германия, Норвегия, ЮАР, Турция, Бельгия, Швеция, Дания, Греция, Украина, Мексика, Саудовская Аравия
От 50 до 100 млн. тонн/год	Канада, Финляндия, Ирландия, Португалия, Польша, Латвия, Эстония, Аргентина, Чили, Колумбия

Статистические данные ассоциации морских портов России [44-50] показывают, что сегодня основная доля перегрузки каботажных и внешне-торговых российских грузов приходится на Балтийский и Азово-Черноморский бассейны (рис. 7).

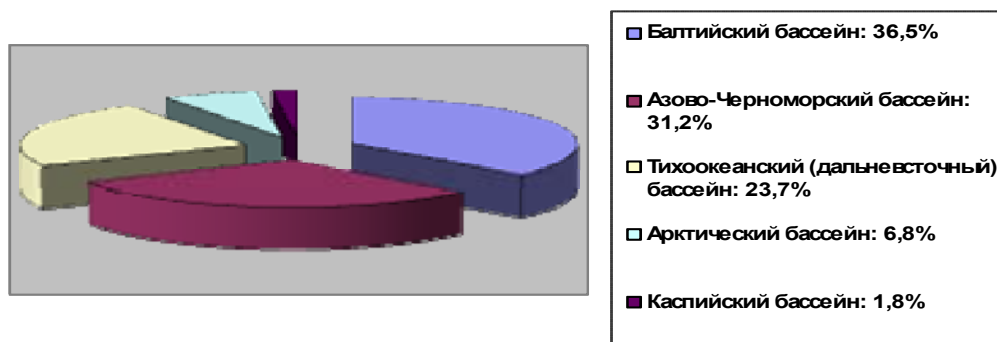


Рис. 7. Доля перегрузки грузов в морских бассейнах России за 2012 год, % [44-50]

При этом следует отметить, что, несмотря на единство всех морских портов как части единой транспортной системы страны, каждый морской бассейн имеет свои особенности.

Например, в Арктическом бассейне основную долю составляют внешнеторговые грузы (72,2 %). Доля каботажных грузов – 27,8 % [220]. Все порты бассейна (кроме незамерзающего Мурманска) большую часть года работают в условиях низких температур, поэтому для обеспечения нормальной работы необходимы портовые ледоколы, что увеличивает стоимость судозахода. На Балтийском бассейне порты в основном осуществляют перевалку внешнеторговых и транзитных грузов (каботажные грузы составляют менее 1 % грузооборота) [220] и являются конечными пунктами российских участков международных транспортных коридоров

«Восток-Запад» и «Север-Юг». При этом следует особо отметить, что для посещения крупнейшего порта бассейна (Санкт-Петербург) требуется ледовая проводка. Порты Азово-Черноморского бассейна являются конечными пунктами российского участка международного транспортного коридора «Север-Юг». Каботажные грузы в их грузообороте составляют около 1 %. Основные порты (Новороссийск и Туапсе) не замерзают, что существенно снижает стоимость судозахода.

Каспийский бассейн ориентирован на внешнеторговые и транзитные грузы: каботажные грузы составляют 4,3 % [220]. Особенности Каспийского бассейна обусловлены его географическим положением. В настоящее время на побережье Каспия находятся пять стран: Россия, Азербайджан, Казахстан, Туркменистан, Иран. Интересы этих стран во многом не совпадают, и поэтому их согласование требует длительного переговорного процесса, что негативно влияет на организацию перевозок по международному транспортному коридору «Север-Юг» [220].

В Тихоокеанском бассейне в основном перегружаются внешнеторговые грузы: доля каботажных грузов составляет 12,1 %. Порты Восточный, Находка, Владивосток и Ванино являются главными элементами железнодорожно-морских транспортных узлов [220]. Особенности в работе и развитии портов Тихоокеанского бассейна обусловлены их удаленностью от центральных областей России, а также близостью к странам Азиатско-Тихоокеанского региона (Китая, Японии, Южной Кореи). Порты Приморья являются конечными пунктами международного транспортного коридора «Восток-Запад».

Согласно статистическим данным АСОП, в течение рассматриваемого периода ведущими морскими портами России (по грузообороту) являются Высоцк, Калининград, Мурманск, Санкт-Петербург, Усть-Луга, Приморск, Новороссийск, Туапсе, Ванино, Владивосток, Восточный, Находка (рис. 8).

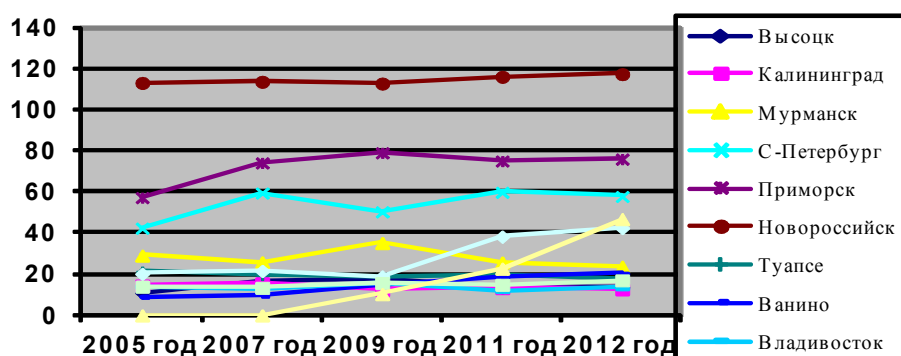


Рис.8. Грузооборот ведущих морских портов России за 2005-2012 годы, млн тонн [44-50]

Как видно из диаграммы (см. рис.8), ведущие порты страны можно условно разделить на две группы (по грузообороту): Высоцк, Калининград, Усть-Луга, Приморск, Владивосток, Находка, Туапсе – до 30000 тыс. тонн и Мурманск, Санкт-Петербург, Приморск, Новороссийск, Восточный – свыше 30000 тыс. тонн.

Принимая во внимание, что суммарный грузооборот портов второй группы составляет более 60 % от общего грузооборота, приходим к заключению, что именно они являются основными портами страны (рис. 9).

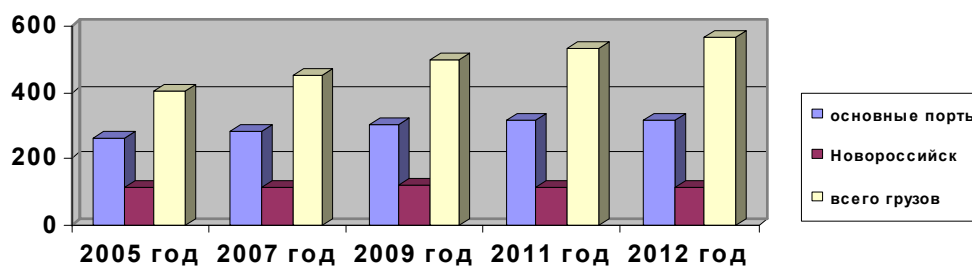


Рис. 9. Грузооборот основных морских портов России за 2005-2012 годы в сравнении с общим грузооборотом портов, млн тонн [44-50]

Особо отметим, что грузооборот порта Новороссийск составляет пятую часть (от 20 % до 25 %) всех перегружаемых через причалы стивидорных компаний грузов. Именно поэтому его называют важнейшим портом юга России [44-50, 220] и одним из основных портов страны. Прогноз развития вышеперечисленных портов, выполненный экспертами ФГУП «Росморпорт», также подтверждает, что именно порты второй группы являются основными, поскольку к 2030 году их грузооборот должен увеличиться в два, а по некоторым и в три раза.

Главными отечественными конкурентами основных портов страны являются ведущие порты, расположенные с ними в одном географическом бассейне. Так, например, конкурентом Новороссийска является Туапсе. Восточному порту составляют конкуренцию Находка, Владивосток, Ванино. Порт Санкт-Петербург конкурирует с Усть-Лугой, Приморском, Калининградом. Все вышеперечисленные ведущие порты развиваются интенсивно, что подтверждает устойчивая тенденция роста их грузооборота. Следовательно, можно сделать вывод о том, что конкурирующие между собой отечественные порты находятся сегодня в фазе «зрелости». Также исследования статистических данных АСОП показали, что большинство морских портов обрабатывают одни и те же грузопотоки [44-50, 153-158], т.е. они являются конкурентами, работающими в одном сегменте. Обобщая вышеизложенное, приходим к заключению, что отечественные МТУ, расположенные в одном бассейне, работают сегодня в жестких конкурентных условиях. Вместе с тем Арктический и Тихоокеанский

морские бассейны в некоторой степени ориентированы на перегрузку каботажных грузов, в то время как Балтийский и Азово-Черноморский обеспечивают в основном внешнеторговые связи (каботажные грузы составляют менее 1 % грузооборота. В этой связи данные бассейны вынуждены работать в условиях конкуренции с портами Украины и Балтии, что детерминировано их недостаточной пропускной способностью и иными причинами.

Основными иностранными конкурентами отечественных МТУ из ближнего зарубежья (по данным АСОП [44-49]) являются: Вентспилс, Рига, Маарду (Балтийский бассейн), Ильичевск, Одесса, Южный (Азово-Черноморский бассейн).

В качестве положительного момента следует отметить, что сегодня наблюдается тенденция снижения объемов перевалки внешнеторговых грузов портами Балтии и Украины: в 2007 году эта цифра составила 21,52 %, в 2008 – 21,50 %, в 2009 – 18,04 %, в 2010 – 16,44 %, в 2011– 17,09 %, а в 2012– 14,29 % (рисунок 10).

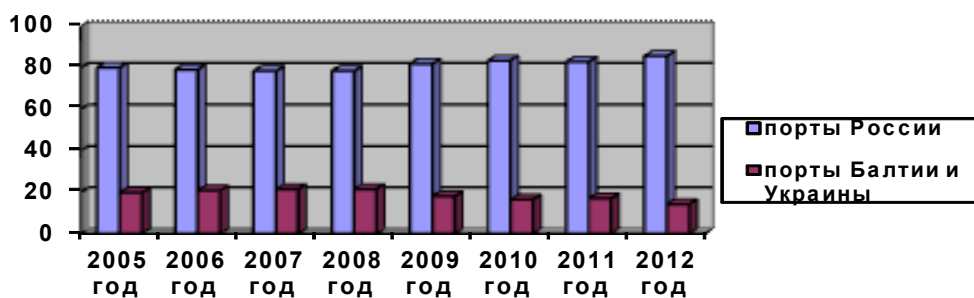


Рис.10. Динамика структуры перевозок российских внешнеторговых грузов через порты России, Балтии и Украины за 2005-2012 годы, % [44-50, 153-158]

Однако, как подчеркивают аналитики [65, 67, 124, 125], это в основном произошло вследствие ввода новых мощностей: строительство терминалов, дополнительных перегрузочных комплексов и др. Конкурентоспособность отечественных МТУ пока, к сожалению, остается на достаточно низком уровне, что подчеркивают «практики», выступающие в качестве покупателей услуг [31, 42, 66, 205]. Вместе с тем, анализ структуры грузопотоков, прошедших через порты Балтии и Украины, показывает, что ежегодно через их причальные фронты переваливается около 40 млн. тонн наливных грузов.

Принимая во внимание, что стоимость перевалки одной тонны наливных грузов в среднем составляет 1,8 доллара США, каждый год Россия «не получает» порядка 72,0 млн долларов США. Это, безусловно, негативно отражается на сальдо платежного баланса страны и актуализирует решение проблемы повышения конкурентоспособности отечественных морских транспортных узлов.

Также отечественные МТУ конкурируют с иностранными портами дальнего зарубежья: основными конкурентами тихоокеанских МТУ являются порты Японии (Токио, Кобе) и Кореи (Пусан). Существует угроза и со стороны Китая, который через Северную Корею (порт Раджин) осуществляет доставку грузов, минуя Приморье [183]. Серьезным конкурентом Мурманска является порт Киркенес (Северная Норвегия): судовладельцы отмечают, что хотя порт Мурманск расположен недалеко, российские рыболовецкие суда с удовольствием заходят в Киркенес, поскольку вся процедура обработки судна осуществляется здесь намного быстрее [51]. Основными зарубежными конкурентами Санкт-Петербурга являются порты Финляндии: Хельсинки, Хамин-Котка. Грузооборот иностранных конкурентов Тихоокеанского и Балтийского бассейнов представлен на рис. 11.

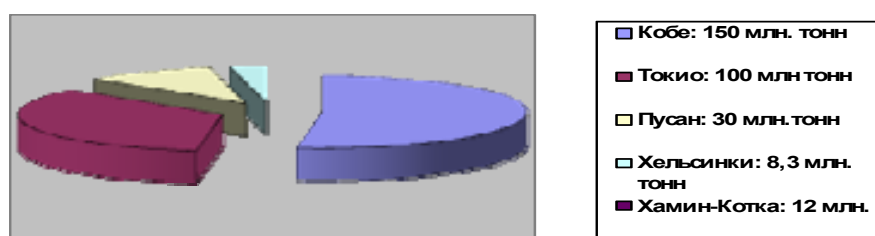


Рис. 11. Грузооборот иностранных конкурентов Тихоокеанского и Балтийского бассейнов, млн тонн

В каспийском регионе находятся 9 основных морских портов: 3 порта – в России (Оля, Астрахань и Махачкала), 3 – в Иране (Энзели, Нека и Амирабад), 1 – в Азербайджане (Баку), 1 – в Казахстане (Актау) и 1 – в Туркменистане (Туркменбаши). Именно через эти порты проходят до 98 % грузоперевалок Каспия. Остальные каспийские порты не обладают развитой инфраструктурой и осуществляют незначительные объемы перевалки грузов. Основными видами перевозимых на Каспии грузов являются нефть, сталь, контейнеры, лесоматериалы и бумага, доля которых составляет 72 % от общего объема грузоперевозок. Вместе с тем, необходимо отметить, что отечественные «каспийские» порты проигрывают конкурентным по грузообороту: их доля в общем грузообороте бассейна составляет 21,31 % (в 2009 году) и 17,0 % (к 2018 году, прогноз). Данный факт объясняется недостаточно развитой портовой инфраструктурой, отсутствием необходимого количества производственных мощностей, а также климатическими условиями (в порту Астрахань требуется ледокольная проводка). Грузооборот всех российских портов данного бассейна в 2012 году составил менее 10 млн. тонн (данные АСОП, [44-50], что не позволяет назвать эти порты основными. Поэтому в монографии вышеназванные порты не рассматриваются.

Анализ слабых и сильных сторон отечественных МТУ, выполненный аналитиками при формировании стратегии развития портовой инфраструктуры [220], и непосредственно автором (как дополнение к уже полученным результатам).

При этом в качестве основных отрицательных факторов, которые могут оказать негативное влияние на конкурентоспособность МТУ, следует отметить низкий процент использования транзитного потенциала страны, негибкость тарифной политики, наличие конкуренции, прежде всего со стороны сопредельных государств, а также качество сервиса (что, мнению автора, вызвано низким уровнем доверия и слабой приверженностью ценности взаимоотношений между деловыми партнерами). Это актуализирует необходимость разработки конкурентной стратегии МТУ на долгосрочную перспективу, на основе концепций, максимально учитывающих реальные условия и особенности функционирования транспортных узлов.

Далее выполним оценку влияния на расстановку сил в отрасли покупателей услуг, в качестве которых выступают грузовладельцы и судовладельцы, причем как отечественные, так и иностранные.

Сегодня одним из перспективных направлений развития морских перевозок являются контейнерные (рис. 12).

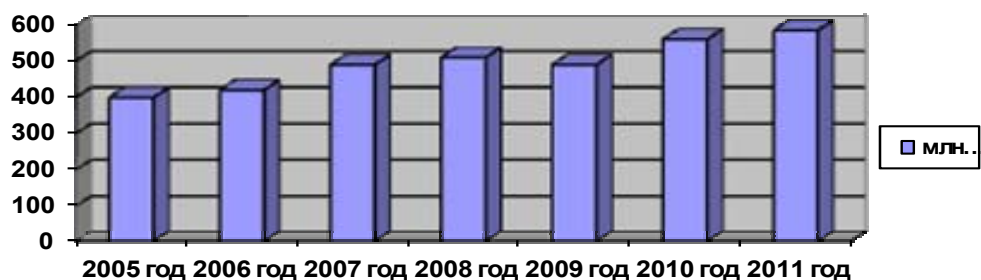


Рис.12. Мировой объем перевозок контейнеров, млн TEU [220]

В этой связи многие ведущие порты мира ориентируются на перевалку генеральных грузов в контейнерах: в Роттердаме – 80 %, в Гонконге – 87 %, в Сингапуре – 92 %, в Гамбурге – 96 %, в Лонг-Бич – 99 % от грузооборота порта. Оборот контейнеров ведущих портов мира представлен на рис. 12.

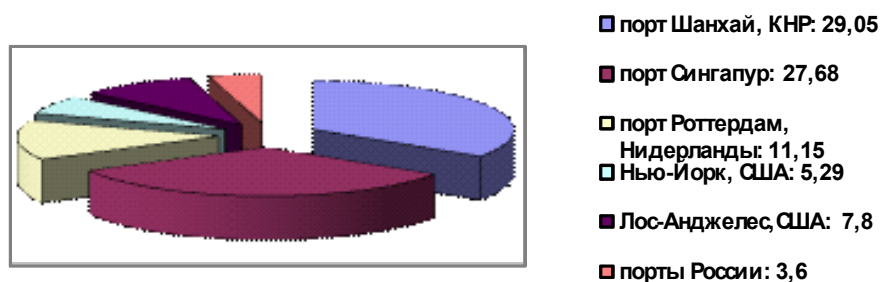


Рис.13. Оборот контейнеров ведущих портов мира, млн TEU в год [220]

Однако доля российских портов в мировом морском контейнерном грузообороте пока крайне незначительна: из 610,4 млн. TEU в морском мировом контейнерном грузообороте в морских портах России в 2010 году было переработано 3,6 млн. TEU или менее 1 % [220]. Вместе с тем, существует устойчивая тенденция его роста (рис. 14).

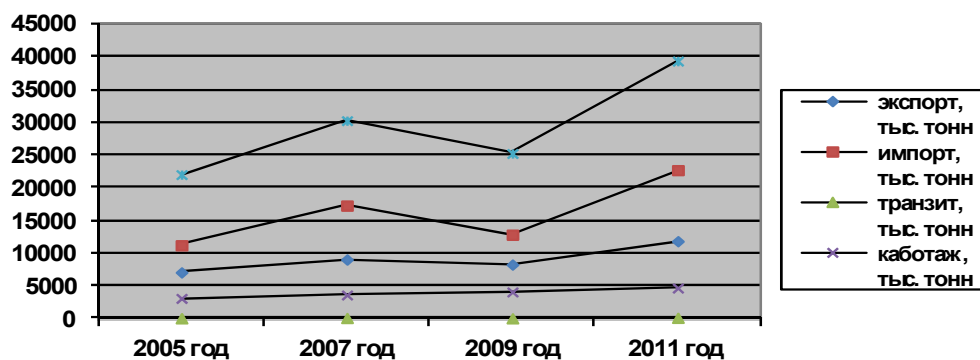


Рис.14. Контейнерооборот отечественных морских портов России за 2005-2011 годы, тыс. тонн [44-49]

Очевидно, что при сохранении темпов перевалки такого количества контейнеров, России потребуются строительство новых специализированных перегрузочных терминалов, а также модернизация и реконструкция действующих, что усилит рыночную власть покупателей (причем как со стороны грузовладельцев, так и со стороны судоходных компаний, специализирующихся на контейнерных перевозках).

Анализ покупателей услуг стивидорных компаний основных портов страны (проведенный автором на основе изучения годовых отчетов морских компаний, а также Интернет-ресурсов [312-318]), показал, что покупателями портовых услуг являются как отечественные, так и иностранные компании.

Основными клиентами ОАО «Морской порт Санкт-Петербург» являются: ОАО «НЛМК», ОК РУСАЛ, ОАО «Сибирская угольная энергетическая компания», ОАО «Северсталь», ОАО «ОХК «УРАЛХИМ», «ФосАгро», BLG LOGISTICS, Finnlines Group [313, 314]. Основные партнеры ОАО «Мурманский морской торговый порт» – это «Coeclerici Coal and Fuels S.p.A», «Mechel Energy AG», «Krutrade AG», «SUEK AG» (уголь) [315].

В порту Восточный функционируют следующие судоходные линии: Japan Trans Siberian Line (JTSL), Korean Soviet Direct Line (KSDL), FESCO China Direct Line (FCDL), Sinokor Merchant Marine, American President Line, каботажная линия FML (FESCO Magadan Line), каботажная линия «КЛС Камчатка», каботажная линия «КЛС Сахалин», Sakhalin Shipping Company, ZIM, MAERSK Line и другие [316]. ООО «Приморский торговый порт»

оказывает погрузочно-разгрузочные услуги более чем пятидесяти российским и зарубежным нефтяным компаниям, крупнейшими из которых являются ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Газпром нефть», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «ТНК-ВР Холдинг», ОАО «Сургутнефтегаз», АО «КазТрансОйл» [317].

Согласно данным годовых отчетов группы ОАО «НМТП» (новорооссийский транспортный узел), основными клиентами компаний являются: ЗАО «Транснефть-Сервис», ОАО «Новолипецкий металлургический комбинат», Felion Limited, ОАО «НК Роснефть», ЗАО «Зим РАША», Cargill, Exim Grain, Valars S.A., Agrico Trade & Finance и др. [318].

Анализ судозаходов показал, что основные и ведущие порты России посещают как отечественные, так и иностранные суда.

При этом особо, на наш взгляд, следует отметить, что, как видно из диаграммы, в Новороссийск, Туапсе и Санкт-Петербург в основном заходят иностранные суда, поскольку перевозка внешнеторговых грузов, которые в этих бассейнах являются основными, осуществляется, как правило, иностранными судами. Это обусловлено неудовлетворительным состоянием отечественного флота, а также переходом российских судов под иностранные флаги по причине высоких налогов и других факторов, которые детерминируют сокращение доли судов, работающих под флагом России (рис. 15).

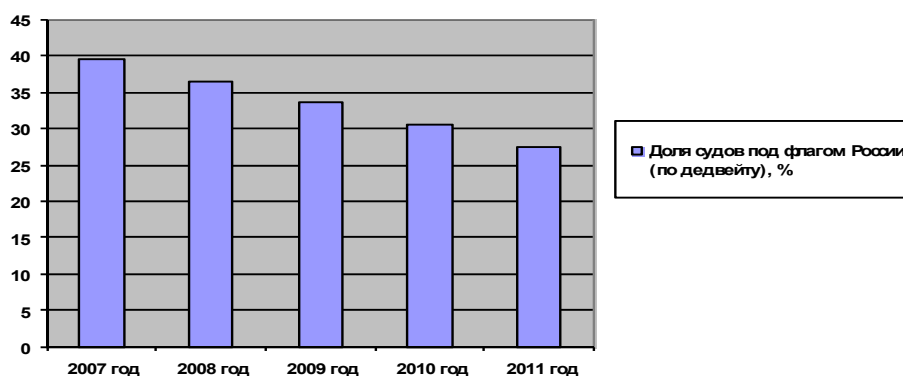


Рис.15. Динамика доли судов под флагом России (по дедвейту) за 2007-2011 годы, % [158]

В этой связи наблюдается устойчивая тенденция роста объемов перевозок грузов морским флотом, контролируемым российскими судовладельцами, под иностранным флагом (рис. 16).

Обобщая вышеизложенное, приходим к заключению, что вследствие особенностей морских бассейнов, а также по ряду иных причин, покупателями услуг отечественного МТУ являются как российские, так и иностранные компании. Это требует от участников морского узла (при обслуживании клиента) соответствия мировым стандартам, причем не только на уровне пропускной способности, но и в контексте качества

оказываемых услуг, что актуализирует разработку конкурентных стратегий с учетом специфики функционирования узла.

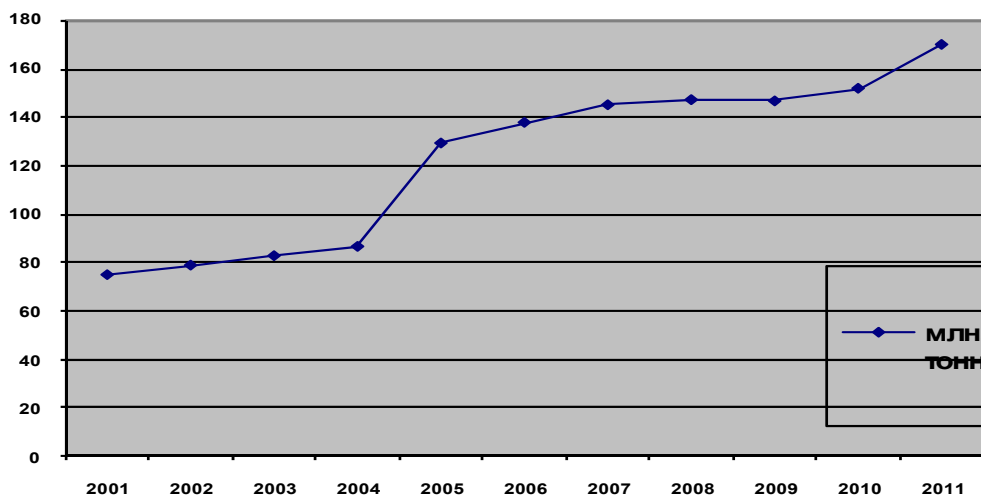


Рис.16. Объемы перевозок грузов морским флотом, контролируемым российскими судовладельцами, под иностранным флагом, за 2001-2011 годы, млн. тонн [158]

Следует также обратить особое внимание и на процесс становления (вследствие внедрения глобализационных и интеграционных процессов на морском транспорте) океанских линейных перевозчиков в качестве глобальных поставщиков транспортных услуг.

Специфика деятельности подобных компаний состоит в том, что, являясь операторами судов, с целью приобретения независимости от портовых терминалов и контроля над грузопотоками, они разрабатывают стратегии по освоению непрофильного бизнеса. Например, такие компании, как, Maersk Line, APL, NYK Line, Mitsui OSK Lines, Hanjin Shipping Co, OOCL и CMA CGM сделали серьезные капиталовложения в развитие морских терминалов, автомобильных и железнодорожных компаний и т.д. [122].

В данном случае судовладельцы разделяются на две категории: покупатели услуг и потенциальные конкуренты, которые представляют более серьезную опасность, чем существующие морские порты вследствие того, что они получают определенный контроль над распределением грузопотоков. В этом случае, расстановка конкурентных сил в отрасли будет иметь вид, представленный на рис. 17.

На формирование конкурентной среды МТУ также оказывает влияние фактор укрупнения стивидорного бизнеса: крупнейшие стивидорные компании предпочитают создавать объединения, причем не только в рамках своего бассейна, но и за его пределами.

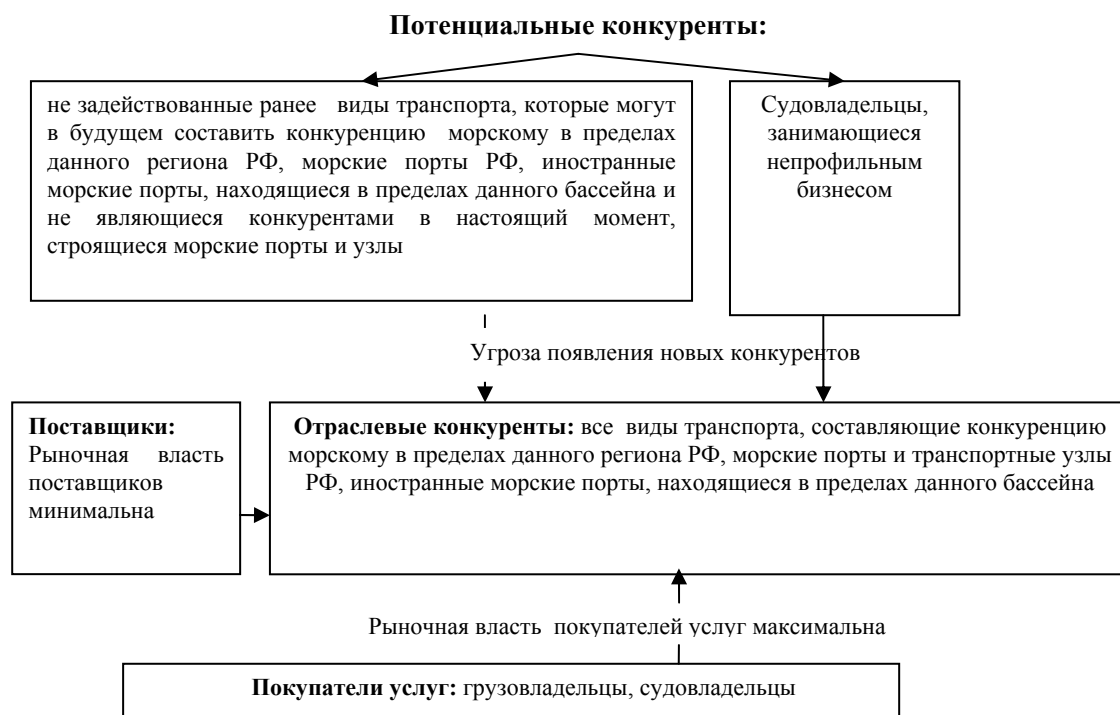


Рис.17. Расстановка конкурентных сил, определяющих отраслевую конкуренцию в сфере функционирования МТУ с учетом выхода на рынок конкурентов-судовладельцев

Одним из ярких примеров формирования такого объединения является холдинг ОАО «НМТП», который, объединив в 2006 году шесть стивидорных и сервисных компаний порта Новороссийск, в 2008 году приобрел контрольный пакет акций балтийской стивидорной компании, а в 2010 году – заключил сделку по приобретению 100 % доли в уставном капитале ООО «Приморский торговый порт» – крупнейшей стивидорной компании в Северо-Западном федеральном округе, оказывающей погрузо-разгрузочные услуги нефтяным компаниям [227, 228].

Отмечены тенденции укрупнения стивидорного бизнеса и на севере страны: стивидорный холдинг «Н-Транс» в начале 2007 года прирастил свои активы, совершив покупку ОАО «Петролеспорт», второго по грузообороту контейнерного терминала в Петербурге [217]. Следовательно, сегодня в стивидорном бизнесе существует опасность монополизации отдельных перегрузочных комплексов, что может негативно отразиться на конкуренции между отдельными стивидорными компаниями, и, как следствие, на конкурентоспособности МТУ.

Обобщая вышеизложенное, приходим к следующим выводам. Сегодня отечественный МТУ вынужден работать в жестких конкурентных условиях. С одной стороны речь идет о «морских» конкурентах, причем как отечественных, так и иностранных морских портах и транспортных узлах, а с другой – о тех видах транспорта (железнодорожный, автомобильный, речной и др.), которые принимают участие в перевозке как

каботажных, так и внешнеторговых грузов. В результате проведенных исследований также было выявлено, что на расстановку конкурентных сил в отрасли значительное влияние оказывает сильная рыночная власть покупателей, что обусловлено спецификой оказываемых услуг. Негативным, на наш взгляд, фактором является укрупнение стивидорного бизнеса, результатом которого является исключительное положение отдельных компаний МТУ.

В этой связи, а также принимая во внимание институциональный характер узла (зависимость его деятельности от взаимодействия составляющих его элементов) сегодня, по мнению автора, актуализируется решение проблемы формирования конкурентной стратегии МТУ на основе новых концепций, учитывающих специфику его деятельности, а также особенности конкурентной среды наиболее полно, что детерминирует повышение конкурентоспособности узла.

Глава 10. ПОЛОЖЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ И АЛГОРИТМ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ МТУ В КОНТЕКСТЕ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Проведенные в первых двух главах работы исследования выявили существующую сегодня проблему низкой конкурентоспособности отечественных МТУ, основными причинами которой являются недостаточная пропускная способность узла, а также низкий уровень ценности портовых услуг. Также исследования показали, что конкурентоспособность узла формируется под влиянием ряда факторов, наиболее важными из которых являются ключевые партнерские отношения:

- компаний, составляющих МТУ (на уровне узла);
- участников МТУ с покупателями услуг;
- участников МТУ с государственными органами местного и федерального уровней (в контексте нормативных правил функционирования узла).

В этой связи, а также принимая во внимание, что МТУ функционирует в жестких конкурентных условиях на уровне внутриотраслевой, межотраслевой и международной конкуренции, актуализируется необходимость разработки концепции формирования конкурентной стратегии узла на основе маркетинга взаимодействия, с учетом особенностей его деятельности.

Предлагаемая автором концепция основывается на гипотезе о том, что одним из перспективных направлений повышения конкурентоспособности МТУ является формирование на основе маркетинга взаимодействия долгосрочных взаимовыгодных партнерских отношений как между компаниями узла (при обслуживании единого покупателя услуг), так и между компаниями и их деловыми партнерами, что детерминирует повышение пропускной способности узла, а также ценности портовых услуг.

Особо отметим, что поскольку деятельность МТУ (в контексте маркетинга взаимодействия) основана на партнерских отношениях компаний узла, ограниченных рамками существующих в нем правил ведения бизнеса, которые определяются спецификой сетевых партнерских отношений и отраслевыми особенностями функционирования узла, видится необходимость формирования МТУ как института сетевых партнерских отношений. Цель создаваемого института состоит в формировании системы управления партнерскими отношениями компаний узла, что повысит его конкурентоспособность.

В этой связи были разработаны основные положения концепции, которые состоят в следующем:

- формирование и развитие взаимоотношений внутри каждой компании и между компаниями МТУ, компаний МТУ с деловыми партнерами на

основе маркетинга взаимодействия, что повышает пропускную способность узла и ценность оказываемых им услуг;

- ориентация на персонификацию партнерских отношений с покупателями, которая детерминирует возникновение долгосрочных деловых связей вследствие максимального удовлетворения их индивидуальных пожеланий;

- формирование в рамках маркетинга взаимодействия партнерских отношений с конкурентами, что обеспечит получение дополнительных конкурентных преимуществ;

- построение взаимоотношений с государственными учреждениями (формирующими правила поведения отдельных хозяйствующих субъектов и МТУ), что детерминирует повышение пропускной способности и ценности оказываемых услуг вследствие оптимизации деятельности МТУ;

- формирование института управления сетевыми партнерскими отношениями компаний МТУ;

- построение межфирменного взаимодействия на основе совместной разработки и использования современных информационных технологий, а также применения маркетинговых инструментов, что повысит пропускную способность узла и ценность портовых услуг вследствие оптимизации производственного процесса и персонификации отношений с деловыми партнерами.

Сформулированные выше положения позволили определить составляющие концепции формирования конкурентной стратегии МТУ на основе маркетинга взаимодействия (рис. 18).

В качестве фундаментальных принципов формирования стратегии выделим принцип детерминизма, принцип системности и принцип развития. К частнонаучным принципам, отражающим специфику изучаемого объекта, а также реальные условия ведения бизнеса отнесем принцип конкуренции, государственного регулирования, построения деловых отношений на основе маркетинга взаимодействия.

С целью реализации предлагаемой концепции автором разработаны следующие практические рекомендации формирования конкурентной стратегии узла:

- формирование МТУ как института, базирующегося на сетевых партнерских отношениях, как основное условие разработки и применения единой концепции управления узлом. Определение МТУ как института обеспечит формирование эффективных правил его функционирования, а также сокращение транзакционных издержек компаний узла, что повысит его конкурентоспособность;

- повышение ценности услуг МТУ через маркетинговое взаимодействие между компаниями и структурами узла и партнерские отношения

компаний и структур узла с деловыми партнерами, детерминируя получение дополнительных конкурентных преимуществ;

– определение типа рыночной ситуации, в которой функционирует объект исследования, что минимизирует вероятность выбора неэффективной конкурентной стратегии;

– повышение конкурентоспособности МТУ и составляющих его компаний вследствие использования институциональных ресурсов;

– создание единой маркетинговой информационной системы МТУ, которая обеспечит оперативный доступ всех его компаний и структур к информационным ресурсам, а также создаст условия для использования институциональных ресурсов узла, что детерминирует увеличение его пропускной способности и повышение ценности оказываемых услуг;

– стимулирование развития отношений с покупателями услуг через внедрение в коммуникативный процесс узла интегрированных маркетинговых коммуникаций, что является важнейшей составляющей успеха в конкурентной борьбе, обеспечивающей эффективное управление взаимоотношениями с клиентами.



Рис.18. Составляющие концепции формирования конкурентной стратегии МТУ на основе маркетинга взаимодействия

Обобщая вышеизложенное, приходим к заключению, что формирование конкурентной стратегии МТУ на основе маркетинга взаимодействия и с учетом специфики его деятельности должно происходить по двум основным направлениям: увеличение пропускной способности МТУ и повышение ценности портовой услуги (рис. 19).



Рис.19. Схема концептуальных положений формирования конкурентной стратегии МТУ на основе маркетинга взаимодействия

С целью практической реализации конкурентной стратегии МТУ, направленной на повышение ценности портовых услуг и пропускной способности узла (в контексте предлагаемой автором концепции), в исследовании предлагается следующий алгоритм ее формирования (рис. 20).

Как показано на рис. 20, начальным этапом формирования конкурентной стратегии МТУ является определение ее целей и задач, что обуславливает четкое понимание направлений, в соответствии с которыми будет проводиться анализ внешней (конкуренты, деловые партнеры, покупатели услуг и т.д.) и внутренней (взаимоотношения между участниками узла) конкурентной среды узла.



Рис.20. Алгоритм формирования конкурентной стратегии МТУ на основе маркетинга взаимодействия

После того, как анализ внутренней и внешней конкурентной среды выполнен, переходим к третьему этапу – разработке стратегии, который предполагает формирование конкурентных преимуществ МТУ одновременно по двум направлениям.

Развитие долгосрочных отношений с покупателями услуг на основе их персонификации и маркетинга взаимодействия реализуется через стремление продавца сформировать длительные взаимовыгодные отношения, ориентированные на выполнение индивидуальных пожеланий.

Формирование системы управления партнерскими отношениями между участниками МТУ (на основе маркетинга взаимодействия) предусматривает создание института сетевых партнерских отношений, практическая реализация которого обусловит консолидацию усилий отдельных продавцов, обслуживающих единого покупателя. В этом случае появляется возможность использования участниками узла институционального ресурса (ресурс партнерского взаимодействия). Это обеспечит получение продавцами дополнительных конкурентных преимуществ с одной стороны вследствие сокращения времени обслуживания (что увеличит пропускную способность узла и снизит расходы судовладельцев и иных участников погрузочно-разгрузочных работ) и с другой – через удовлетворение

индивидуальных пожеланий покупателя при условии обмена информацией такого характера между участниками обработки судозахода.

При условии достижения цели (конкурентные преимущества приобретены) переходим к завершающему этапу – корректировка стратегии с учетом конкурентной среды и типа рыночной ситуации, так как МТУ работает в динамично изменяющихся конкурентных условиях. Если цель не реализована, алгоритм предусматривает возвращение ко второму этапу: проведение более детального анализа внутренней и внешней конкурентной среды МТУ, что обусловит выявление и устранение причин отрицательного результата.

Ключевым этапом разработанного алгоритма является формирование длительных взаимовыгодных отношений между участниками узла (выступающих в качестве продавцов услуг) и их клиентами (покупателями), а также между всеми участниками узла как деловыми партнерами, что обуславливает необходимость в их консолидации.

Учитывая, что выбор формы интеграции компаний МТУ в первую очередь определяется спецификой производственного процесса, а во вторую – степенью готовности партнеров к межфирменному взаимодействию, приходим к выводу о том, что если партнеры в силу специфики производства находятся в сильной зависимости друг от друга, особенно если доминирующими являются формальные отношения с минимальным уровнем доверия, то речь идет о стратегическом альянсе. В случае существования между партнерами доверительных отношений, характеризующихся высокой степенью доверия, что предполагает акцентирование внимания на неформальную основу ведения бизнеса, создаются предпосылки к формированию деловой сети.

С целью определения готовности компаний морского узла (на примере НМТУ) к формированию института на основе маркетинга взаимодействия, автором был проведен опрос среди менеджеров морских компаний среднего и высшего звеньев узла.

На основании проведенных исследований, автор приходит к выводу о том, что сегодня к доверительным партнерским отношениям готовы в основном агентские и экспедиторские компании. На вопрос о трактовке понятия «ценность взаимоотношений», практически все участники анкетирования ответили, что это, на их взгляд, соблюдение контрактных обязательств. При этом довольно незначительное число менеджеров из агентских и стивидорных компаний (5 %) отметили, что под этим понятием они подразумевают доверие между партнерами. И никто из респондентов не акцентировал внимание на том, что ценность взаимоотношений может являться источником приобретения дополнительных конкурентных преимуществ.

На вопрос о целесообразности формирования партнерских сетей с партнерами по бизнесу утвердительно ответили в основном представители агентского и экспедиторского бизнеса (80 %), в то время как «стивидоры» считают, что этот аспект в их работе не главный (83 % опрошенных).

Следовательно, сегодня морские компании, составляющие МТУ при построении партнерских отношений к стремительным переменам пока еще не готовы. Вместе с тем, реальная практика морского бизнеса требует от компаний смещения акцентов существующих стереотипов поведения, что детерминировано ужесточением конкуренции, а также «сетевой» направленностью их деятельности. Речь идет о том, что сегодня морские компании вне зависимости от их желания уже работают в рамках определенной сети по обслуживанию судовладельцев и грузовладельцев. Следовательно, фактически сеть уже существует, но пока она трактуется участниками как совокупность дуальных контрактных отношений, целью которой является обслуживание покупателей услуг. В этой связи, приходим к заключению, что на практике формирование института сетевых партнерских отношений должно происходить в два этапа: на первом этапе – на основе альянса, а на втором – на основе деловой сети, что обеспечит, на наш взгляд, готовность компаний к переходу на новый уровень деловых отношений.

Список литературы

1. ФЗ от 30.04.99 г. №81-ФЗ «Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации»: информационно-правовой портал Гарант = <http://base.garant.ru/>. – URL: <http://base.garant.ru/12115482/>. – 28.02.2013.

2. ФЗ от 8.11.07г. №261-ФЗ «О морских портах в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»: информационно-правовой портал Гарант = <http://base.garant.ru/>. – URL: <http://base.garant.ru/12157006/>. – 28.02.2013.

3. Налоговый кодекс РФ. Ч. 2.: информационно-правовой портал Гарант = <http://base.garant.ru/>. – Режим доступа: URL: <http://base.garant.ru/10900200/>. – 28.02.2013.

4. Приказ Федеральной службы по тарифам от 20.12.07г. №522-т/1 «Об утверждении ставок портовых сборов и правил их применения в морских портах Российской Федерации»: информационно-правовой портал Гарант = <http://base.garant.ru/>. – URL: <http://base.garant.ru/192522/>. – 28.02.2013.

5. Авдашева С.Б. Бизнес-группы как форма реструктуризации предприятий: движение вперед или шаг назад? // Российский журнал менеджмента. – 2005. – Т.3. – №1. – С.3-26.

6. Авдашева С.Б. Теория организации отраслевых рынков / С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова. – М.: «ИЧП Издательство Магистр», 1998. – 230 с.

7. Агеев С. Связанные одной цепью // Эксперт Северо-Запад. – 2004. – №18 (175). – URL: http://expert.ru/northwest/2004/18/18no-sptp_50318/. – 31.01.2013.
8. Адашова Т.А. Транспортно-географическое положение Дальнего Востока. – URL: <http://geo.1september.ru/2001/04/4.htm>. – 31.01.2013.
9. Азоев, Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 254 с.
10. Акерман Е.Н. Актуальные проблемы интеграции России в мировое экономическое пространство // Вестник томского государственного университета. – URL: <http://www.lib.tsu.ru/mminfo/000063105/313/image/313-130.pd>. – 31.01.2013.
11. Ансофф, И. Стратегическое управление. – М.: изд-во Экономика, 1989. – 358 с.
12. АСОП настаивает на отмене госрегулирования погрузочно-разгрузочных работ в морских портах: информационный портал РЖД партнер = <http://www.rzd-partner.ru/>. – URL: <http://www.rzd-partner.ru/news/2011/11/08/371108.html>. – 31.01.2013.
13. Ахметов Т.Р. Формирование кластеров и территориальное развитие. – URL: http://isei.communityhost.ru/thread/?thread__mid=686265455. – 31.01.2013.
14. Багиев Г.Л. Концептуальные основы формирования маркетинга взаимодействия в условиях развития рыночных сетей // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 4(32). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=26663>. – 31.01.2013.
15. Багиев Г.Л. Организация предпринимательской деятельности / Г.Л. Багиев, А.Н. Асаул. – URL: http://www.aup.ru/books/m72/3_2.htm. – 31.01.2013.
16. Багиев Г.Л. Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегии. Эффективность / Г.Л. Багиев, Х. Мефферт – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 672 с.
17. Багиев Е.Г. Коммуникативная политика промышленного предприятия в условиях технического перевооружения // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 2(30). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=25820>. – 31.01.2013.
18. Багиев Е.Г. Стратегия взаимодействия предпринимательских структур на промышленных рынках // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 2(26). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=24081>. – 31.01.2013.
19. Бабурина О.Н. О влиянии экономической глобализации на динамику и отраслевую структуру грузооборота Российской Федерации: сборник научных трудов. Вып/ 13.– Новороссийск: МГА им. адм. Ф.Ф.Ушакова, 2009.– С. 46-49.

20. Баланс интересов в морском транспортном узле? Его никто не соблюдает и не отслеживает: электронная газета Моряк = <http://www.moryak.org/>. – URL: <http://www.moryak.org/content/view/2708/105/>. – 31.01.2013.

21. Баринов В.А. Развитие сетевых формирований в инновационной экономике / В.А. Баринов, Д.А. Жмуров // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – №1. – С. 23-56.

22. Беляевский И.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз. – М.: Финансы и статистика, 2001.– 578 с.

23. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб: Питер, 2001.– 864 с.

24. Белый О.В. О стратегии развития транспортной отрасли до 2030 года // Транспорт Российской Федерации.– 2009.– №3-4 (22-23).– С.5-7.

25. Бесси К. Институты и экономическая теория конвенций / К. Бесси, О. Фавро // Вопросы экономики.– 2010.– №7. – С.12-38.

26. Благоев Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента.– 2004.– №3. – С. 17-34.

27. Бляхман Л.С. Конкурентоспособность фирмы в глобальной контрактной экономике // Проблемы современной экономики.– 2006.– № 3 (19). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=21531>. – 31.01.2013.

28. Борисова Е.А. Эффективные коммуникации в бизнесе. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.

29. Ботнарюк М.В. Влияние участников производственного процесса морского транспортного узла на результативность его работы // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 3. – С. 156-161.

30. Ботнарюк М.В. Достижение устойчивого конкурентного преимущества морского транспортного узла: институциональный аспект // Вестник ИНЖЭКОНА: серия Экономика. – 2010. – №5(40). – С.171-177.

31. Ботнарюк М.В. К вопросу повышения конкурентоспособности морского транспортного узла в современных условиях // Современная конкуренция. – 2011. – № 3 (27). – С.32-43.

32. Ботнарюк М.В. Влияние условий ведения бизнеса на выбор морскими компаниями маркетинговой концепции // Общество: политика, экономика, право. – 2011. – №2. – С. 105-109.

33. Бугаков, А.А. Анализ динамики развития грузовой базы портов Балтии и прогноз развития грузовой базы порта Калининград // Эксплуатация морского транспорта. – 2009.– №2.– С. 23-27.

34. Бушуева Л.И. Использование концепции организационных инноваций для управления процессом внедрения систем информационно-

аналитического обеспечения маркетинговой деятельности // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 1 (69). – С. 48-59.

35. Бушуева, Л.И. Маркетинговые информационные системы в управлении предприятием // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета = <http://www.koet.syktsu.ru>. – URL: http://www.koet.syktsu.ru/vestnik/2006/2006-1/7.htm#_ftnref4. – 31.01.2013.

36. Вагизова В.И. Кластеризация как инновационная форма диверсификации хозяйственных систем и фактор повышения конкурентоспособности экономики Татарстана // Проблемы современной экономики. – 2009. – №4(32). – URL: <http://www.m-economy.ru>. – 31.01.2013.

37. Варнавский В.Г. Проблемы интеграции транспортных систем России и стран Центральной Азии // Вестник транспорта. – 2008.– № 8.– С. 21-25.

38. Ветренко, Л.Д. Управление работой морского порта: учебник. – 2-е изд., доп. – СПб.: ЗАО «Строка», 2000.– 264 с.

39. Винников, В.В. Экономика предприятия морского транспорта (экономика морских перевозок): учебник для вузов водного транспорта. – Одесса: ЛАТСТАР, 2001 – 416 с.

40. Владимирова, И.Г. Глобализация мировой экономики: проблемы и последствия: Сайт «Корпоративный менеджмент» = <http://www.cfin.ru/about/>. –URL: <http://www.cfin.ru/press/management/2001-3/10.shtml>. – 31.01.2013.

41. Власова Г. Морской индустрии предрекли прорыв // Морские порты. – 2010. – №4. – С.57-59.

42. В нашу гавань не заходят корабли: Сайт «Инмар Юридическая фирма». – URL: http://inmarlegal.ru/press/publications/marine_law/v_nashu_gavan_ne_zahodyat_korabli/v_nashu_gavan_ne_zahodyat_korabli2/. – 31.01.2013.

43. Вольчик В.В. Лекции по институциональной экономике. – URL: <http://institutional.narod.ru/lectures/lectures1.htm>. – 31.01.2013.

44. Все грузы России // Морские порты. – 2008.– №1.– С.106-132.

45. Все грузы России // Морские порты. – 2009.– №1.– С. 55-80.

46. Все грузы России // Морские порты. – 2010. –№ 1.– С. 55-77.

47. Все грузы России // Морские порты. – 2011. – № 1.– С. 78-86.

48. Все грузы России // Морские порты. – 2012. – № 1. – С. 84-95.

49. Все грузы России // Морские порты. – 2012. – № 2. – С. 60-71.

50. Все грузы России // Морские порты. – 2013. – № 1. – С. 63-71.

51. Все крутится вокруг Киркенса («Financial Times Deutschland», Германия).– URL: <http://inosmi.ru/europe/20100318/158666037.html>. – 31.01.2013.
52. Голова А.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №6. – URL: <http://www.dis.ru/library/market/archive/2006/6/4078.html>. – 31.01.2013.
53. Голубкова Е.Н. Управление внутренним маркетингом / Е.Н. Голубкова, О.З. Михайлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009.– №1(69).– С. 60-69.
54. Голубков Е.П. Антикризисный маркетинг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 1(69). – С.8-17.
55. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – 2-е изд., перераб. и доп.–М.: Финпресс, 2000.– 464 с.
56. Голубкова Е.Н. Управление удержанием потребителей // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 1 (81). – С. 39-46.
57. Голубкина, Д.Н. К вопросу изучения поведения потребителей через систему отношений и намерений [Электронный ресурс] // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 4(32). – Режим доступа: WWW. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=26674>. – 31.01.2013.
58. Гольдберг О. Что есть конкуренция? // Морские порты. –2010.– №4. – С.10-14.
59. Гольдберг О. Перспективы развития транспортной системы России // Морские порты. –2010.– №3. – С.8-11.
60. Гордон Ян. Х. Маркетинг партнерских отношений / пер. с англ. под ред. О.А. Третьяк. – СПб.: Питер, 2001. – 384 с.
61. Григорьев Д. Оружие в конкурентной борьбе // Морской бизнес северо-запада. – 2009. – №16. – URL: <http://www.mbsz.ru/16/48291.php>. – 31.01.2013.
62. Громов О. Инструменты коммуникации Интернет-маркетинга для логистических компаний // РИСК: Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2010. – № 2. – С. 107-109.
63. Группы интересов крупного бизнеса: их возможная роль в формировании экономической политики и взаимодействие с чиновно-политическими коалициями // Институт современного развития = <http://www.insor-russia.ru/ru/>.– URL: <http://www.riocenter.ru/ru/programs/doc/332>. – 31.01.2013.
64. Грушевская Е.В. К вопросам концепции ценообразования и схем взимания портовых сборов. –URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Rmugt/2012_39/Files/3903.pdf. – 31.01.2013.
65. Давыденко А.А. Водный транспорт в ожидании подъема // Морские порты. – 2011. – № 2(93). – С. 6-11.
66. Давыденко А.А. Обеспечение конкурентоспособности морских торговых портов. – СПб.: Феникс, 2008. – 172 с.

67. Давыденко А.А. Управление морскими портами и речными бассейнами требует реформ. – URL: <http://portnews.ru/comments/620/>. – 31.01.2013.
68. Дементьев В.В. Что мы исследуем, когда исследуем институты? // Экономический вестник Ростовского государственного университета.– 2009.– Т. 7. – № 1. – С. 13-30.
69. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегия. – 3-е издание/ пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – Спб.: Питер, 2003. – 544 с.
70. Древинг С.Р. Сущность и основные формы кластеризации экономики // Проблемы современной экономики.– 2008.– №2(30). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=25576>. – 31.01.2013.
71. Друкер Питер, Ф. Задачи менеджмента в XXI веке.– М.: «Вильямс», 2007.– 272 с.
72. Друкер Питер, Ф. Энциклопедия менеджмента.: пер. с англ.– М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.– 432 с.
73. Друкер Питер, Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества.– М.: «Вильямс», 2007. – 336 с.
74. Дугин С.Г. Организация эффективного взаимодействия железных дорог и морских портов // Вестник транспорта. – 2008. – № 8. – С. 16-17.
75. Дунаев О.Н. Приоритеты стратегии развития транспортной системы страны на период до 2030 года // Транспорт Российской Федерации. – 2008. – №1 (14). – С.10-12.
76. Дунаев О.Н. Транспорт как инструмент международной интеграции российской экономики / О.Н. Дунаев, Т.В.Кулакова // Вестник евроазиатского транспортного союза. – 2005. – №2. – С.148-152.
77. Дюссож П. Стратегические альянсы / П. Дюссож, Б. Гарриет.– М.: Инфра-М, 2002.– 352 с.
78. Евстигнеева Т.В. Маркетинг отношений на предприятиях розничной торговли: моногр. – Ульяновск: УлГТУ, 2009. – 135 с.
79. Елисеев С.Ю. Инструмент обеспечения конкурентных преимуществ транспортной системы Российской Федерации // Транспорт Российской Федерации. – 2009.– №3-4. – С.46-49.
80. Елисеев С.Ю. КЛЦ – в каждый транспортный узел // Морские порты. – 2009. – №7. – С. 20-26.
81. Ефремов В.С. Транснациональные бизнес-системы // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008.– №1. – С. 3-17.
82. Заев С.Н. Транспортные логистические центры – мода или требование времени? / С.Н. Заев, Т.В.Филатова, Ю.Д. Полянцев // Бюллетень транспортной информации. – 2008.– № 6 (156).– С. 22-26.
83. Зинина Н.А. Сущность альянсов: электронный научный журнал Владимирского государственного университета. – URL: <http://journal.vlsu.ru/index.php?id=144>. – 10.03.2010.

84. Зубков Г. Концептуальные положения создания операторского центра по оказанию информационно-логистических услуг на рынке ВЭД / Г. Зубков, И. Проценко // РИСК: Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2010.– № 2.– С.226-230.

85. Зунде В.В. Концепция формирования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций: моногр. – М.: Экон. науки, 2008. – 180 с.

86. Иванова М.Б. Методические основы оценки уровня конкурентоспособности транспортно-экспедиторской компании: моногр. / М.Б. Иванова. – Новороссийск: МГА имени адмирала Ф.Ф. Ушакова, 2008. – 96 с.

87. Иган Д. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник / пер. с англ. Е.Э. Лалоян. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 375 с.

88. Иншаков О. Эволюционная перспектива экономического институционализма / О. Иншаков, Д. Фролов // Вопросы экономики.– 2010.– № 9.– С.63-77.

89. Казаков Н.П. Экспертное оценивание экологической безопасности рекреационного района на основе метода анализа иерархий / Н.П. Казаков, В.Н. Пшенин // Вестник Инжэкона.– 2005. – №3(8). – С. 86-90.

90. Карпова Д.П. Использование кластерного подхода в управлении региональной экономикой // Региональная экономика и управление: электр. науч. журн. Вятский государственный университет = <http://region.mcnip.ru>. – 2007. – № 4 (12). – URL: <http://region.mcnip.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=138>. – 31.01.2013.

91. Каталог морских компаний г. Новороссийск. – URL: <http://novoross.yuginform.ru/catalog/externalorg>. – 31.01.2013.

92. Каталевский Д.Ю. Эволюция концепций стратегического менеджмента: от Гарвардской школы внешней среды до ресурсного подхода к управлению // Государственное управление. Электронный вестник. – 2008. – Вып.16 = <http://e-journal.spa.msu.ru/>. – URL: <http://e-journal.spa.msu.ru/images/File/2008/16/Katalevskiy.pdf>. – 31.01.2013.

93. Кейнс, Дж.М.Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 352 с.

94. Кемпбелл, Э. Стратегический синергизм / Э. Кемпбелл, К. Саммерс Лачс.– 2-е изд.– СПб.: Питер, 2004.– 416 с.

95. Классификация CRM-систем. – URL: <http://www.norbit.ru/press/articles/crm/955.html>. – 31.01.2013.

96. Кластерный подход. – URL: http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=370&d_no=24270. – 31.01.2013.

97. Киселев В. Моделирование процесса маркетинговых коммуникаций / В. Киселев, И. Красюк, Л. Плющева // Маркетинг. – 2008.– № 2. – С. 50-58.

98. Клявин А. Морская деятельность России: ключевые проблемы развития морского транспорта // Морские вести России. – 2007.– №017-018.– С.9-10.

99. Колодня Г.В. Взыскательный потребитель как фактор конкурентоспособности российских компаний // Вестник финансовой академии. – 2005. – №4. – С. 46-57.

100. Колодня Г.В. Возможности повышения конкурентоспособности современной фирмы // Экономические науки. – 2008. – №2. – С.87-91.

101. Колодня Г.В. Роль транзакционных издержек в деятельности современной фирмы // Экономические науки. – 2008. – №3. – С.57-60.

102. Колодня Г.В. Уникальное предложение как фактор повышения конкурентоспособности фирмы // Региональная экономика: теория и практика. – 2006. – №10. – С.33-41.

103. Колодня Г.В. Футуристический маркетинг как способ поддержания конкурентоспособности фирмы в новом веке // Вестник финансовой академии. – 2006. – №4. – С. 40-49.

104. Концепция подпрограммы «Развитие экспорта транспортных услуг» федеральной целевой программы «Модернизация транспортной системы России (2002 – 2010 годы)»: распоряжение Правительства Российской Федерации № 2188-р от 9 дек. 2005 г.: агентство консультаций и деловой информации = akdi.ru. – URL: <http://www.akdi.ru/econom/program/47.htm>. – 31.01.2013.

105. Котлер Ф. Маркетинг – менеджмент. Экспресс – курс. / пер. с англ.; под ред. Н.Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.

106. Котлер Ф. Маркетинг – менеджмент. Экспресс – курс. / пер. с англ.; под ред. С.Г. Божуг. – 2-е изд.– СПб.: Питер, 2005. – 464 с.

107. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: издательство «Вильямс», 2007. – 656 с.

108. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 9-е изд. – М.: Вильямс, 2003. – 1200 с.

109. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филипп Котлер: пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2006. – 224 с.

110. Коуз Р. Фирма, рынок и право. – М.: Дело, 1993. – 192 с.

111. Кравцов Н.А. Концепция институтов и институциональных изменений Дугласа Норта: глазами теоретика права // Terra economicus. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/538/936/1223/journal7.1-15.pdf>. – 31.01.2013.

112. Кротов К.В. Маркетинговый аспект управления взаимоотношениями в цепях поставок: результаты исследования российских компаний / К.В. Кротов, С.П. Куш, М.М. Смирнова // Российский журнал менеджмента. – 2008. – Т. 6. – №2. – С. 3-26.

113. Кузнецов А.Л. Морские и сухопутные порты в новой мировой системе грузораспределения // Эксплуатация морского транспорта. – 2009. – №1. – С. 9-12.
114. Кузьминов Я. За пределами рынка: институты управления транзакциями в сложном мире / Я. Кузьминов, М. Юдкевич // Вопросы экономики. – 2010. – № 1. – С.82-98.
115. Куц С.П. Маркетинговые аспекты развития межфирменных сетей: российский опыт / С.П.Куц, А.А. Афанасьев //Российский журнал менеджмента. – 2004. – №1. – С. 33-52.
116. Куц С.П. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках: моногр. / С.П. Куц; С.-Петербур. гос. у-нт, Факультет Менеджмента.– СПб.: С.-Петербур. гос. ун-нта, 2006.– 272 с.
117. Куц С.П. Новая доминирующая логика в маркетинге // Российский журнал менеджмента. – 2006.– Т.4. –№2. – С. 71-72.
118. Куц С.П. Подходы к разработке механизма координации управления взаимоотношениями промышленной компании с партнерами // Вестник С.П. Ун-та. – 2006. – Вып.3. – Серия 8. – С. 3-21.
119. Куц С.П. Сравнительный анализ основных концепций теории маркетинга взаимоотношений // Вестник Санкт-Петербургского университета.– 2003. – Вып. 4. – Серия 8.– № 32. – С. 3-25.
120. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / пер. с французского. – СПб.: Наука, 1996. – XV +589 с.
121. Ландреви Ж. Меркатор.Теория и практика маркетинга / Ж. Ландреви, Ж. Леви, Д. Линдон. / пер. с франц. в 2 Т.: Т 2. – М.: МЦ ФЭР, 2006. – 512 с.
122. Левиков Г.А. Тенденция к превращению океанских линейных перевозчиков в глобальных интегрированных поставщиков услуг транспорта, логистики и экспедирования / Г.А. Левиков, В.В. Тарабанько // БТИ. – 2008.– № 6 (156).– С. 16-20.
123. Левиков Г.А. Фидерные перевозки // Вестник транспорта. – 2011. – №7. – С. 8-12.
124. Левитин И. Развитие морских портов РФ и особых экономических зон. – URL: http://www.logistics.ru/9/16/i20_37321p0.htm. –31.01.2013.
125. Левитин, И. Транспортный комплекс РФ превысил докризисный уровень. – URL: http://www.interfraht.ru/news/index_8976.html.– 31.01.2013.
126. Левченко А.С. Логистика взаимодействия центра координации компаний-операторов Южно-Уральской железной дороги и морских портов / А.С. Левченко, Д.С. Бельницкий, П.В.Куренков, Т.М.Тарасова // Бюллетень транспортной информации. – 2007.– № 11 (149).– С.15-20.
127. Левшина О.Н. Современные методы обеспечения конкурентоспособности в предпринимательстве / Московская академия предпринима-

тельства при Правительстве Москвы. – 2-е изд. – М.: Юриспруденция, 2011. – 176 с.

128. Литвинцева Г. Словарь терминов по институциональной экономике. – URL: <http://vocable.ru/dictionary/96>. – 31.01.2013.

129. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие. – М.: ФОРУМ, 2008. – 240 с.

130. Львов Д.С. Институциональная экономика: учебник. – М.: Инфа-М, 2001. – 318 с.

131. Лэйхифф Дж. М. Бизнес коммуникации / стратегии и навыки: пер. с англ. / Дж. М.Лэйхифф, Дж. М.Пенроуз. – СПб. и др.: Питер, 2001. – 686 с.

132. Мазилкина Е.И. Основы управления конкурентоспособностью: учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г.Паничкина.– М.: Омега – Л, 2009. – 328 с.

133. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский учебник, 2007. – 272 с.

134. Менар К. Экономика организаций: пер. с франц. / под ред. А.Г. Худокормова. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 160 с.

135. Методология неoinституционализма. Теория институциональных изменений Д.Норта. – URL: <http://liberty-belarus.info/Капитализм-для-любопытных/Методология-неoinституционализма-Теория-институциональных-изменений-ДНорта.html>. – 31.01.2013.

136. Мигранян А.А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой: вестник КРСУ = <http://krsu.edu.kg/vestnik/>. –URL: <http://www.krsu.edu.kg/vestnik/2002/v3/a15.html>. – 31.01.2013.

137. Милинчук Е.С. Институциональная структура рынка нематериальных услуг в постиндустриальной экономике. – Саратов: Изд-во «Научная книга», 2006. – 36 с.

138. Мильнер Б. Теория Организации: учебник. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА, 2002. – 480 с.

139. Мильнер Б. Управление знаниями: первые шаги, уроки и перспективы // Проблемы теории и практики управления. – 2010.– № 6. – С.37-46.

140. Миротин Л.Б. Транспортно-логистические системы нового поколения / Л.Б. Миротин, А.Г. Некрасов, Б.В. Соколов, А.В. Карташова, В.А. Корчагин, В.А. Гудков // Вестник транспорта. – 2011. – № 4. – С.19-25.

141. Морозов В. Есть новые мощности – будут новые грузы // Морские порты.– 2010. – №4. – С.42-45.

142. Морган Р. Теория приверженности и доверия в маркетинге взаимоотношений / Р. Морган, Ш. Хант // Российский журнал менеджмента. – 2004. – Т.2. – №2. – С. 73-110.
143. Морская доктрина Российской Федерации на период до 2020 года.– Санкт-Петербург: издательство «Гипрорыбфлот», 2001.– 31 с.
144. Морские порты России остаются для судовладельцев одними из самых дорогостоящих в мире. – URL: <http://morprom.ru/news/906/>.– 31.01.2013.
145. Музлова Г. Привлекательность по-фински // Морские порты. – 2013. –№1. – С.24-27.
146. Мхитарян С.В. Маркетинговая информационная система. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 336 с.
147. Николаев М.В. Кластерная концепция эффективной интеграции регионов в глобальную экономику // Проблемы современной экономики. – 2005. – № 1/2 (13/14). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=671>. – 31.01.2013.
148. Николайчук Н.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис. – СПб.: Питер, 2005.– 608 с.
149. Ногальски Б. Применение новых концепций управления на промышленных предприятиях Польши / Б. Ногальски, П. Валентинович // Российский журнал менеджмента. – 2005. –Т.3. –№3. – С.149-156.
150. Ноздрева Р.Б. Стратегические альянсы в международном бизнесе //Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – №6. – URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2002/6/1011.html>. – 31.01.2013.
151. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.
152. Норт Д. Лекционное выступление Д. Норта 7 марта 1997 г., перевод выполнен студенткой ГУ-ВШЭ В.Б. Кутилиной в 2000 г.: Экономика и финансы. Интернет-ресурсы = <http://www.finansy.ru>. – URL: <http://www.finansy.ru/publ/north.htm>.– 31.01.2013.
153. Обзор перевозок грузов через порты России, Балтии, Украины за 2005 год. – М.:Морцентр – ТЭК, 2006.–74 с.
154. Обзор перевозок грузов через порты России, Балтии, Украины за 2006 год. – М.:Морцентр – ТЭК, 2007.–73 с.
155. Обзор перевозок грузов через порты России, Балтии, Украины за 2007 год. – М.:Морцентр – ТЭК, 2008.–76 с.
156. Обзор перевозок грузов через порты России, Балтии, Украины за 2008 год. – М.:Морцентр – ТЭК, 2009.– 67 с.
157. Обзор перевозок грузов через порты России, Балтии, Украины за 2009 год. – М.:Морцентр – ТЭК, 2010.–75 с.

158. Об основных итогах работы морского и внутреннего водного транспорта в 2001 году, задачах на 2012 год и среднесрочную перспективу до 2014 года. – URL: http://www.morflot.ru/index.php?news_id=694. – 31.01.2013.

159. Одесса выдвинула проект создания транспортного кластера на основе ГП «Одесский морской торговый порт». – URL: <http://www.rzd-partner.ru/news/different/365304/>. – 31.01.2013

160. Одесский и Ильичевский порты развивают сотрудничество с Россией. – URL: http://www.oilexp.ru/news/mir_rinok/odesskij-i-ilichevskij-porty-razvivayut-sotrudnichestvo-s-rossiej/59190/. – 31.01.2013.

161. Оленева О.С. Маркетинговый подход к выбору эффективного рынка сбыта готовой продукции с целью укрепления конкурентной позиции фирмы / О.С. Оленева, Н.С. Иващенко, К.Э. Папенкова, Т.В. Кузьменко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 2 (64). – С. 16-23.

162. Олейник А.Н. Доминирование как результат сочетания интересов: бизнес-стратегии в ритейле и цепях поставок // Российский журнал менеджмента. – 2009. – Т.7. – №3. – С. 21-44.

163. Олейник А.Н. Институциональная экономика: учеб. пособие. – М.: Инфра-М, 2004. – 416 с.

164. Орлов Т. Партнерство обеспечит качество // Транспорт России. – 2010. – № 30 (630). – С.1

165. Пасс К. Словарь по экономике / К. Пасс, Б. Лауз, Л. Дэвис; пер с англ.; под ред. П.А.Ватника. – СПб.: Экономическая школа, 1998. – 752 с.

166. Перевозчики сборных грузов приветствуют строительство новых портов. – URL: <http://www.regnum.rf/news/1184346.html>. – 31.01.2013.

167. Персианов В.А. Рыночные реформы и ключевые вопросы транспортной политики России / В.А. Персианов, И.Б. Мухаметдинов // Вестник транспорта. – 2011. – №7. – С. 2-7.

168. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2000. – 160 с.

169. Петрович, М. Современный потребитель и государственный патернализм // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 1. – С.16-24.

170. Пикуль Д. Морские порты Китая: элементы системы // Морские порты. – 2011. – № 3 (94). – С. 36-39.

171. Плата за протекционизм. – URL: http://m.expert.ru/northwest/2005/20/20no-sptstav_49021/. – 31.01.2013.

172. Плужников К.И. Краткий обзор ситуации, сложившейся на международном транспортном рынке на рубеже 2010 – 2011 г.г. // Вестник транспорта. – 2011. – №6. – С. 18-20.

173. Плужников К.И. Не возродить ли «единую транспортную систему»? // Бюллетень транспортной информации. – 2008. – № 3 (153). – С. 2-6.

174. Плужников К.И. Транспортное экспедирование / К.И. Плужников, Ю.А. Чунтомова. – М.: Транслит, 2006. – 528 с.

175. Поликарпов Ю. Под знаком интеграции // Транспорт России. – 2011. – № 20. – С. 1.

176. Попова Ю.Ф. Методология оценки эффективности управления межфирменными отношениями на промышленных рынках // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета = <http://www.koet.syktsu.ru>. – URL: <http://koet.syktsu.ru/vestnik/2011/2011-2/12/12.htm>. – 31.01.2013.

177. Попова Ю.Ф. Формы межфирменных сетей на промышленных рынках России // Проблемы современной экономики. – 2009. – №2 (30). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2626>. – 31.01.2013.

178. Попова Ю.Ф. Сетевая концепция управления межфирменными отношениями на промышленных рынках: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. – СПб., 2010. –URL: <http://vak.ed.gov.ru/ru/dissertation/index.php?id54=6989&from54=18>. – 31.01.2013.

179. Попов Н.И. Управление сетями: новые направления исследований / Н.И. Попов, О.А. Третьяк // Российский журнал менеджмента. – 2008. – Т.6.– № 4.– С.75-82.

180. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов.– М: Альпина Бизнес Букс, 2005.– 454 с.

181. Портер М.Е. Конкуренция.–М: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 608 с.

182. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость/ пер. с англ.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.

183. Порты Приморья столкнулись с угрозой утраты самостоятельности. – URL: <http://primamedia.ru/news/economics/31.08.2012/225165/porti-primorya-stolknulis-s-ugrozoy-utrati-samostoyatelnosti-eksperti.html>. – 31.01.2013.

184. Порты России. Точки пересечения (обзор): информационно-аналитический журнал: Морской бизнес Северо-Запада = <http://www.mbsz.ru>. –URL: <http://www.mbsz.ru/22/49076.php>. – 31.01.2013.

185. Прокофьева Т.А. Концепция создания логистического центра в г. Улан-Удэ и формирования интегрированной транспортно-логистической системы в республике Бурятия / Т.А. Прокофьева, С.С. Гончаренко, В.Н. Лебедев, О.М. Лопаткин // Вестник транспорта. – 2008.– №3.– С. 22-34.

186. Прокофьева Т.А. Стратегическая доктрина формирования на территории Брянской области в зоне тяготения к транспортному коридору №2 «Запад-Восток» Западной логистической платформы Центрального округа (ЗЛП ЦФО) / Т.А. Прокофьева, Т.В. Санюк // Бюллетень транспортной информации.– 2008.– № 2 (152). – С.21-30.

187. Прокопьев В.Е. Морской порт как предприятие морского транспорта: особенности развития и управления в современных условиях. – URL: http://morvesti.ru/archiveTDR/element.php?IBLOCK_ID=66&SECTION_ID=1351&ELEMENT_ID=2953. – 31.01.2013.

188. Протоколы подписанные в г. Бухарест будут способствовать углублению сотрудничества между портами Румынии и Грузии. – URL: http://www.traceca-org.org/ru/novosti/single-news/n/protokoly_podpisannye_v_g_bukharest_budut_sposobstvov. – 31.01.2013.

189. Путин В.В. расставил точки над инфраструктурой. – URL: <http://www.morport.com/rus/publications/document1195.shtm>. – 31.01.2013.

190. Радаев В.В. Как обосновать введение новых правил обмена на рынках // Вопросы экономики. – 2011. – № 3.– С.104-123.

191. Радаев В.В. Российский бизнес: структура транзакционных издержек // Общественные науки и современность. – 1999.– №6. – С.5-19.

192. Радаев В.В. Рынок как идеальная модель и форма хозяйства: к новой социологии рынков. – URL: http://www.usras.ru/files/file/socis/2003-09/Radaev_statya.pdf. – 31.01.2012.

193. Радаев В.В. Рынок как переплетение социальных сетей // Российский журнал менеджмента.– 2008.– Т.6. – № 2.– С.47-54.

194. Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления.– М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 328 с.

195. Радыгин А.Д. Эволюция форм интеграции и управленческих моделей: опыт крупных российских корпораций и групп // Российский журнал менеджмента.– 2004.– № 4.– С. 35-58.

196. Развязать морской узел. – URL: <http://www.rg.ru/2012/06/06/reg-ifo/port.html>. – 28.02.2013

197. Разумовская А.Л. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика / А.Л. Разумовская, В.М. Янченко. – М.: Вершина, 2006. – 496 с.

198. Розанова Н. Информационные технологии: средство выживания или конкурентное преимущество // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 7. – С.74-82.

199. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. – М.: Эксмо, 2006. – 432 с.

200. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник / Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. – М., 2003. – 584 с.

201. Руденко М. Маркетинг взаимодействия и сетевая теория // Маркетинг. – 2010. – № 6 (115). – С. 41-47.
202. Румянцева И. Взаимодействия организаций в условиях кризиса // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 5. – С.116-122.
203. Саати Т. Аналитическое планирование. Организация систем / Т. Саати, К. Кернс / пер. с англ. Р.Г. Вачнадзе под редакцией И.А. Ушакова. – М.: Радио и связь, 1991. – 225 с.
204. Савельев В.Б. Концепция транспортно-логистической системы Свердловской области // Транспорт Российской Федерации. – 2009. – №5(24). – С. 22-24.
205. Сервис которого нет. Интервью с зам. директора Северо-Западного филиала Союза российских судовладельцев (СОРОС) В. Зубковым: информационно-аналитический журнал: Морской бизнес Северо-Запада = <http://www.mbsz.ru>. – URL: <http://mbsz.ru/19/48416.php>. – 31.01.2013.
206. Сергеев А.С. Транспортные узлы российского Дальнего Востока на фоне мировых тенденций развития морского транспорта / А.С. Сергеев, М.С. Чарей // Азиатско-тихоокеанский регион. – 2010. – №1. – С.7-17.
207. Сергиенко, Я.В. Современные корпоративные стратегии: роль специализации и транзакционных издержек // Российский журнал менеджмента. – 2004. – №3. – С.47-62.
208. Скоробогатых И.И. Маркетинг отношений в сетевом взаимодействии акторов индустрии товаров класса «люкс» (теория, методология, практика): автореф дис. ... д-ра экон наук: 08.00.05. – М., 2011. – URL: <http://vak.ed.gov.ru/common//img/uploaded/files/SkorobogatykhII.pdf>. – 31.01.2012.
209. Смирнова М.М. Управление взаимоотношениями на промышленных рынках как источник конкурентных преимуществ компании // Российский журнал менеджмента. – 2004. – №3. – Т. 4. – С. 27-54.
210. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов (книги I-III). – М.: Находка, 1992. – 572 с.
211. Солоцкая М.О. Современные тенденции на рынке маркетинговых коммуникаций и потенциал мобильного маркетинга // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – №5 (65) – С. 439-440.
212. Сотрудничество. – URL: <http://www.rop.lv/ru/port/sotrudnichestvo.html>. – 31.01.2013.
213. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России: учебное пособие. – М.: ИНФРА – М, 1997. – 170 с.
214. Ставки портовых сборов в морских портах Российской Федерации. – URL: http://www.pasp.ru/pravila_primeneniya_portovyh_sborov. – 31.01.2013.

215. Степанов Л.В. Моделирование конкуренции в условиях рынка. – URL: <http://www.rae.ru/monographs/65>. – 31.01.2012.
216. Степанов А.Л. Теория и практика создания портовых кластеров / А.Л. Степанов, А.В. Титов // Эксплуатация морского транспорта. – 2008.– №2. – С.11-14.
217. Стивидоры: укрупнение неизбежно: информационно-аналитический журнал: Морской бизнес Северо-Запада = <http://www.mbsz.ru>. – URL: <http://www.mbsz.ru/10/48034.php>. – 31.01.2012.
218. Стиглиц Дж. Кто потерял Россию? – URL: <http://rusref.nm.ru/StiglitzLost.htm>. – 31.01.2012.
219. Стратегический менеджмент / под ред. А. Н. Петрова.– СПб.: Питер, 2005. – 496 с.
220. Стратегия развития морской портовой инфраструктуры России до 2030 года (проект). – URL: http://www.rosmorport.ru/media/File/State-Private_Partnership/strategy_2030.–31.01.2013.
221. Таможенная служба Российской Федерации в 2011 году. – URL: http://www.google.ru/url?q=http://www.customs.ru/images/stories/Yury/sbornik_2012.doc&sa=U&ei=z6zMUIPNife4QSYwYGQCg&ved=0CBYQFjAB&usg=AFQjCNERWcYy0_5tEfBVU_rBWFZ8eNmfYg.– 31.01.2013.
222. Таможня тоже за ускорение операций в портах // Морские порты.– 2011.– №10 (101). – С. 24-28.
223. Тарифы на услуги. Департамент транспорта Краснодарского края. – URL: <http://www.tskk.ru/content/section/276/detail/134/>. – 31.01.2013.
224. Тарифная зависимость. – URL: <http://www.morvesti.ru/interview/index.php?news=5974>.–31.01.2013.
225. Ткаченко, А.А. Генеральные схемы развития транспортных узлов как инструмент реализации концепции создания региональной транспортно-логистической системы: тихоокеанский экономический конгресс = <http://www.pacific-congress.ru/>. – URL:http://www.pacific-congress.ru/ru/total-materials/enernalnye_sxemy_razvitija_transportnyx_uzlov_kak_instrument_realizatsii_kontseptsii_sozdaniya_regionalnoj_transportno-logisticheskoy_sistemy.– 31.01.2013.
226. Точки пересечения (обзор): информационно-аналитический журнал: Морской бизнес Северо-Запада = <http://www.mbsz.ru>. – URL: <http://www.mbsz.ru/22/49076.php>. – 31.01.2013.
227. «Транснефть» покупает крупнейший порт России. – URL: http://infox.ru/business/company/2010/09/16/Transnyeft_pokupayet.phtml. – 31.01.2013.
228. «Транснефть» и «Сумма капитал» заплатили за контрольный пакет НМТП около 2 млрд. долл. – URL: <http://www.rosinvest.com/news/804553/>. – 31.01.2013.

229. Транспортная стратегия РФ на период до 2030 года: распоряжение Правительства Российской Федерации № 1734-р от 22 ноября 2008 г.: информационно-правовой портал Гарант = <http://www.garant.ru/>. – URL: <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/186216/>. – 31.01.2013.
230. Транспортные сборы или поборы?: информационно-аналитический журнал: Морской бизнес Северо-Запада = <http://www.mbsz.ru>. – URL: <http://www.mbsz.ru/07/47864.php>. – 31.01.2013.
231. Транспортно-логистический кластер в Самарской области: федеральный портал [protown.ru](http://www.protown.ru) = <http://www.protown.ru/>. – URL: http://www.protown.ru/russia/obl/articles/articles_1073.html/ – 31.01.2013.
232. Третьяк О.А. Маркетинг взаимодействия и партнерских взаимоотношений: новые направления исследований и инструментарий. – URL: <http://www.hse.ru/data/215/110/1225/2008-07.doc> . – 31.01.2012.
233. Третьяк О.А. О соотношении результатов и затрат в маркетинговой деятельности // Российский журнал менеджмента.– 2007. – Т.5.– № 2. – С. 57- 62.
234. Третьяк О.А. Развитие концепции управления цепочкой спроса на новых основаниях // Российский журнал менеджмента. – 2008. – Т.6 – №4. – С.141-148.
235. Третьяк О.А.Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена / О.А. Третьяк, М.Н. Румянцева // Российский журнал менеджмента. –2003. – № 2. – С. 25-50.
236. Третьяк О.А. Своеобразие отношенческого подхода к стратегическому управлению // Российский журнал менеджмента. – 2009. – Т.7.– №3. – С. 61-64.
237. Третьяк О.А. Сети мастерства: опыт разработки и функционирования. – URL: <http://www.hse.ru/data/852/853/1235/Tretyak1.doc>. – 31.01.2012.
238. Третьяк О.А. Эволюция маркетинга: этапы, приоритеты, концептуальная база, доминирующая логика // Российский журнал менеджмента. – 2006. –Т.4. – №2. – С. 129-144.
239. Тюкова С.Ю. Институциональные проблемы и пути развития сетевого менеджмента и внедрения новых форм экономического взаимодействия в РФ // Проблемы современной экономики. – 2009. – №2 (30). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2621>. – 31.01.2012.
240. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация/ научное редактирование и вступительная статья В.С. Катъкало; пер. с англ. Ю.Е. Благова, В.С. Катъкало, Д.С. Славнова, Ю.В. Федотова, Н.Н. Цытович. – СПб.: Лениздат; CEV Press, 1996. – 702 с.

241. Уоллес Р. Стратегические альянсы в бизнесе. Технологии построения долгосрочных партнерских отношений и создания совместных предприятий. – М.: Добрая книга, 2005. – 288 с.

242. Усанов Б.П. Морская стратегия России: проблемы и пути их решения // Транспорт Российской Федерации. – 2008. – №2 (15). – С.10-14.

243. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник.– М.: ЗАО Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 640 с.

244. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. – 2-изд. испр. и доп. – М.: изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.

245. Федеральная целевая программа «Модернизация транспортной системы России (2002-2010 годы)» в ред. постановлений Правительства РФ от 31.05. 2006г. № 338, от 9.07.2007г. № 437, от 10.04.2008г. № 258, от 17.03.2009г. № 236, от 29.10.2009г. №864, от 21.12. 2009г. №1035. – URL: <http://www.mintrans.ru/documents.–31.01.2013>.

246. Федеральная целевая программа «Развитие транспортной системы России (2010-2015 годы)»: постановление Правительства Российской Федерации №848 от 5 дек. 2001 г., в редакции постановления Правительства Российской Федерации №1076 от 21 декабря 2010 г.: информационно-правовой портал Гарант = <http://www.garant.ru/>. – URL: <http://www.mintrans.ru/documents.–31.01.2013>.

247. Философова Т.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие / Т.Г. Философова, В.А. Быков; под ред. Т.Г. Философовой.– М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2007. – 271 с.

248. Фомина Т. Маркетинг партнерских отношений «CRM – система – SERVICE – DESK – CALL –центр // Маркетинг. – 2010. – № 4 (113). – С. 58-68.

249. Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок: Московский Либертариум = http://www.libertarium.ru/library_books. – URL: <http://www.libertarium.ru/9935>. – 31.01.2013.

250. Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня: пер. с англ. / Г. Хамел, К.К. Прахалад. – М.:ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002.– 288 с.

251. Хасанов Р.Х. Синергетический эффект кластера // Проблемы современной экономики. – 2009. – №3(31). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=26329>. – 31.01.2013.

252. Хузиятов Т.Д. Горизонтальная интеграция и формирование сетей в мировом контейнерно-терминальном бизнесе // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008.– №4.– С.26-31.

253. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие /Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. – Тамбов: изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.

254. Черенков В.И. Эволюция маркетинговой теории и трансформация доминирующей парадигмы маркетинга // Вестник Санкт – Петербургского университета. – 2004. – Сер.8. – Вып. 2.– № 16. – С.3-32.
255. Что позволит усилить конкурентоспособность морских портов России?. – URL: <http://www.konkir.ru/article.phtml?id=5215>.–31.01.2013.
256. Шавзис С.С. Роль морских портов в системе контейнерных перевозок России // Транспорт Российской Федерации. – 2008.– №6 (19).– С.44 – 45.
257. Шаститко А.Е. Новая институциональная экономическая теория.– 3-е изд., перераб. и доп.– М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2002. – 591 с.
258. Шаститко А.Е. Проблемы корпоративного управления и пути их решения в корпоративном законодательстве // Российский журнал менеджмента.– 2006.– № 2.– Т.4.– С.3-24.
259. Шерешева М.Ю. Межорганизационные сети в системе форм функционирования современных отраслевых рынков: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.01 / Марина Юрьевна Шерешева: Москва, 2010. – URL: <http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/715/File/11072007-Sheresheva.doc>.– 31.01.2012.
260. Шилов А. Инновационная экономика: наука, государство, бизнес // Вопросы экономики. – 2011. – № 1.– С.127-137.
261. Широнин В. Институты и инновации: взгляд когнитивной науки // Вопросы экономики. – 2010. – № 5. – С.43-57.
262. Широценская И.П. Основные понятия и методы измерения лояльности // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – №2. – URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2004/2/88.html>. – 31.01.2012.
263. Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции. –М.: ИЧП «Издательство Магистр»,1997.– 56 с.
264. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития (воспроизводится по изданию: Шумпетер Й.А. Теория экономического развития.– М.: Прогресс, 1982) / пер. В.С. Автономова и др.– М.: Директмедиа Паблишинг, 2008.– 401 с.
265. Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты / пер. с англ.– М.: Дело, 2001.– 408 с.
266. Экономическая история СССР: очерки / рук. авт. кол. Л.И. Абалкин. – М.: ИНФРА–М, 2007. – 496 с.
267. Экономическая теория: учебник / под ред. В.Д. Камаева, Е.Н. Лобачевой. – М.: Юрайт – Издат, 2006. – 557 с.
268. Энциклопедический словарь экономики и права: Электронное периодическое издание «Ведомости» = <http://www.vedomosti.ru/glossary/>. – URL: [http://www.vedomosti.ru/glossary/Рыночная %20экономика\](http://www.vedomosti.ru/glossary/Рыночная%20экономика). – 31.01.2012.

269. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб.-практ. пособие.– 3-е изд., испр. и доп.– М.: ГНОМ и Д, 2001.– 304 с.
270. Юданов А.Ю. Теория конкуренции: прикладные аспекты. – URL: http://www.yudanov.ru/conkur_2_1.html. – 25.12.2012.
271. Юденко М.Н. Теория и методология формирования институциональной инфраструктуры предпринимательской деятельности в строительстве: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. – СПб., 2010. – URL: <http://vak.ed.gov.ru/ru/dissertation/index.php?id54=6899&from54=20>. – 31.01.2012.
272. Юлдашева О.У. Промышленный маркетинг: теория и практика: библиотека – полка букиниста = <http://polbu.ru/>. – URL: http://polbu.ru/yldasheva_marketing/ch02_i.html. – 31.01.2012.
273. Юлдашева О.У. Теория и методология развития маркетингового потенциала фирмы: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. – СПб.: С.-Петерб. ун-т экономики и финансов, 2006. – 36 с.
274. Юлдашева О. Межфирменная кооперация. Сетевые формы организации бизнеса / О. Юлдашева, В. Катенев // Информационно-справочное издание новости электротехники = <http://www.news.elteh.ru/about.php>. – URL: <http://www.news.elteh.ru/arh/2007/44/29.php>. – 31.01.2012.
275. Ягафарова Е.Ф. Формирование устойчивого конкурентного преимущества фирмы. –URL: <http://zhurnal.ape.relarn.ru/articles/2007/122.pdf>. – 31.01.2012.
276. Ярочкин В.И. Системы защиты предпринимательства: защита от недобросовестной конкуренции / В.И. Ярочкин, Я.В. Бузанова. – М.: Академический Проект; Фонд «Мир», 2005. – 256 с.
277. Achrol Ravi S. Evolution of the Marketing Organization: New Frontiers for Turbulent Environments // Journal of Marketing. –1991. – 55 (October).– pp. 77- 93.
278. Berry L.L. Relationship marketing, Emerging Perspectives on Services Marketing / L.L. Berry , G.L. Shostack, G.D. Upah.– Chicago.–1983.– Pp. 25-28.
279. Berry L. Relationship marketing of serviced-growing interest, emerging perspectives // Journal of the Academy of Marketing Science/ – 1995. – 23 (4).– pp. 236-245.
280. Bruce DeYoung. What's Relationship Marketing? // Journal of extention. – URL: <http://www.joe.org/joe/1988fall/a9.php/> – 31.01.2012.
281. Coase R. The New Institutional Economics // The American Economic Review.– 1998 – vol. 88. – No. 2 (May).– Pp.72-74.
282. Eggerson T. Knoweledge and the Theory of institutional change // Journal of Institutional Economics. –2009. –vol. 5. – №2.– pp.137-150.
283. Grönroos C. Adopting a service logic for marketing //Marketing Theory. – 2006. – Vol. 6. – No. 3. – Pp. 317-333.

284. Grönroos C. From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift In Marketing // Management Decision. – 1994. – vol. 32. – №2. – pp. 4-20.

285. Grönroos C. A Management Perspective for the Age of Service Competition. – URL: <http://www.itu.dk/courses/SISM/E2011/Gronroos.pdf>. – 25.11.2011.

286. Leamer E.E. Sources of International Comparative Advantage: Theory and Evidence.–Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1984. –Pp. xxi + 353.

287. <http://www.gks.ru/>

288. http://www.budgetrf.ru/Publications/mert_new/2012/MERT_NEW201208031157/MERT_NEW201208031157_p_011.htm

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе изучения, обобщения научно-практических аспектов и особенностей отечественного и зарубежного развития теории и методологии конкурентоспособности бизнес-систем в данной монографии установлено, что глобальным экономическим трендом экономической науки является переориентация процессов управления товарами, услугами, предприятиями, отраслями, регионами, территориями, государствами в направлении развития конкурентоспособности.

Это подтверждено многочисленными авторскими концепциями, богатым информационно-аналитическим, статистическим материалом, экономико-математическими моделями, методиками и методологическими принципами, реализованными в различных отраслях народного хозяйства.

Монография реализовала в себе комплексное исследование по изучаемой проблематике развития теории управления конкурентоспособности бизнес-систем и включила в себя:

Во-первых, теоретико-методологические подходы к управлению стратегической конкурентоспособностью в постиндустриальный период развития. В этой связи были изучены как особенности формирования и развития теории конкурентоспособности в постиндустриальный период, так и предложен методологический подход к управлению стратегической конкурентоспособностью на основе концепции интеллектуального лидерства.

Во-вторых, процессы управления конкурентоспособностью компаний-лидеров на первичном жилищном рынке. При этом, в качестве компонент анализа принято как изучение отечественной и зарубежной теории управления конкурентоспособностью, так и маркетинговые исследования особенностей и основных тенденций развития конкурентоспособности ведущих российских компаний-лидеров на общефедеральном и региональном рынке жилищной недвижимости пензенской области. Также разработаны научно-методические положения и рекомендации по интегрально-системному управлению конкурентоспособностью компаний-лидеров на первичных жилищных рынках.

В-третьих, теоретические основы управления конкурентоспособностью на рынке оптовой и розничной электроэнергетики, как особо значимого отраслевого рынка России. Определены отраслевые особенности развития энергосистем и рынков, проанализирована теория конкурентных моделей рынков, выявлены основные тенденции и закономерности развития отечественного рынка оптовой и розничной электроэнергетики.

В-четвертых, теоретические основы оценки конкурентоспособности строительных организаций. Это предусматривало как изучение особенностей строительных организаций и методов оценки уровня их конкурен-

тоспособности, анализ прикладных вопросов оценки конкурентоспособности строительных организаций, так и анализ общей конкурентной среды строительной отрасли на примере саратовской области.

В-пятых, исследование вопросов теоретического моделирования процессов управления конкурентоспособностью морских транспортных узлов для современных условий морских перевозок.

Теоретическое и научно-практическое исследование изучаемой проблемы управления конкурентоспособностью бизнес-систем в различных отраслях народного хозяйства, а также на макроуровне, показало многогранность затронутой тематики, ее высокую значимость для научно-практического и эффективного развития в нашей стране экономики и управления народным хозяйством.

В современных условиях теория и методология управления конкурентоспособности окончательно не сложилась, что делает особо важным любые исследования по обоснованию их развития для динамически изменяющихся внутренних и внешних условий функционирования любых бизнес-систем.

Авторы данной монографии глубоко убеждены, что в современных условиях глобализации рынков требуется глубокое научное осмысление самой категории конкурентоспособности и соответствующих методов и инструментов управления ею.

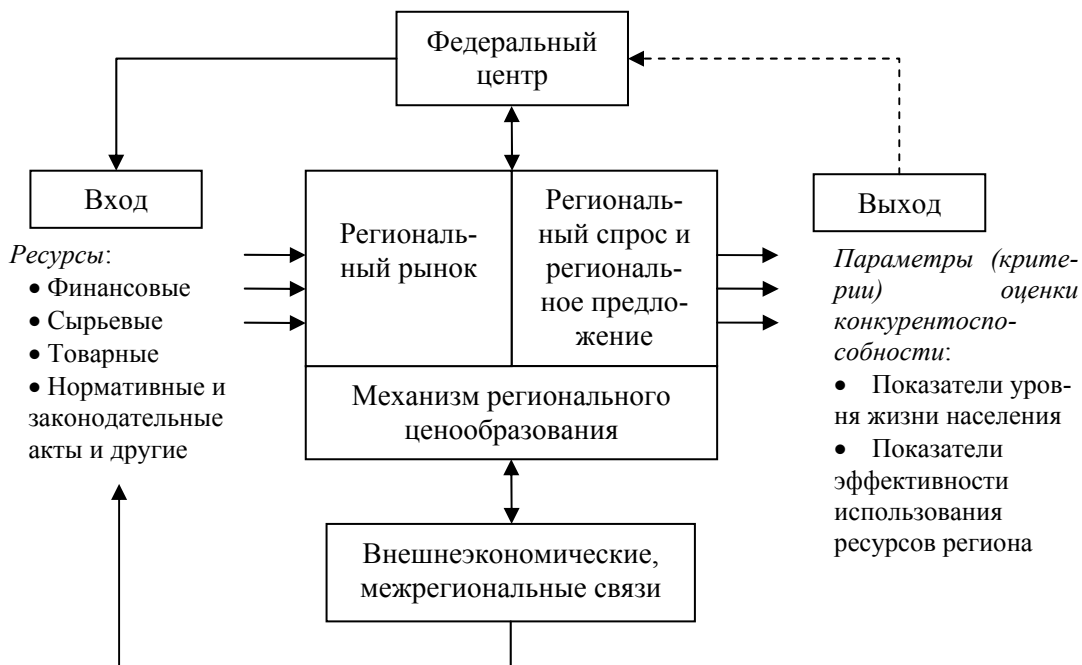
Уверены, что данное комплексное направление теоретических, концептуальных и научно-практических исследований в области моделирования развития методологических процессов осмысления процессов управления конкурентоспособностью бизнес-систем будет способствовать обогащению имеющегося положительного отечественного и зарубежного опыта и положительно повлияет на активизацию в нашей стране процессов эффективности на основе успешного применения данной теории.

В заключение коллектив авторов данной монографии благодарит тех читателей, которые проявили интерес к данной книге, прочитали и использовали ее в своей творческой профессиональной деятельности. Просим Вас присылать все конструктивные предложения, замечания и рекомендации по улучшению данной книги на электронный адрес – baron600@rambler.ru.

ПРИЛОЖЕНИЯ

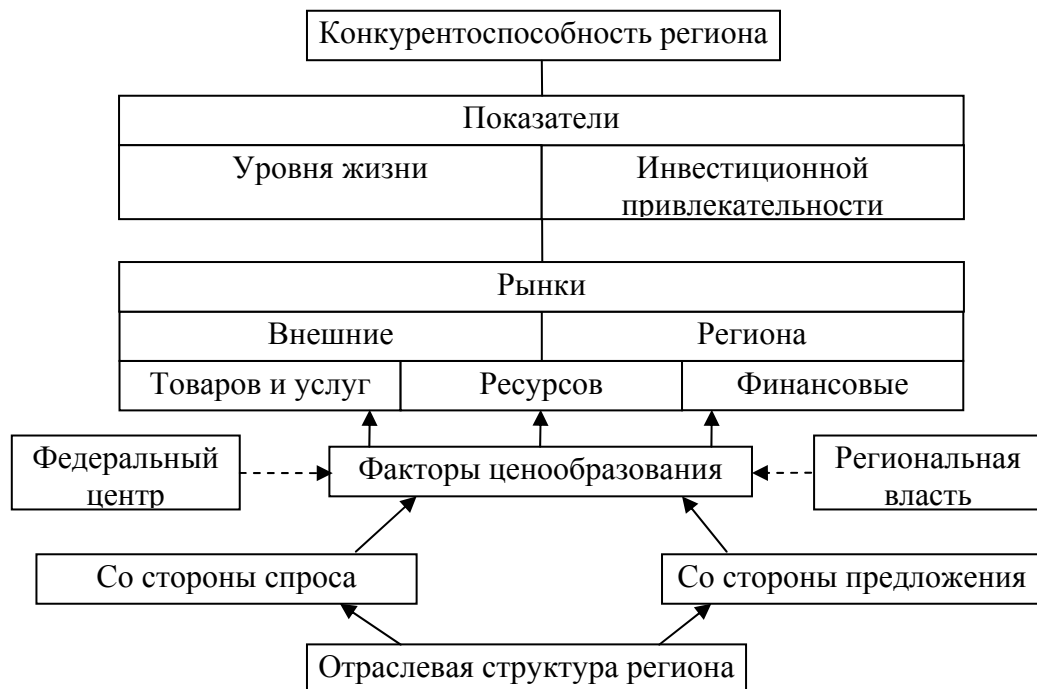
Приложение А

Теоретическая модель конкурентоспособности региона

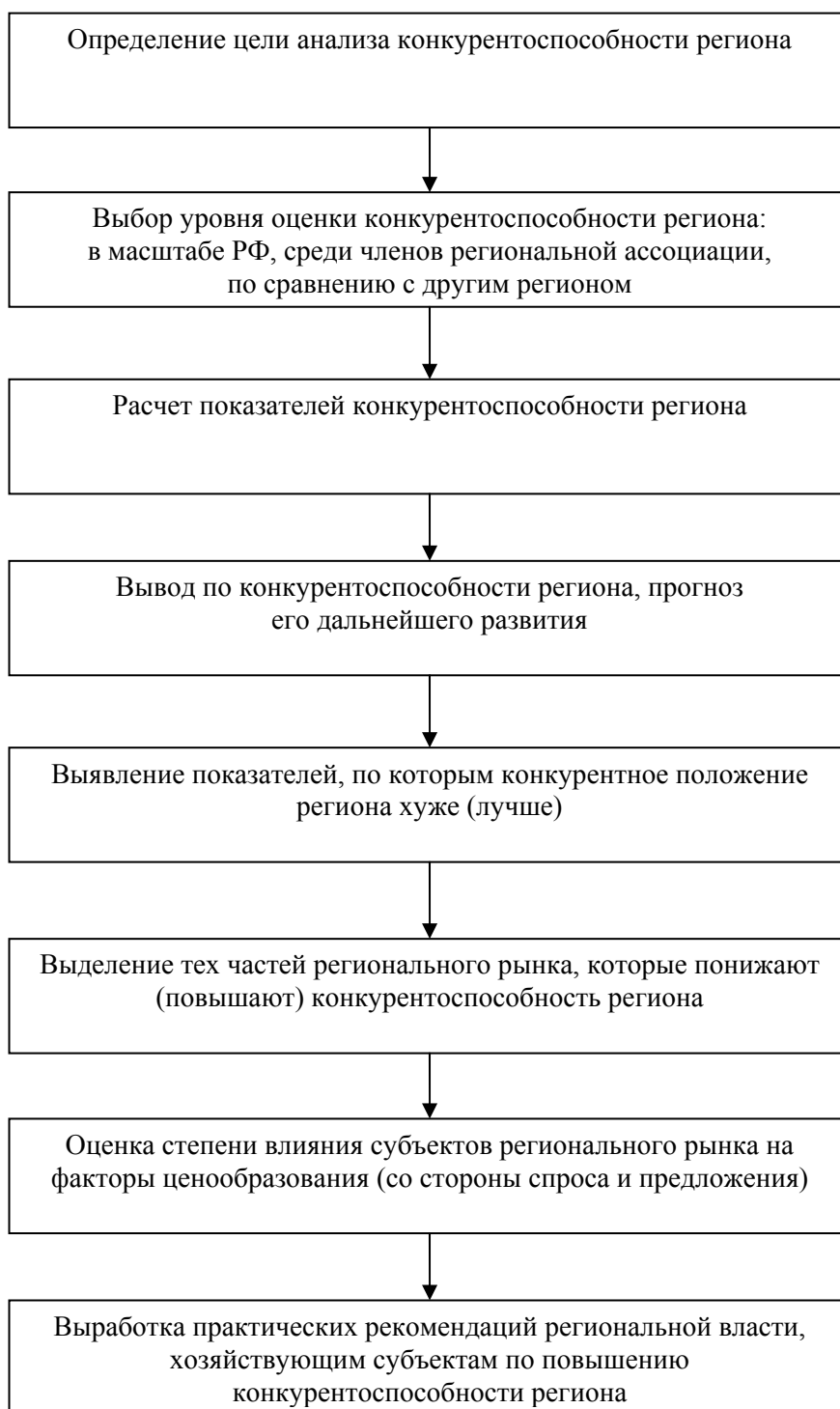


Приложение Б

Составляющие конкурентоспособности региона



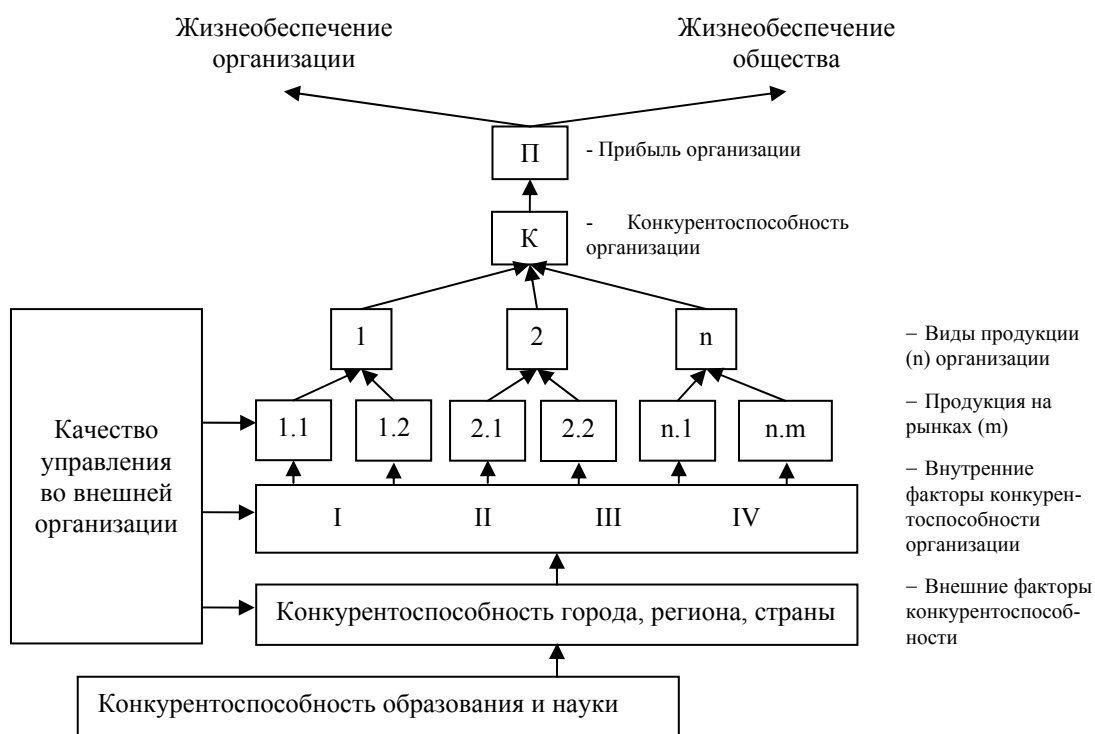
Алгоритм оценки конкурентоспособности региона



Классификация факторов,
определяющих коэффициент доступности жилья



Взаимосвязи факторов конкурентоспособности

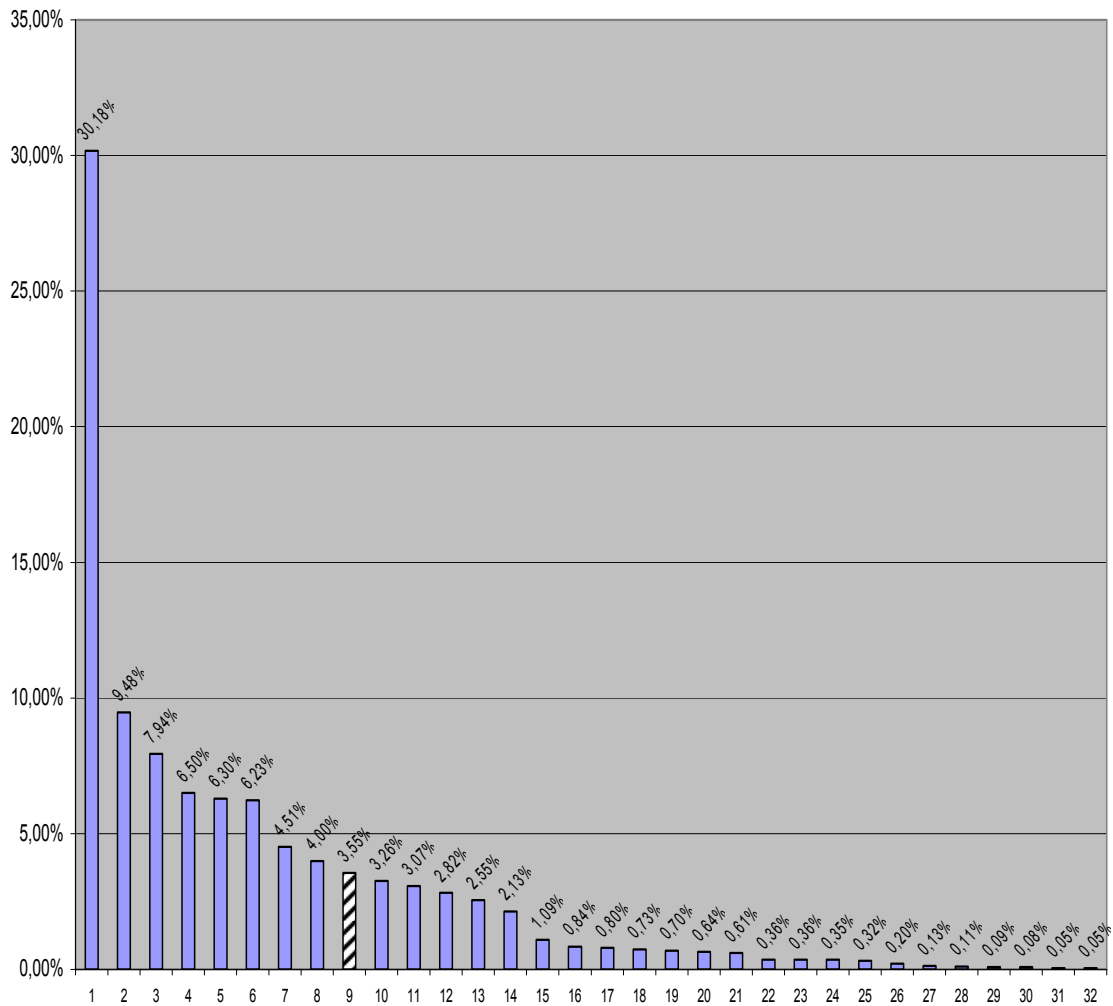


Приложение Е

Объем реализации компаний-участников рейтинга 400 крупнейших компаний России, сгруппированных по отраслевому признаку

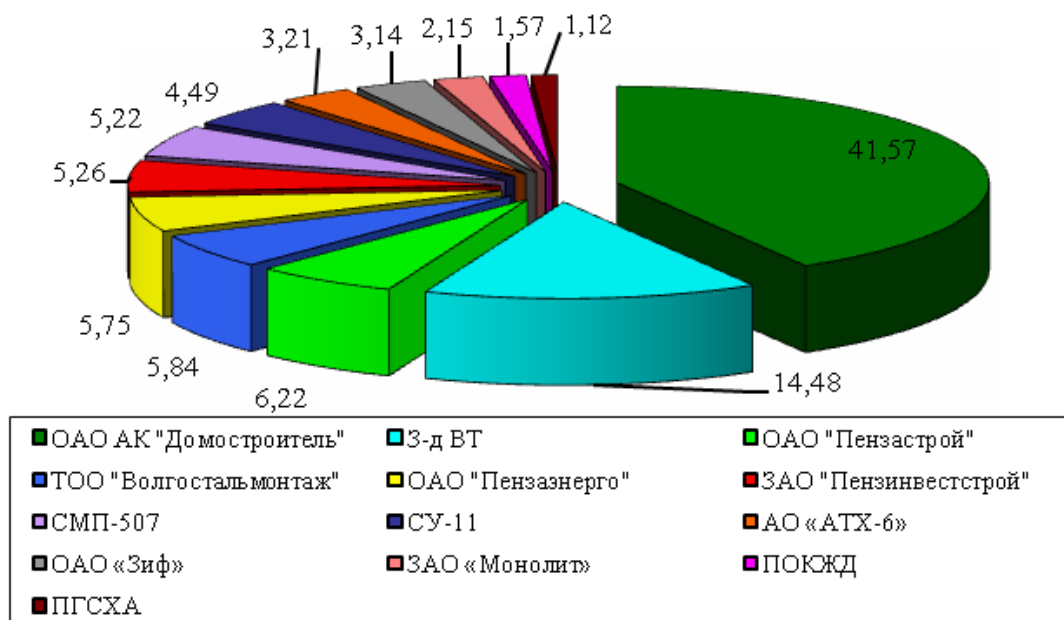
№	Отрасль	Объем реализации в 2009г., млн. руб.
1	нефтяная и нефтегазовая промышленность	8428846
2	банки	2646582
3	транспорт	2218523
4	розничная торговля	1814520
5	электроэнергетика	1758926
6	черная металлургия	1738886
7	машиностроение	1258569
8	оптовая торговля	1118200
9	строительство	992768
10	телекоммуникации и связь	909361
11	химическая и нефтехимическая промышленность	857571
12	пищевая промышленность	788112
13	цветная металлургия	710952
14	многоотраслевые холдинги	594744
15	страхование	304280
16	угольная промышленность	235103
17	табачная промышленность	222266
18	жилищно-коммунальное хозяйство	203510
19	агропромышленный комплекс	194407
20	промышленность драгоценных металлов и алмазов	178741
21	информационные технологии	170188
22	лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность	100278
23	промышленность строительных материалов	99372
24	финансовые холдинги	98330
25	сервисные компании	89724
26	СМИ	56590
27	упаковка	37445
28	полиграфическая промышленность	30829
29	фармацевтическая промышленность	24095
30	общественное питание	21049
31	парфюмерно-косметическая промышленность	14487
32	легкая промышленность	14337
<i>Итого</i>		<i>27931591</i>

Доля компаний, сгруппированных по отраслевому признаку, в суммарном объеме реализации участников рейтинга 400 крупнейших компаний России за 2009 г.²⁵

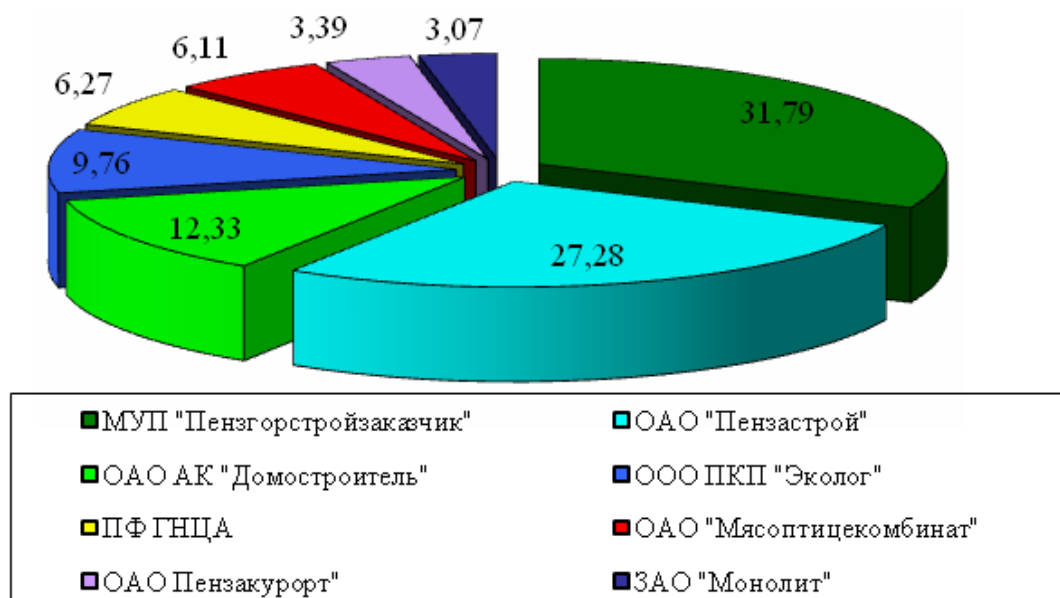


²⁵ Соответствие номера отрасли и названия отрасли см. в Приложении Е.

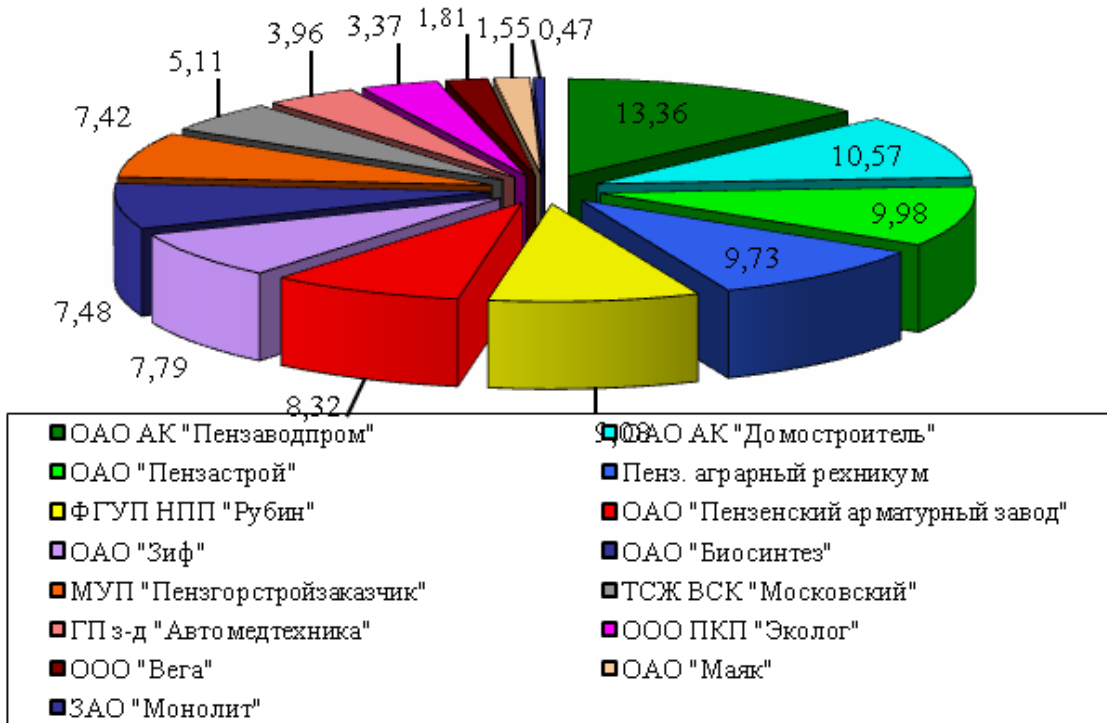
Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 1999 г., %



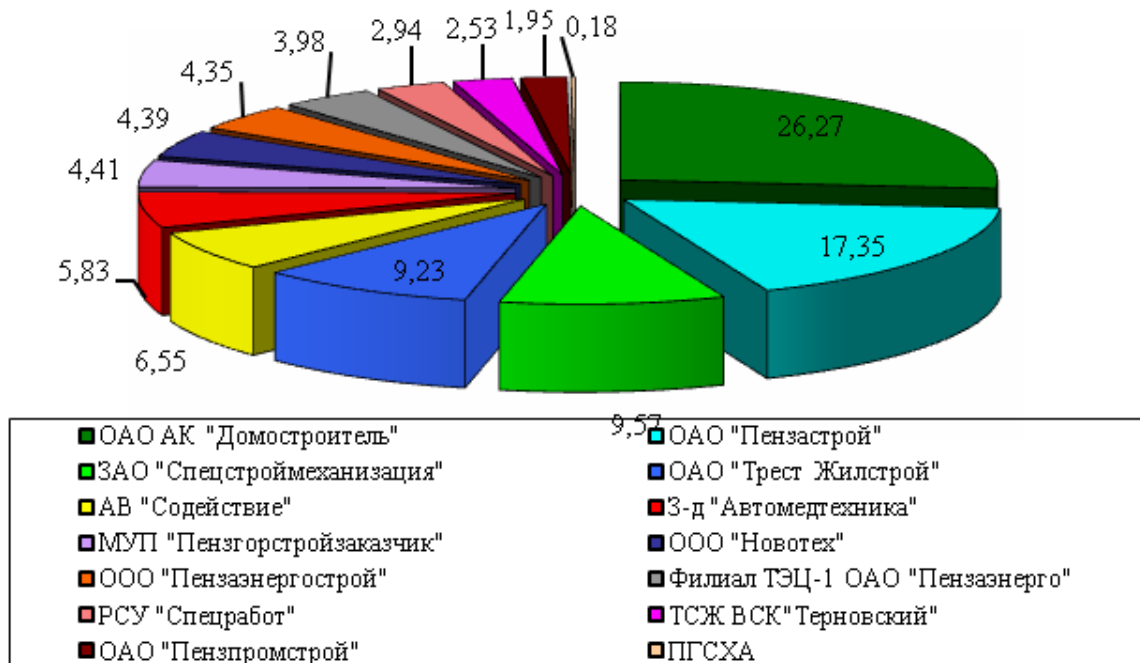
Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 2000 г., %



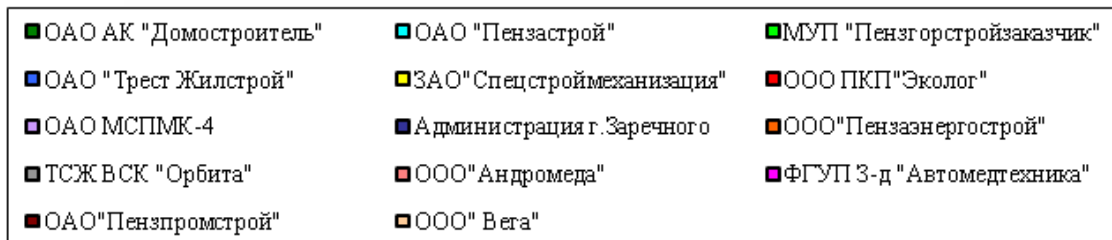
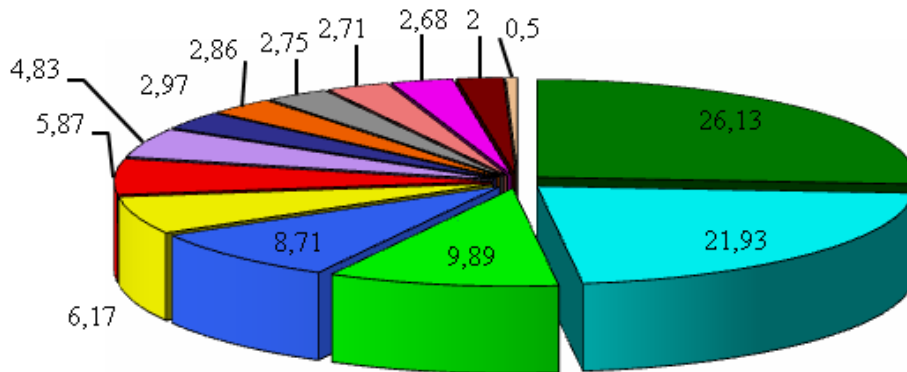
Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 2001 г., %



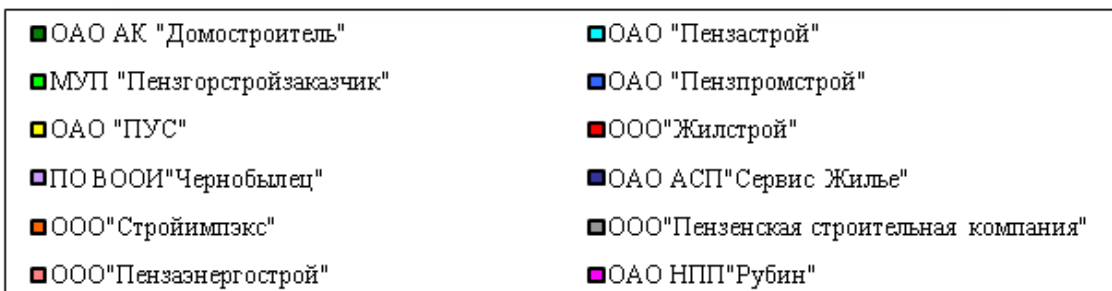
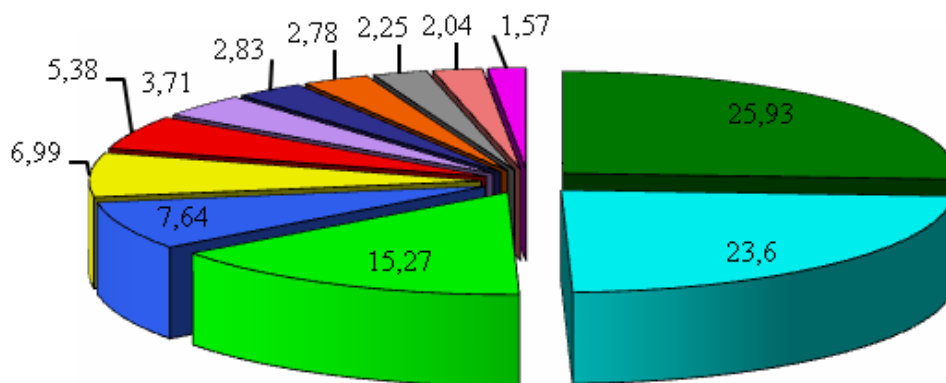
Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 2002 г., %



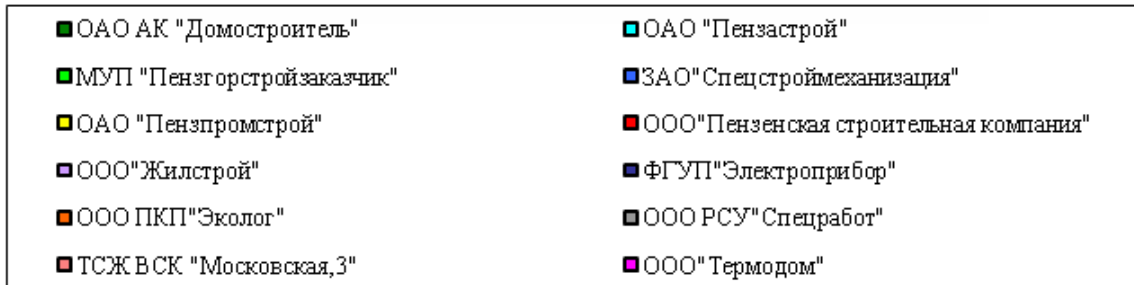
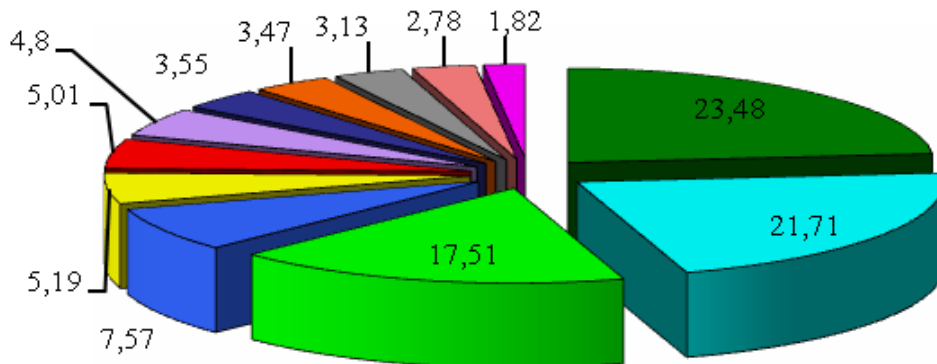
Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 2003 г., %



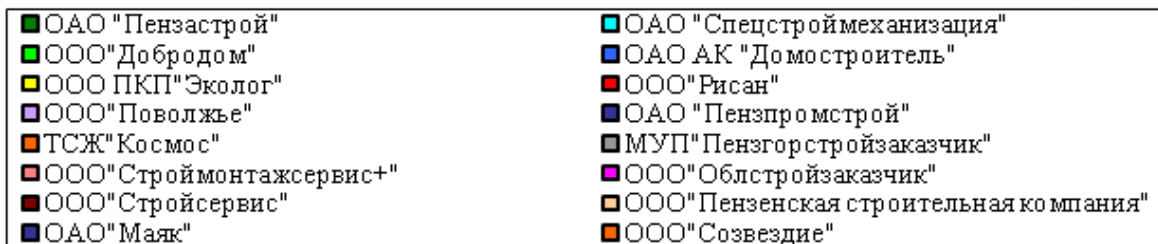
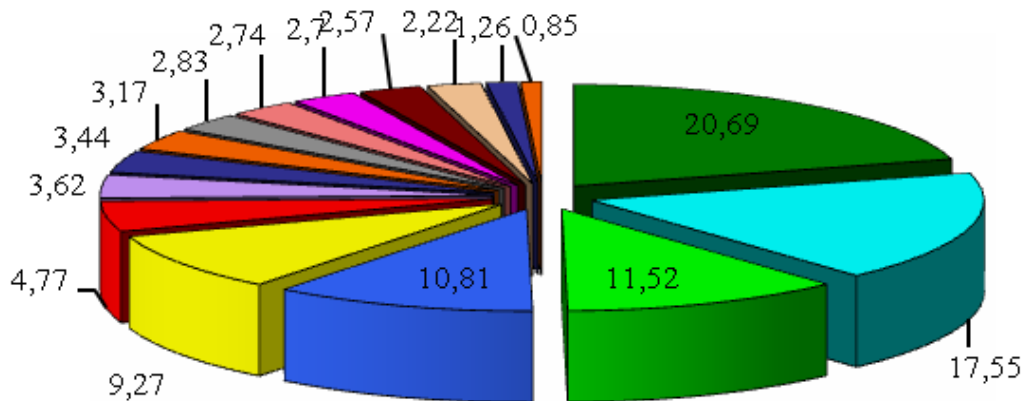
Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 2004 г., %



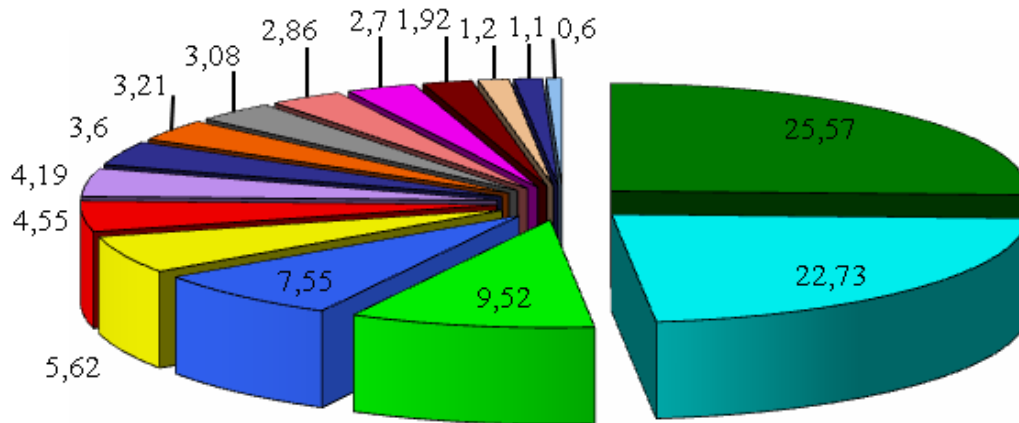
Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 2005 г., %



Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 2006 г., %

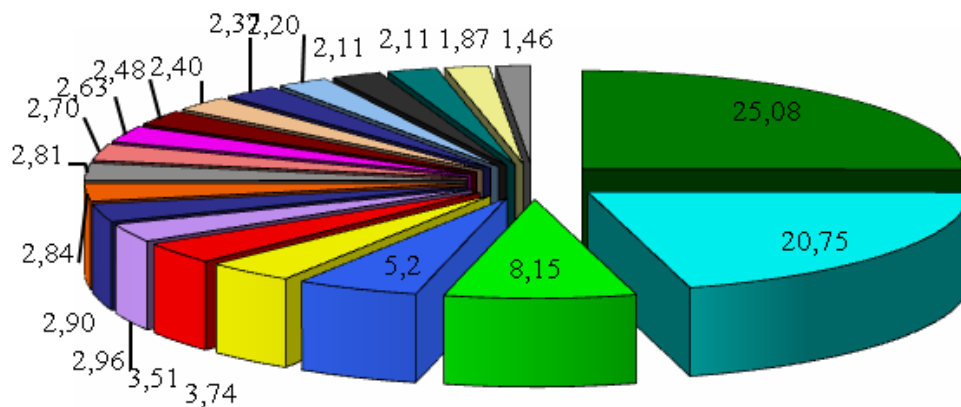


Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 2007 г., %



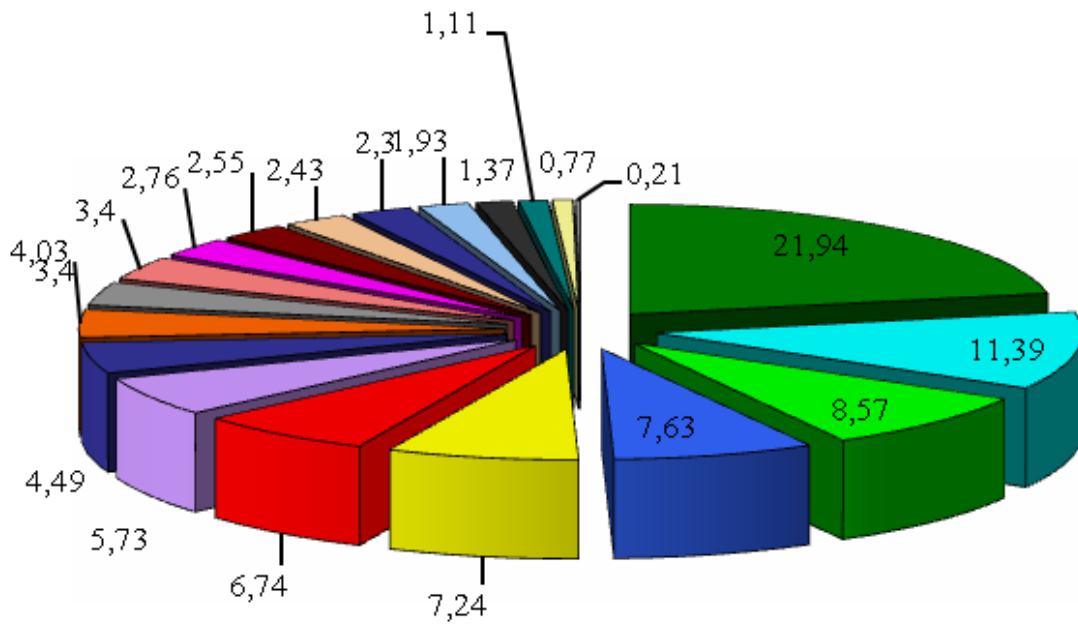
- ООО "Пензенская строительная компания"
- ОАО "Пензастрой"
- ОАО АК "Домостроитель"
- ООО "Поволжье"
- ООО РСУ "Спецработ"
- ООО "Добродом"
- МУП "Пензгорстройзаказчик"
- ООО "Спектр недвижимости"
- ТСЖ ВСК "Новый дом"

Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 2008 г., %



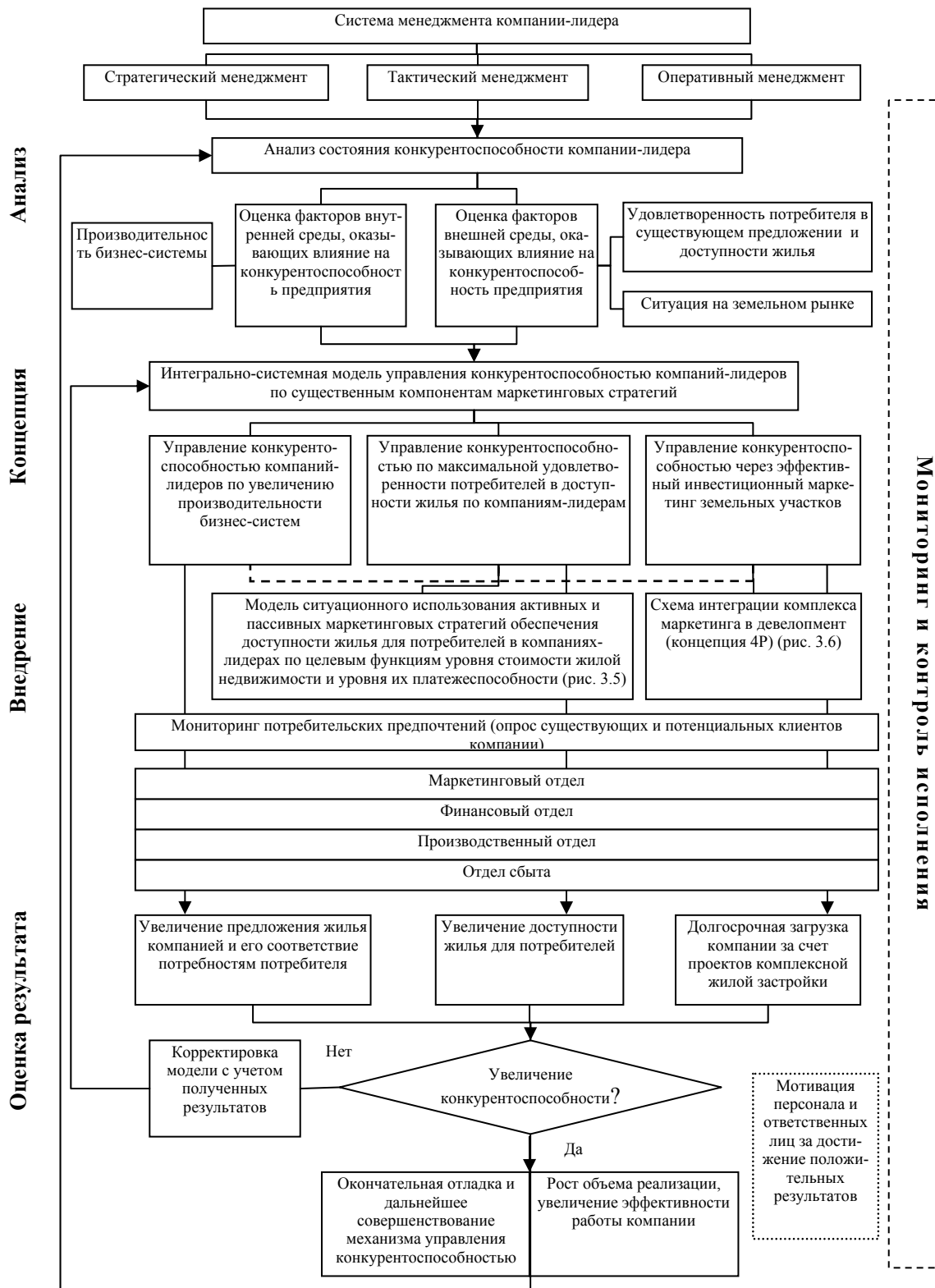
- холдинг "СКМ-групп"
- ОАО "Пензастрой"
- ЗАО "Спецстроймеханизация"
- Воинская часть 21222
- ОАО "Пензпромстрой"
- ООО "Центр инвестиций и новых технологий"
- МУ "УКС г.Заречного"
- ООО "Стройолтек-К"
- ТСЖ ВСК "Петровский"
- МУП "Пензгорстройзаказчик"
- ООО "Электрострой"
- ТСЖ ВСК "Венеция"
- ОКС УВД

Ввод жилья инвестиционно-строительными компаниями по г. Пенза в 2009 г., %



■ ОАО "Пензастрой"	■ ООО "Рисан"
■ В.ч. 21222	■ ЗАО "Стройдизайн-консалдинг"
■ МУП "Пензгорстройзаказчик"	■ ООО ПКФ "Термодом"
■ ОАО АК "Домостроитель"	■ ООО "ПСК"
■ ООО "Декор Трейд"	■ ТСЖ ВСК "Львовский"
■ Компания "Мегаполис"	■ ООО РСУ "Спецработ"
■ ООО "Строителей"	■ СКМ групп
■ ООО "Ривьера"	■ ЗАО "БИ Ай Инвест"
■ ООО "Добродом"	■ ООО "Спектр недвижимости"
■ ООО "Артстрой" Дир. Хилько С.А.	■ ФГОУ ВПО "ПГСА"

Схема внедрения интегрально-системной модели управления конкурентоспособностью компаний-лидеров по существенным компонентам маркетинговых стратегий в практическую деятельность



Приложение К

Т а б л и ц а К 1

Хронология и характеристики технологических укладов*

Характеристики уклада	Номер технологического уклада					
	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	7
Период доминирования	1770–1830	1830–1880	1880–1930	1930–1970	1970 – 2010	2010–2050
Технологические лидеры	Великобритания, Бельгия	Великобритания, Франция, Бельгия, Германия, США	Германия, США, Великобритания, Франция	США, СССР, Западная Европа, Япония	США, ЕС, Япония	США, ЕС, Китай, Япония, Россия (?)
Развитые регионы	Европа	Европа	Европа и Россия, Северная Америка, Япония	Европа и СССР, Северная Америка, Япония, Новые индустриальные страны (НИС)	Европа и Россия, Северная Америка, НИС, Бразилия, Австралия	Евразия, Америка, Австралия
Ядро технологического уклада	Текстильная промышленность, текстильное машиностроение, выплавка чугуна, обработка железа, строительство каналов, водяной двигатель	Паровой двигатель, железнодорожное строительство, транспортное машиностроение, угольная, станкоинструментальная промышленность, черная металлургия	Электротехническое, тяжелое машиностроение, производство и прокат стали, линии электропередач, неорганическая химия	Автомобильное, тракторостроение, цветная металлургия, производство товаров длительного пользования, синтетические материалы, органическая химия, производство и переработка нефти	Электронная промышленность, вычислительная, опτικο-волоконная техника, программное обеспечение, телекоммуникации, роботостроение, производство и переработка газа, инфокоммуникационные услуги	Нанoeлектроника, молекулярная и нанотоника, наноматериалы и наноструктурированные покрытия, нанобиотехнология, наносистемная техника

Окончание прил. К
Окончание табл. К1

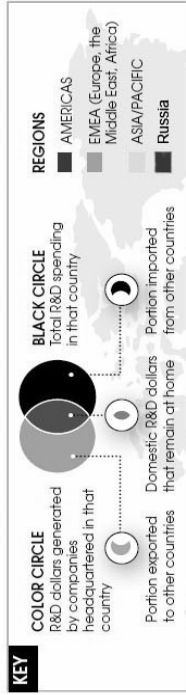
1	2	3	4	5	6	7
Ключевой фактор	Текстильные машины	Паровой двигатель, станки	Электродвигатель	Двигатель внутреннего сгорания, нефтехимия	Микроэлектронные компоненты	Нанотехнологии, клеточные технологии
Формирующееся ядро нового уклада	Паровые двигатели, машиностроение	Электроэнергетика, тяжелое машиностроение, неорганическая химия	Автомобилестроение, органическая химия, производство и переработка нефти, цветная металлургия, автодорожное строительство	Радиоэлектроника, авиастроение, газовая промышленность	Нанотехнологии, молекулярная биология, геновая инженерия	
Преимущества данного технологического уклада по сравнению с предшествующими	Механизация и концентрация производства на фабриках	Рост масштабов и концентрации производства на основе использования парового двигателя	Повышение гибкости производства на основе использования электродвигателя стандартизация, урбанизация	Массовое и серийное производство	Индивидуализация производства и потребления, повышение гибкости производства	Резкое снижение энерго- и материалоёмкости производства, конструирование материалов и организмов с заранее заданными свойствами

*Источник: Официальный сайт Академика С. Глазьев. http://www.glazev.ru/econom_polit/27

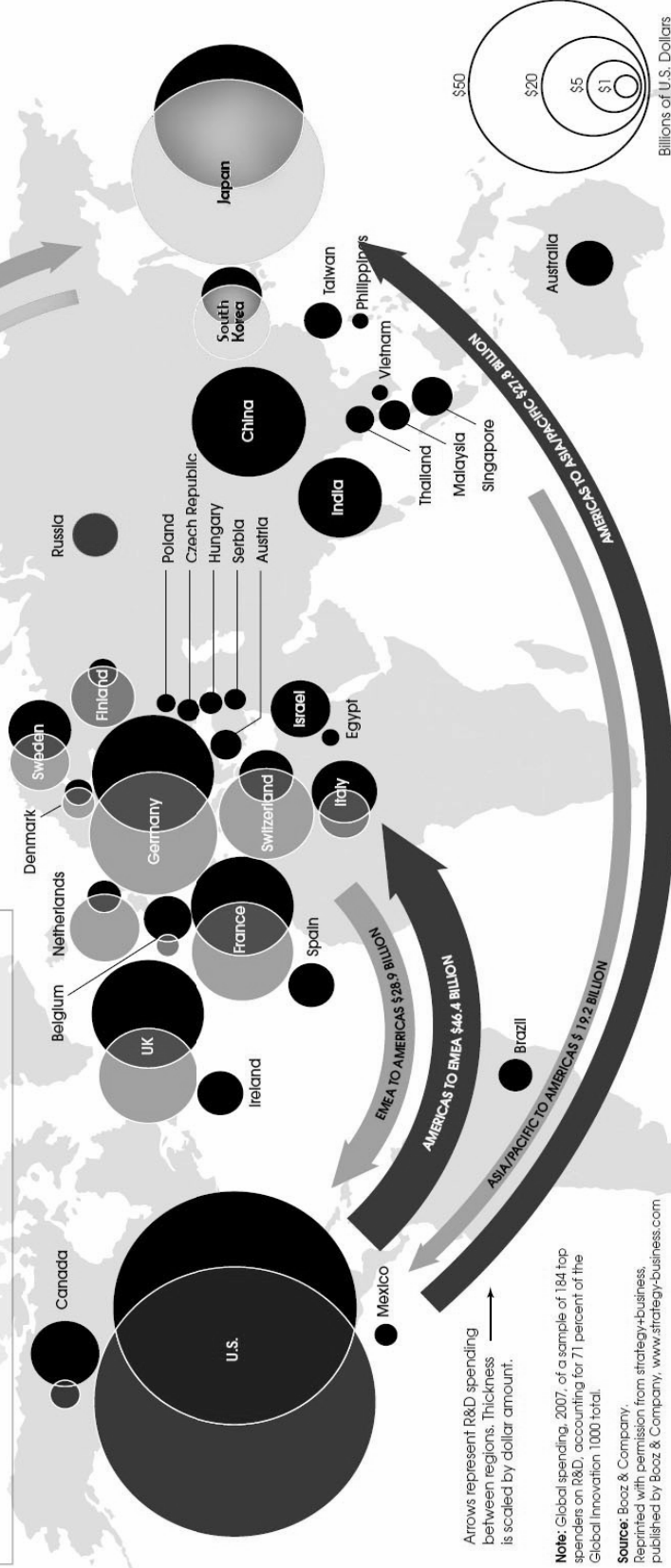
Importers and Exporters of Technology

The World of R&D

As business has become increasingly global, so too has corporate spending on R&D. Here is a look at the 2007 flows of the top R&D spenders between the Americas, EMEA (Europe, the Middle East, and Africa), and the Asia/Pacific region.



Multinational companies are spending a significant portion of their R&D monies outside the countries in which they're headquartered. This might appear to be a loss of jobs, intellectual property, and influence for the home countries. But innovations spending appears to flow in both directions simultaneously. According to a Booz study, about 40% of the monies spent on R&D in the U.S. is spent by companies headquartered in offshore locations. Companies that invest wisely in a multinational innovation footprint are gaining better returns on their R&D investments than companies that keep their laboratories exclusively at home.



Мировой экспорт и импорт технологий в 2007 году

Источник: Global R&D Report 2008 Magazine, p. 20-21

Справочные материалы к анализу влияния стоимости электроэнергии на рынке «на сутки вперед» (РСВ) на формирование цены для конечного потребителя в 2011 году

1. Основные факторы, влияющие на изменение цены РСВ:

- **Изменение цен на топливо** – регулируется государством. Рост цен на топливо для электростанций автоматически увеличивает себестоимость производства электрической энергии.

- **Изменение ценовых стратегий поставщиков** – связаны с режимом работы станций, состоянием оборудования. В данном контексте под ценовыми стратегиями понимается различие между себестоимостью производства электроэнергии и ценой, указанной в заявке поставщика.

- **Параметры выбора состава включенного генерирующего оборудования (ВСВГО)** – формируются системным оператором ЕЭС. Основное влияние на формирование цены РСВ здесь оказывают такие значения, как минимальный объем на загрузку и соотношения минимальных объемов на разгрузку и загрузку. **Объемы потребления** – зависят от внутреннего спроса, внешней торговли и промышленного производства, внедрения энергосберегающих технологий, а также от природных и климатических факторов (температуры воздуха, продолжительности светового дня и др.). В частности, в 2010 году пики энергопотребления были обусловлены аномально низкими зимними температурами и аномальной жарой летом. При этом следует отметить, что хотя прогноз потребления и является одним из входных параметров задачи ВСВГО, напрямую на среднемесячный индекс цены РСВ он не влияет – все зависит от того, какое оборудование будет отобрано для покрытия этого потребления. В частности колебания цен РСВ зимой, в периоды паводка и ремонтной компании определяются количеством и составом включенного оборудования.

2. Влияние цен РСВ на формирование цены для конечного потребителя

В опубликованной 11 апреля газетой РБК-daily статье прозвучали опасения неких экспертов, что «только благодаря росту индекса равновесной цены итоговый рост стоимости электроэнергии для потребителя может превысить 15 %».

За неделю с 01.04.2011 по 07.04.2011 индекс равновесной цены в Европейской части РФ и на Урале увеличился на 5,6 %. Специалисты департамента анализа и прогнозирования ОАО «АТС» подсчитали, какое влияние окажет изменение цен РСВ на формирование цены для конечного потребителя. Из приведенной ниже таблицы следует, что увеличение

индекса равновесной цены на 5,6 % (при условиях неизменности прочих факторов) вызовет рост цены для конечного потребителя – не более 1,5 %.

Упомянутый в статье более чем 15 % рост индексов равновесных цен (на РСВ) в обеих ценовых с начала года в среднем даст прирост к цене конечного потребителя – чуть больше 4 %.

Т а б л и ц а М 1

Изменение цены РСВ	Изменение цены для конечного потребителя
%	%
-3 %	-0,82 %
-2 %	-0,54 %
-1 %	-0,27 %
0 %	0,00 %
1 %	0,27 %
2 %	0,54 %
3 %	0,82 %
4 %	1,09 %
5 %	1,36 %
6 %	1,63 %
7 %	1,90 %
8 %	2,18 %
9 %	2,45 %
10 %	2,72 %
11 %	2,99 %
12 %	3,26 %
13 %	3,54 %
14 %	3,81 %
15 %	4,08 %

3. Доля конкурентного ценообразования – не более 20 %

По оценкам специалистов НП «Совет рынка», в общем объеме факторов, оказывающих влияние на формирование конечной цены электроэнергии, доля конкурентного ценообразования составляет не более 20 процентов. Остальное – относится к сфере государственного регулирования на федеральном и региональном уровнях.

По оценкам специалистов НП «Совет рынка», даже в секторе конкурентного ценообразования основным фактором, определяющим стоимость электроэнергии на 2011 год, будет регулируемый фактор – изменение внутрироссийских цен на энергоносители

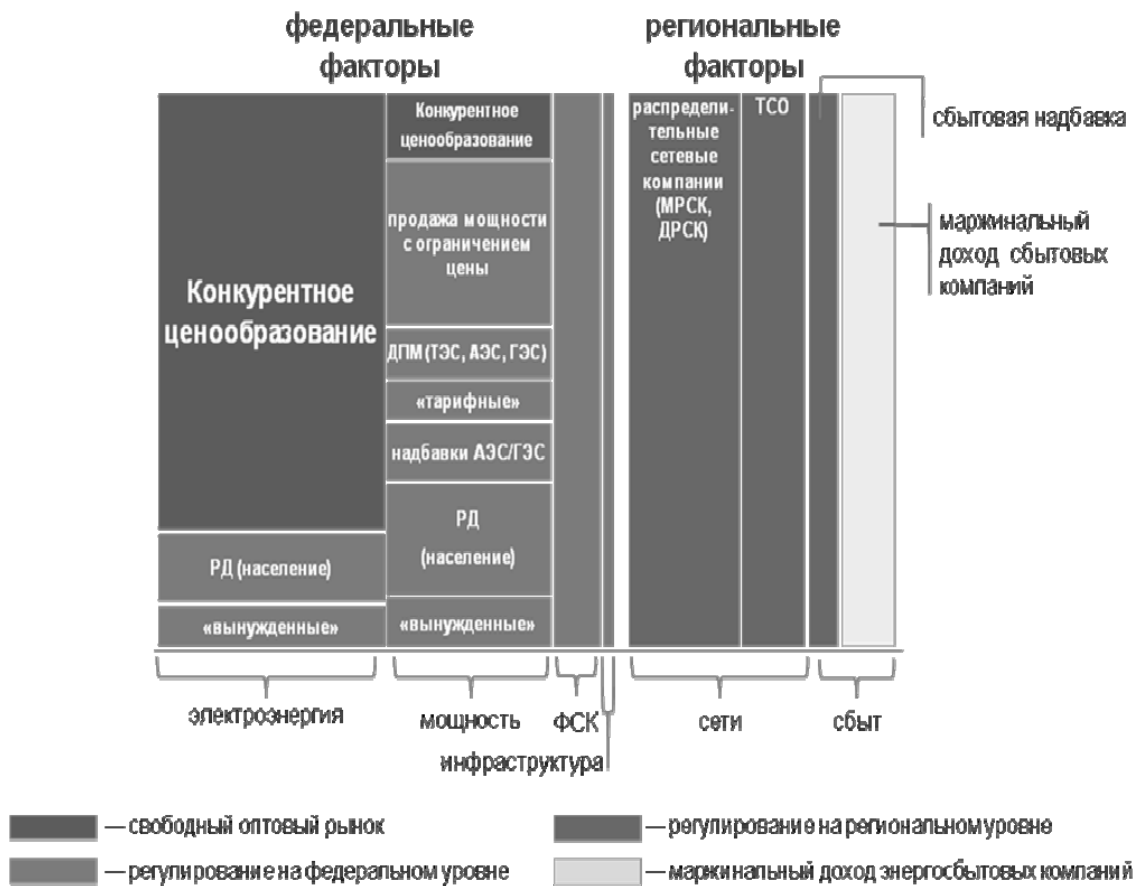


Рис. М2

Перечень основных нормативно-правовых актов,
регулирующих деятельность в электроэнергетической отрасли
ФЕДЕРАЛЬНЫЕ ЗАКОНЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

1. Федеральный закон от 03.12.2011 № 382-ФЗ «О государственной информационной системе топливно-энергетического комплекса».

2. Федеральный закон от 21.07.2011 № 256-ФЗ «О безопасности объектов топливно-энергетического комплекса».

3. Федеральный закон от 23.11.2009 № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

4. Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике».

5. Федеральный закон от 26.03.2003 № 36-ФЗ «Об особенностях функционирования электроэнергетики в переходный период и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу некоторых законодательных актов Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «Об электроэнергетике».

6. Федеральный закон от 21.07.1997 № 177-ФЗ «О безопасности гидротехнических сооружений».

7. Федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая), глава 30, §6 Энергоснабжение.

8. Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ «О естественных монополиях».

ПОСТАНОВЛЕНИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

9. Постановление Правительства Российской Федерации от 29.12.2011 № 1178 «О ценообразовании в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике».

10. Постановление Правительства Российской Федерации от 29.12.2011 № 1179 «Об определении и применении гарантирующими поставщиками нерегулируемых цен на электрическую энергию (мощность)».

11. Постановление Правительства Российской Федерации от 26.10.2011 № 866 «Об утверждении Правил предоставления в 2011 году субсидий бюджетам субъектов Российской Федерации на ликвидацию межтерриториального перекрестного субсидирования в электроэнергетике и распределения субсидий, предоставляемых в 2011 году бюджетам субъектов Российской Федерации на ликвидацию межтерриториального перекрестного субсидирования в электроэнергетике».

12. Постановление Правительства Российской Федерации от 21.02.2011 № 97 «Об утверждении Типового положения об органе исполнительной

власти субъекта Российской Федерации в области государственного регулирования тарифов».

13. Постановление Правительства Российской Федерации от 25.01.2011 № 20 «Об утверждении Правил представления федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления информации для включения в государственную информационную систему в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности».

14. Постановление Правительства Российской Федерации от 25.01.2011 № 19 «Об утверждении Положения о требованиях, предъявляемых к сбору, обработке, систематизации, анализу и использованию данных энергетических паспортов, составленных по результатам обязательных и добровольных энергетических обследований».

15. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.12.2010 № 1172 «Об утверждении Правил оптового рынка электрической энергии (мощности)».

16. Постановление Правительства Российской Федерации от 20.10.2010 № 850 «О критериях для предоставления из федерального бюджета субсидий в порядке компенсации стоимости технологического присоединения генерирующих объектов с установленной генерирующей мощностью не более 25 МВт, признанных квалифицированными объектами, функционирующими на основе использования ВИЭ, лицам, которым такие объекты принадлежат на праве собственности или ином законном основании».

17. Постановление Правительства Российской Федерации от 29.09.2010 № 775 «О предоставлении субсидий бюджетам субъектов Российской Федерации на ликвидацию межтерриториального перекрестного субсидирования в электроэнергетике».

18. Постановление Правительства Российской Федерации от 29.09.2010 № 770 «Об определении территорий неценовых зон оптового рынка электрической энергии (мощности)».

19. Постановление Правительства Российской Федерации от 28.09.2010 № 764 «Об утверждении Правил осуществления контроля за соблюдением субъектами естественных монополий Стандартов раскрытия информации».

20. Постановление Правительства Российской Федерации от 24.09.2010 № 759 «О совершенствовании порядка технологического присоединения потребителей к электрическим сетям».

21. Постановление Правительства Российской Федерации от 02.09.2010 № 670 «Об утверждении индикативных цен на электрическую энергию и на мощность для Республики Дагестан и Карачаево-Черкесской Республики и о внесении изменений в Основы ценообразования в отношении электрической и тепловой энергии в Российской Федерации по вопросу

утверждения индикативных цен на электрическую энергию и на мощность для Республики Дагестан и Карачаево-Черкесской Республики».

22. Постановление Правительства Российской Федерации от 23.08.2010 № 646 «О принципах формирования органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации перечня мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности в отношении общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме».

23. Постановление Правительства Российской Федерации от 18.08.2010 № 636 «О требованиях к условиям контракта на энергосервис и об особенностях определения начальной (максимальной) цены контракта (цены лота) на энергосервис».

24. Постановление Правительства Российской Федерации от 01.06.2010 № 391 «О порядке создания государственной информационной системы в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности и условий для ее функционирования».

25. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.05.2010 № 344 «О расчете стоимости электрической энергии (мощности) для потребителей в переходный период на территориях, не объединенных в ценовые зоны оптового рынка».

26. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.05.2010 № 341 «Об утверждении Положения об особенностях предоставления технических условий, определения платы за технологическое присоединение и особенностях технологического присоединения к объектам электросетевого хозяйства энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии на территории муниципального образования город-курорт Сочи в период организации и проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации».

27. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.05.2010 № 340 «О порядке установления требований к программам в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности организаций, осуществляющих регулируемые виды деятельности».

28. Постановление Правительства Российской Федерации от 21.04.2010 № 269 «О проведении конкурсов инвестиционных проектов по формированию перспективного технологического резерва мощностей по производству электрической энергии и внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации».

29. Постановление Правительства Российской Федерации от 03.03.2010 № 117 «О порядке отбора субъектов электроэнергетики и потребителей электрической энергии, оказывающих услуги по обеспечению системной надежности, и оказания таких услуг, а также об утверждении изменений,

которые вносятся в акты Правительства Российской Федерации по вопросам оказания услуг по обеспечению системной надежности».

30. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2009 № 1220 «Об определении применяемых при установлении долгосрочных тарифов показателей надежности и качества поставляемых товаров и оказываемых услуг».

31. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2009 № 1221 «Об утверждении Правил установления требований энергетической эффективности товаров, работ, услуг, размещение заказов на которые осуществляется для государственных или муниципальных нужд».

32. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2009 № 1222 «О видах и характеристиках товаров, информация о классе энергетической эффективности которых должна содержаться в технической документации, прилагаемой к этим товарам, в их маркировке, на их этикетках, и принципах правил определения производителями, импортерами класса эффективности товара».

33. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2009 № 1225 «О требованиях к региональным и муниципальным программам в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности».

34. Постановление Правительства Российской Федерации от 30.12.2009 № 1140 «Об утверждении стандартов раскрытия информации организациями коммунального комплекса и субъектами естественных монополий, осуществляющими деятельность в сфере оказания услуг по передаче тепловой энергии».

35. Постановление Правительства Российской Федерации от 01.12.2009 № 977 «Об инвестиционных программах субъектов электроэнергетики».

36. Постановление Правительства Российской Федерации от 14.11.2009 № 929 «О порядке осуществления государственного регулирования в электроэнергетике, условиях его введения и прекращения и о внесении изменений в Правила оптового рынка электрической энергии (мощности) переходного периода».

37. Постановление Правительства Российской Федерации от 09.11.2009 № 910 «О порядке определения стоимости и оплаты услуг по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике».

38. Постановление Правительства Российской Федерации от 28.10.2009 № 846 «Об утверждении Правил расследования причин аварий в электроэнергетике».

39. Постановление Правительства Российской Федерации от 17.10.2009 № 823 «О схемах и программах перспективного развития электроэнергетики».

40. Постановление Правительства Российской Федерации от 11.09.2009 № 724 «Об утверждении Положения Правительственной комиссии по

ликвидации последствий аварии в филиале ОАО «РусГидро» – Саяно-Шушенская ГЭС им. П.С. Непорожного» и организации работ по обеспечению устойчивого энергоснабжения потребителей объединенной энергосистемы Сибири».

41. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.06.2009 № 492 «О существенных условиях и порядке разрешения разногласий о праве заключения договоров в отношении объектов электросетевого хозяйства, входящих в единую национальную (общероссийскую) электрическую сеть».

42. Постановление Правительства Российской Федерации от 24.02.2009 № 160 «О порядке установления и использования охранных зон объектов электросетевого хозяйства и особых условий использования земельных участков, расположенных в границах таких зон».

43. Постановление Правительства Российской Федерации от 14.02.2009 № 114 «О критериях и порядке отнесения субъектов электроэнергетики и потребителей электрической энергии к кругу лиц, подлежащих обязательному обслуживанию при оказании услуг по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике».

44. Постановление Правительства Российской Федерации от 09.02.2009 № 98 «Об утверждении правил осуществления контроля за применением платы за технологическое присоединение и (или) стандартизированных тарифных ставок, определяющих величину этой платы».

45. Постановление Правительства Российской Федерации от 09.01.2009 № 14 «Об утверждении правил урегулирования споров, связанных с установлением и применением платы за технологическое присоединение и (или) тарифных ставок, установленных органами государственного регулирования цен (тарифов) для определения величины такой платы (стандартизированных тарифных ставок)».

46. Постановление Правительства Российской Федерации от 10.12.2008 № 950 «Об участии органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации в области государственного регулирования тарифов в осуществлении государственного регулирования и контроля деятельности субъектов естественных монополий».

47. Постановление Правительства Российской Федерации от 26.11.2008 № 888 «Об утверждении Регламента государственной корпорации по атомной энергии «Росатом».

48. Постановление Правительства Российской Федерации от 29.09.2008 № 726 «О правительственной комиссии по вопросам развития электроэнергетики».

49. Постановление Правительства Российской Федерации от 22.09.2008 № 707 «О порядке ведения отдельного учета доходов и расходов субъектами естественных монополий».

50. Постановление Правительства Российской Федерации от 20.09.2008 № 705 «О программе деятельности государственной корпорации по атомной энергии «Росатом» на долгосрочный период (2009 – 2015 годы)».

51. Постановление Правительства Российской Федерации от 25.08.2008 № 637 «Об организации деятельности правительственной комиссии по обеспечению безопасности электроснабжения (федерального штаба)».

52. Постановление Правительства Российской Федерации от 04.08.2008 № 581 «Об уполномоченном федеральном органе исполнительной власти по контролю за деятельностью совета рынка».

53. Постановление Правительства Российской Федерации от 03.06.2008 № 426 «О квалификации генерирующего объекта, функционирующего на основе использования возобновляемых источников энергии».

54. Постановление Правительства Российской Федерации от 28.05.2008 № 400 «О Министерстве энергетики Российской Федерации».

55. Постановление Правительства Российской Федерации от 16.02.2008 № 86 «О штабах по обеспечению безопасности энергоснабжения».

56. Постановление Правительства Российской Федерации от 26.07.2007 № 484 «О выводе объектов электроэнергетики в ремонт и из эксплуатации».

57. Постановление Правительства Российской Федерации от 23.07.2007 № 465 «О предоставлении субсидий бюджетам субъектов Российской Федерации на ликвидацию межтерриториального перекрестного субсидирования в электроэнергетике».

58. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.10.2006 № 628 «Об утверждении Правил осуществления контроля за соблюдением юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями запрета на совмещение деятельности по передаче электрической энергии и оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике с деятельностью по производству и купле-продаже электрической энергии и о внесении изменения в Положение о Федеральной антимонопольной службе, утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 30 июня 2004 г. № 331».

59. Постановление Правительства РФ от 31.08.2006 № 530 «Об утверждении основных положений функционирования розничных рынков электрической энергии».

60. Постановление Правительства Российской Федерации от 06.06.2006 № 355 «Об особенностях функционирования хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в области электроэнергетики преимущественно для удовлетворения собственных производственных нужд».

61. Постановление Правительства Российской Федерации от 26.01.2006 № 41 «О критериях отнесения объектов электросетевого хозяйства к единой национальной (общероссийской) электрической сети».

62. Постановление Правительства Российской Федерации от 07.12.2005 № 738 «О порядке формирования источника средств на оплату услуг по формированию технологического резерва мощностей по производству электрической энергии и финансирования объектов по производству электрической энергии в целях предотвращения возникновения дефицита электрической мощности».

63. Постановление Правительства Российской Федерации от 06.05.2005 № 291 «Об утверждении положения о лицензировании деятельности по продаже электрической энергии гражданам».

64. Постановление Правительства Российской Федерации от 16.02.2005 № 81 «Об определении источников возмещения расходов на обеспечение деятельности и выполнение обязанностей эксплуатирующей организации, осуществляющей деятельность в области использования атомной энергии».

65. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.12.2004 № 861 «Об утверждении Правил недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам администратора торговой системы оптового рынка и оказания этих услуг и Правил технологического присоединения энергопринимающих устройств (энергетических установок) юридических и физических лиц к электрическим сетям».

66. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.12.2004 № 854 «Об утверждении Правил оперативно-диспетчерского управления в электроэнергетике».

67. Постановление Правительства Российской Федерации от 04.03.2004 № 136 «Об утверждении Типового положения об органе исполнительной власти субъекта Российской Федерации в области государственного регулирования тарифов».

68. Постановление Правительства Российской Федерации от 26.02.2004 № 109 «О ценообразовании в отношении электрической и тепловой энергии в Российской Федерации».

69. Постановление Правительства Российской Федерации от 21.01.2004 № 24 «Об утверждении стандартов раскрытия информации субъектами оптового и розничных рынков электрической энергии».

70. Постановление Правительства Российской Федерации от 30.12.2003 № 792 «О перечне услуг по организации функционирования и развитию единой энергетической системы России».

71. Постановление Правительства Российской Федерации от 05.11.2003 № 674 «О порядке рассмотрения разногласий, возникающих между органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации в области

государственного регулирования тарифов, организациями, осуществляющими регулируемые виды деятельности, и потребителями».

72. Постановление Правительства Российской Федерации от 28.10.2003 № 648 «Об утверждении Положения об отнесении объектов электросетевого хозяйства к единой национальной (общероссийской) электрической сети и о ведении реестра объектов электросетевого хозяйства, входящих в единую национальную (общероссийскую) электрическую сеть».

73. Постановление Правительства Российской Федерации от 20.10.2003 № 638 «О системе отчетности, представляемой в федеральный орган исполнительной власти по регулированию естественных монополий».

74. Постановление Правительства Российской Федерации от 16.09.2003 № 576 «Об уполномоченном федеральном органе исполнительной власти по обеспечению государственного контроля за деятельностью администратора торговой системы оптового рынка электрической энергии (мощности)».

75. Постановление Правительства Российской Федерации от 22.08.2003 № 516 «О предельных уровнях тарифов на электрическую и тепловую энергию».

76. Постановление Правительства Российской Федерации от 11.07.2001 № 526 «О реформировании электроэнергетики Российской Федерации».

77. Постановление Правительства Российской Федерации от 07.12.1998 № 1444 «Об основах ценообразования в отношении электрической энергии, потребляемой населением».

78. Постановление Правительства Российской Федерации от 06.07.1998 № 700 «О введении раздельного учета затрат по регулируемым видам деятельности в энергетике».

РАСПОРЯЖЕНИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

79. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 05.05.2012 № 744-р «Об утверждении плана мероприятий по реализации Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «Об электроэнергетике»».

80. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 18.08.2011 № 1461-р «Об установлении предельного максимального уровня цен для проведения конкурентного отбора мощности на 2012 год».

81. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.12.2010 № 2485-р «Об утверждении Плана первоочередных мероприятий по реализации положений Федерального закона «О теплоснабжении»».

82. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27.12.2010 № 2444-р «Об утверждении плана мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года».

83. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27.12.2010 № 2446-р «Об утверждении государственной программы «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на период до 2020 года».

84. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 11.08.2010 № 1334-р «Об утверждении перечня генерирующих объектов, с использованием которых будет осуществляться поставка мощности по договорам о предоставлении мощности».

85. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 02.03.2010 № 268-р «О пересмотре ФСТ России балансовых решений на 2010 год в части определения объемов потребления электрической энергии (мощности) в ценовой зоне (ценовых зонах) оптового рынка в целях поставки на территорию Калининградской области и установления тарифов на электрическую энергию и тарифов на мощность для поставщиков».

86. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 19.01.2010 № 30-р «Об утверждении плана мероприятий по переходу в 2010 году к регулированию цен (тарифов) на услуги по передаче электрической энергии, оказываемые территориальными сетевыми организациями, в форме установления долгосрочных тарифов на основе долгосрочных параметров регулирования деятельности таких организаций, в том числе на основе метода доходности инвестированного капитала, а также об утверждении сроков перехода».

87. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 01.12.2009 № 1830-р «Об утверждении плана мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности в Российской Федерации, направленных на реализацию Федерального закона «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

88. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 13.11.2009 № 1715-р «Об утверждении Энергетической стратегии России на период до 2030 года».

89. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 11.09.2009 № 1299-р «О составе Правительственной комиссии по ликвидации последствий аварии в филиале ОАО «РусГидро» – Саяно-Шушенская ГЭС им. П.С. Непорожного» и организации работ по обеспечению устойчивого энергоснабжения потребителей объединенной энергосистемы Сибири».

90. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 18.08.2009 № 1166-р «Об утверждении комплекса мер по охране окружающей среды в части обеспечения экологической и радиационной безопасности в Российской Федерации».

91. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 08.01.2009 № 1-р «Основные направления государственной политики в сфере повы-

шения энергетической эффективности электроэнергетики на основе использования возобновляемых источников энергии на период до 2020 года».

92. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 10.12.2008 № 1858-р «О представителях, уполномоченных Правительством Российской Федерации, в наблюдательном совете НП «Совет рынка по организации эффективной системы оптовой и розничной торговли энергетической энергией и мощностью».

93. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2008 № 1376-р «Об утверждении перечня приоритетных расходных обязательств субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, финансируемых за счет средств федерального бюджета в 2009 году и в плановом периоде 2010 и 2011 годов».

94. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 22.02.2008 № 215-р «О генеральной схеме размещения объектов электроэнергетики до 2020 года».

95. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 22.12.2006 № 1802-р «Об утверждении перечня покупателей электрической энергии (мощности)».

96. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 15.07.2006 № 1019-р «О концепции федеральной целевой программы «Развитие атомного энергопромышленного комплекса России на 2007 – 2010 годы и на перспективу до 2015 года».

97. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 01.12.2003 № 1754-р «Об утверждении Программы изменения уровня государственных регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике». Распоряжение Правительства Российской Федерации от 01.09.2003 № 1254-р «О формировании генерирующих компаний оптового рынка электроэнергии вместе с Составом генерирующих компаний оптового рынка электроэнергии».

География энергетического рынка



Приложение П

Таблица П1

Прогноз развития основных и ведущих российских портов на период до 2015 – 2030 года, млн. тонн [220]

Порты	2011 год	2015 год	2030 год
Мурманск	25,70	35,00	75,00
Калининград	13,36	22,05	30,65
Высоцк	13,42	19,55	21,55
Санкт-Петербург	59,99	66,55	77,90
Усть-Луга	22,70	69,45	98,75
Приморск	75,12	81,00	81,00
Новороссийск	116,14	141,86	161,39
Туапсе	19,41	28,75	30,70
Астрахань и Оля	5,20	10,06	14,81
Находка	14,98	20,15	22,00
Восточный	38,36	52,35	85,85
Ванино	27,91	44,65	66,80
Владивосток	18,94	22,38	25,86
Всего портов России	535,6	725,2	985,4

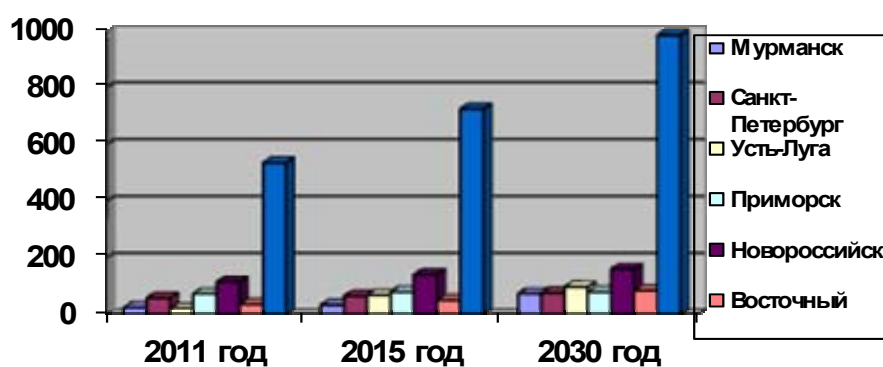


Рис.П1. Прогноз динамики развития основных и ведущих российских портов на период до 2015 – 2030 года, млн. тонн [220]

Внешняя торговля Российской Федерации

Таблица Р 1

Импорт важнейших товаров за 2011–2012 годы
по номенклатуре товаров [287]

Номенклатура товаров	Январь-декабрь 2012 г.			В том числе декабрь 2012 г.		Справочно, январь-декабрь 2011 г.	
	млн долларов США	в % к январю-декабрю 2011 г.	в % к итогу	млн долларов США	в % к ноябрю 2012 г.	в % к январю-декабрю 2010 г.	в % к итогу
Импорт	312567	102,2	100	28335	102,0	133,6	100
Из него:							
машины, оборудование и транспортные средства	157121	106,1	50,3	14618	102,6	145,5	48,4
продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье для их производства	40202	94,5	12,9	4041	104,7	116,9	13,9
продукция химической промышленности, каучук	47708	103,6	15,3	4207	99,7	124,5	15,1

Таблица Р 2

Экспорт важнейших товаров за 2011 – 2012 годы по номенклатуре товаров [287]

Номенклатура товаров	Январь-декабрь 2012 г.			В том числе декабрь 2012 г.		Справочно, январь-декабрь 2011 г.	
	млн долларов США	в % к январю-декабрю 2011 г.	в % к итогу	млн долларов США	в % к ноябрю 2012 г.	в % к январю-декабрю 2010 г.	в % к итогу
Экспорт	524727	101,6	100	47112	104,5	130,1	100
Из него:							
топливно-энергетические товары	369379	102,0	70,4	33759	110,4	134,8	70,1
металлы и изделия из них	44465	93,5	8,5	3608	108,7	113,9	9,2
продукция химической промышленности, каучук	31971	98,0	6,1	2700	89,2	133,0	6,3
продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье	16598	124,5	3,2	1213	81,5	152,3	2,6

**Структура внешнеторгового оборота по группам стран в январе-мае 2012 года
(январь-май 2011 года)
(по данным таможенной статистики, в процентах)**

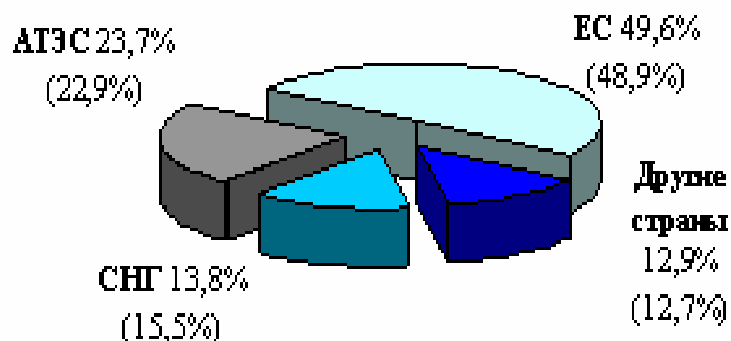


Рис.Р1. Структура внешнеторгового оборота по группам стран в январе-мае 2012 года (январь-май 2011 года), % [297]



Рис. 2Р. Основные торговые партнеры России среди стран дальнего зарубежья в январе-мае 2012 года, млрд долларов США [288]

Перевозки внешнеторговых грузов разными видами транспорта

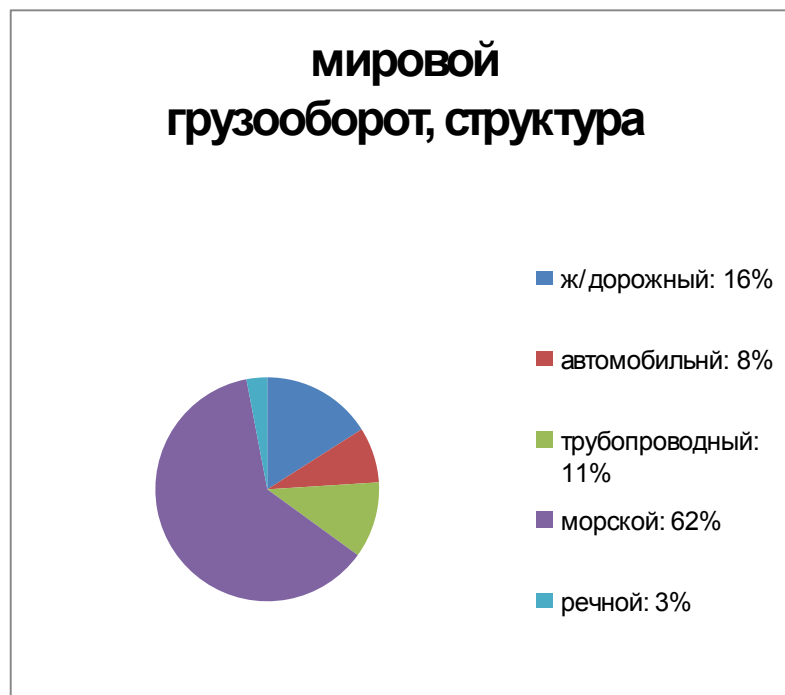


Рис.С1. Структура мирового грузооборота, % [295]

Сведения об авторах



Андреев Владимир Александрович

Научно-практический работник в области менеджмента и регулирования конкурентных рынков электроэнергетики России. С 2008 по 2012 гг. входил в состав Наблюдательного Совета Некоммерческого Партнерства «Совет Рынка» от Палаты Покупателей.

Член экспертного совета Комитета Государственной Думы РФ по энергетике.

Начальник департамента энергетики ОАО «Газпром нефть».

Является экспертом в области энергоаудита предприятий энергетики и реализации корпоративных программ энергосбережения и энергоэффективности.

Область научных интересов – управление конкурентоспособностью энероснабжающих бизнес-систем для крупных промышленных бизнес-систем.



Баронин Сергей Александрович

Вице-президент Международной ассоциации фондов жилищного строительства и ипотечного кредитования (МАИФ). Доктор экономических наук, профессор кафедры «Экспертиза и управление недвижимостью» Пензенского государственного университета архитектуры и строительства.

Занимается научно-практическими исследованиями в области развития теории формирования конкурентоспособной среды и конкурентоспособности бизнес-систем в различных отраслях народного хозяйства.



Белякова Вера Анатольевна

Кандидат экономических наук, доцент, докторант кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» Пензенского государственного университета. Научный сотрудник «Межрегионального центра развития регионов» (г. Москва).

Работает над докторской диссертацией по развитию теории и методологии маркетингового управления стратегической конкурентоспособностью предприятий в постиндустриальный период развития экономики России.



Ботнарюк Марина Владимировна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и менеджмент» ФГБОУ ВПО Государственный морской университет имени адмирала Ф.Ф.Ушакова» (г.Новороссийск).

Научно-практический специалист и эксперт в области развития эффективности морских перевозок.

В настоящее время работает над докторской диссертацией по развитию теории и методологии формирования конкурентной стратегии морских транспортных узлов на основе маркетинга взаимодействия.

Соискатель ученой степени доктора экономических наук по кафедре «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» Пензенского государственного университета.



Бредихин Владимир Викторович

Кандидат технических наук, проректор по капитальному строительству и развитию Юго-Западного государственного университета, доцент кафедры «Экспертиза и управление недвижимостью».

Докторант кафедры «Организация строительства и управления недвижимостью» научно-исследовательского университета «Московский государственный строительный университет».

Работает над докторской диссертацией по тематике формирования конкурентных стратегий в области развития теории и методологии управления организационно-экономической надежностью при обновлении городских территорий в условиях сложившейся застройки.



Коршунов Алексей Сергеевич

Кандидат экономических наук, выпускник кафедры «Менеджмент и экономической теории» Пензенского педагогического университета им.В.Г.Белинского.

Эксперт и научно-практический работник в области конкурентного менеджмента предприятий различных отраслей народного хозяйства.

Закончил очную аспирантуру по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)» и успешно защитил в 2011 году кандидатскую диссертацию на тему «Управление конкурентоспособностью региональных компаний-лидеров на первичных рынках жилищной недвижимости».



Николаева Елена Леонидовна

Депутат Государственной Думы РФ, первый заместитель председателя Комитета по жилищной политике и ЖКХ ГД РФ, президент некоммерческого партнерства «Национальное агентство малоэтажного и коттеджного строительства», кандидат социологических наук.

Работает над научно-практическими и законодательными проблемами реализации инновационных стратегий формирования конкурентных отношений в жилищном строительстве и ЖКХ, а также в области государственного регулирования процессов формирования конкурентоспособных территориальных рынков малоэтажного жилья эконом-класса как особого национального социально-экономического приоритета жилищной политики России.



Нуждин Олег Николаевич

Эксперт и научно-практический работник в области высоко конкурентного инвестиционного менеджмента и девелопмента жилой и коммерческой недвижимости.

Генеральный директор холдинговой компании «ФБ Капитал» (г.о. Самара). Советник Председателя правления ЗАО «ФИА-БАНК». В 2006-2008 гг. – Руководитель Департамента управления имуществом г.о. Самара.

В настоящее время занимается научно-практическими исследованиями в области развития теории конкуренции на базе концепции сервейинга и контракта жизненных циклов недвижимости применительно к практике деятельности инвестиционно-строительных компаний на жилищном рынке России.



Семеркова Любовь Николаевна

Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» Пензенского государственного университета.

Один из ведущих российских ученых в области теории маркетинга. Председатель диссертационного совета по защите докторских и кандидатских диссертаций по экономическим наукам.

Создала свою научную школу в области теории маркетингового управления бизнесом. Подготовила 25 кандидатов и 4 докторов наук. Является экспертом научно-технической сферы НИИ РИНКЦЭ.



Толстых Юлия Олеговна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экспертиза и управление недвижимостью» Пензенского государственного университета архитектуры и строительства.

Эксперт и научно-практический работник в области теории конкурентоспособности, оценки бизнеса и регулирования сферы ЖКХ.

Работает над докторской диссертацией в области развития теории и методологии конкурентоспособности территориальных бизнес-систем на товарных рынках с высоким уровнем олигопольного развития.



Шуваев Максим Алексеевич

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика предприятий, инженерная экономика и логистика» Саратовского государственного технического университета им. Гагарина Ю.А.

Научно-практический эксперт и специалист в области исследования теории оценки конкурентоспособности предприятий на товарных рынках в современных экономических условиях.

Является докторантом университета. Работает над докторской экономической диссертацией по направлению развития теории и методологии оценки конкурентоспособности предприятий региональных инвестиционно-строительных комплексов.

Научное издание

Андреев Владимир Александрович
Баронин Сергей Александрович
Белякова Вера Анатольевна
Ботнарюк Марина Владимировна
Бредихин Владимир Викторович
Коршунов Алексей Сергеевич
Николаева Елена Леонидовна
Нуждин Олег Николаевич
Семеркова Любовь Николаевна
Толстых Юлия Олеговна
Шуваев Максим Алексеевич

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ БИЗНЕС-СИСТЕМ
Часть 2

Конкурентоспособность строительных организаций,
конкурентные стратегии морских транспортных узлов
Монография

Под общей редакцией д-ра экон. наук, проф. С.А. Баронина

В авторской редакции
Верстка Н.А. Сазонова

Подписано в печать 7.11.13. Формат 60×84/16.
Бумага офисная «Снегурочка». Печать на ризографе.
Усл.печ.л. 7,9. Уч.-изд.л. 8,5. Тираж 500 экз. 1-й завод 100 экз.
Заказ № 210.

Издательство ПГУАС.
440028, г. Пенза, ул. Германа Титова, 28.