Организация экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции

тема диссертации и автореферата по ВАК 08.00.12, кандидат экономических наук Воробьев, Евгений Владимирович  
  
**Год:**

2008

**Автор научной работы:**

Воробьев, Евгений Владимирович

**Ученая cтепень:**

кандидат экономических наук

**Место защиты диссертации:**

Воронеж

**Код cпециальности ВАК:**

08.00.12

**Специальность:**

Бухгалтерский учет, статистика

**Количество cтраниц:**

216

## Оглавление диссертации кандидат экономических наук Воробьев, Евгений Владимирович

ВВЕДЕНИЕ.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА И КОНТРОЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

1.1. Сущность и содержание категории «конкурентоспособность продукции» хозяйствующего субъекта.

1.2. Нормативно-правовое регулирование конкурентоспособности продукции.

1.3. Информационное обеспечение экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции.

1.4. Система показателей конкурентоспособности продукции.

ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ.

2.1. Экономический анализ конкурентоспособности продукции в системе комплексного экономического анализа.

2.2. Экономический анализ качества и затрат на качество продукции.

2.3. Анализ ценовой политики коммерческой организации.

2.4. Комплексная оценка конкурентоспособности продукции.

ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ КОНТРОЛЯ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ.

3.1. Контроль конкурентоспособности продукции в системе внутреннего контроля организации.

3.2. Контроль качества продукции хозяйствующего субъекта.

3.3. Контроль ценообразования и продвижения продукции.

## Введение диссертации (часть автореферата) На тему "Организация экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции"

Актуальность темы исследования. В условиях трансформации экономики России, сопровождающейся усилением роли транснациональных корпораций, укрупнением бизнеса и в то же время ужесточением конкуренции практически во всех областях народного хозяйства, борьба за потребителя требует от хозяйствующих субъектов создания продукции, востребованной рынком. Успешность продукции зависит, в первую очередь, от ее качественных и стоимостных характеристик. Однако немаловажную роль играют неценовые характеристики продукции, в том числе ее информационное представление и наличие сервисных услуг.

Необходимость эффективного управления конкурентоспособностью продукции порождает дополнительные требования к организации бухгалтерского учета, экономического анализа и внутрихозяйственного контроля. Все более актуальным становится управленческий учет фактов хозяйственной f деятельности, обеспечивающий возможность экономического анализа мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособностипродукции. Внутрихозяйственный контроль конкурентоспособности продукции при этом -выступает одновременно и средством подтверждения достоверности сведений учетной системы, и механизмом мониторинга характеристик продукции, , а также сравнения их с допустимыми значениями.

Развитие крупных предприятий невозможно без существенных инвестиционных вливаний. Однако привлечение инвестора - процесс весьма осторожный и скрупулезный. Существенные дополнительные баллы инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта принесет раскрытие в публичной и внутренней отчетности информации о конкурентоспособности продукции. Именно обеспечение и повышение жизнеспособности продукции позволит генерировать необходимые денежные потоки в компанию и обеспечит повышение ее стоимости.

Особенно остро проблемы конкурентоспособности отечественной продукции возникли в период перехода к капиталистическому укладу экономики и достигнут своего критического состояния при вступлении России в члены Всемирной торговой организации. В этом случае таможенные пошлины, защищающие многие отечественные отрасли, будут снижены, а количество импортных товаров, проникающих на отечественный рынок, существенно возрастет. Достойную конкуренцию импорту смогут составить только качественные и недорогие российские товары.

Улучшение качества товаров — основа процветания не только фирмы, но и государства в целом. Никакому государству не может быть выгодно низкое качество производимой продукции. Потребители, имея возможность выбора, постепенно, с ростом доходов и усилением понимания того, что они достойны лучшего качества, обязательно предпочтут продукцию конкурентов, обеспечивающих лучшее качество.

Искусство управления продажами проявляется в возможности убедить потребителя купить уже созданное качество товара. Варьирующим критерием в данном случае выступают стоимостные характеристики продукции, связанные с ее покупкой и эксплуатацией. При этом можно пользоваться различными механизмами увеличения продаж, например, рекламой, выставками и т.д., затраты на осуществление которых увеличат стоимость продукции, но при достаточной эффективности позволят выиграть на объемах продаж. Однако такая политика становится реализуемой только при условии масштабности бизнеса. Отсутствие необходимых средств и возможности терпеть убытки на ранних стадиях жизненного цикла продукции не позволит осуществлять эту политику.

Маркетинговые исследования показывают, что существуют следующие основные причины невостребованности новых товаров - это недостаточные отличительные характеристики, нечеткое определение рынка или товара до начала его разработки, переоценка степени привлекательности рынка, неэффективное продвижение товара на рынок, низкое качество продукции по ключевым параметрам, неудачный выбор времени вывода товара на рынок, отсутствие эффективной выкладки товара. Управлять конкурентоспособностью продукции - значит осуществлять поиск способов недопущения этих неудач для новых и уже присутствующих на рынке продуктов.

В связи с этим менеджеры организации должны принимать управленческие решения на основе достоверной и объективной информации о прошлом, текущем и прогнозируемом уровнях конкурентоспособности продукции, а это, в свою очередь, требует применения определенных аналитических и контрольных процедур в области конкурентоспособности продукции. Анализ и контроль конкурентоспособности продукции позволяют диагностировать текущий уровень конкурентоспособности, определять прогнозируемое его значение исследовать влияние факторов, оказывающих влияние на него и тем самым обеспечение жизнеспособности организации, сохранения и преумножения ее конкурентных преимуществ.

Степень научной разработанности проблемы. Теоретические и организационно-методические положения экономического анализа и внутрихозяйственного контроля конкурентоспособности продукции исследовали в своих научных трудах Г.Г. Азгальдов, М.И. Баканов, JI.E. Басовский, A.M. Богомолов, С.А. Бороненкова, В.В. Бурцев, М.А. Бахрушина, Н.В. Войтолов-ский, Л.Т. Гиляровская, В.И. Гиссин, Е.А. Горбашко, Ю.А. Данилевский, В.И.Даниляк, М.Г. Долинская, Т.В. Зырянова, А.А. Караков, Ю.Ю. Кочинев, Г.Р. Кремнев, В.И. Кричевский, А.Н. Литвиненко, Л.Ш. Лозовский, Д.С. Львов, Е.Г. Любовцева, Н.П. Любушин, М.Д. Магомедов, Ш.Ш. Магомедов, И.И. Мазур, Л.А. Майсигова, М.В. Мельник, Э.В. Минько, Н.И. Новицкий, В.Ю. Огвоздин, В.В. Окрепилов, Ю.М. Осипов, В.И. Подольский, Б.А. Рай-зберг, Т.М. Рогуленко, А.Н. Романов, Г.В. Савицкая, А.И. Савостин, С.Г. Светуньков, Л.В. Сотникова, Г.И. Сухачева, В.И. Теплов, Р.А. Фатхутдинов, А. Фейгенбаум, В.А. Чернов, К. Шварцштайн, А.Д. Шеремет, А.Ю. Юданов и др.

Современные теоретические и практические наработки в области экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции касаются в основном вопросов сопоставления качественных и стоимостных параметров исследуемой продукции. В рамках управления качеством глубоко проработана методическая база оценки и контроля качества продукции. Вместе с тем, недостаточно широко охвачена отраслевая специфика. Исследованию стратегий ценообразования посвящено множество научных трудов в области маркетинга. Однако в сфере экономического анализа и контроля степень проработки этих вопросов незначительна. Кроме того, другие факторы конкурентоспособности (качество сервиса, информационное представление) в состав объектов экономического анализа и контроля до сих пор не входят.

Актуальность, теоретическая и практическая значимость, современные требования к организации контрольно-аналитической работы и недостаточность систематизированных научных разработок в этой области предопределили выбор темы диссертационного исследования и обусловили его цель и основные задачи.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с одним из направлений научных исследований Воронежского государственного университета (ВГУ) «Система учетно-финансового и контрольно-аналитического обеспечения управления бизнес-процессами, инвестиционной деятельностью, конкурентоспособностью и корпоративными отношениями хозяйствующих субъектов», утвержденного Научным советом ВГУ, а также по теме НИР, выполняемой в рамках тематических планов по заданиям министерства образования и науки РФ «Исследование динамики, факторов и механизмов стратегического управления социально-экономического развития региона» (номер государственной регистрации 012.0411815).

Цель и задачи исследования. Цель работы состоит в систематизации и разработке теоретических положений, методических основ и практических рекомендаций по организации экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции на примере предприятий перерабатывающей отрасли.

Реализация поставленной цели потребовала постановки и решения следующих задач: уточнить сущность и содержание понятия «конкурентоспособность продукции», определить характер взаимосвязи между понятиями «конкурентоспособность продукции» и «качество продукции»; оценить и систематизировать нормативно-правовые акты, регулирующие конкурентоспособность продукции, исследовать международный опыт стандартизации, выявить условия и возможности его адаптации к российской действительности; систематизировать информационные ресурсы внутрихозяйственного экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции, подготовить предложения по раскрытию информации о конкурентоспособности продукции в публичной отчетности коммерческих организаций; разработать систему показателей экономического анализа конкурентоспособности продукции; определить место экономического анализа конкурентоспособности продукции в системе комплексного экономического анализа и исследовать его содержание; разработать методику экономического анализа качества и затрат на качество продукции; систематизировать и разработать приемы анализа ценовой политики хозяйствующего субъекта; разработать методику внешнего и внутреннего анализа конкурентоспособности продукции; выявить место контроля конкурентоспособности продукции в системе внутрихозяйственного контроля организации; разработать организационный механизм контроля ценовой привлекательности; систематизировать процедуры внутреннего контроля качества и затрат на качество продукции.

Область исследования. Диссертационное исследование соответствует п. 1.12 «Инвестиционный, финансовый и управленческий анализ» раздела 1 «Бухгалтерский учет и экономический анализ» и п. 2.1 «Методология и технология аудита» раздела 2 «Контроль и аудит финансово-хозяйственной деятельности», паспорта специальностей ВАК России по специальности 08.00.12

Бухгалтерский учет, статистика.

Предмет диссертационного исследования. Предметом диссертационного исследования является комплекс теоретических и методических вопросов, связанных с организацией и функционированием системы экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции.

Объест исследования. Объектом диссертационного исследования являются предприятия Воронежской области, на примере которых изучались особенности организации экономического анализа и внутрихозяйственного контроля конкурентоспособности продукции в современных рыночных условиях, а также апробировались предлагаемые методики экономического анализа и контроля.

Теоретическая и методологическая основа работы. В процессе написания диссертации были использованы монографии, научные труды, учебные пособия по бухгалтерскому учету, экономическому анализу, контролю, ревизии, менеджменту, маркетингу, статьи из специализированных периодических изданий, а также изучена нормативная база, регламентирующая бухгалтерский учет, управление качеством и конкуренцией в России. В диссертационном исследовании использовались статистические, сравнительные, аналитические, динамические, логические, индуктивный, дедуктивный методы, а также концепции жизненного цикла товара и продукта.

Методика исследования включает изучение, обобщение, оценку накопленных знаний и опыта зарубежной и отечественной теории и практики, выполнение расчетных процедур в рамках экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции, цели и задачи, информационную базу и организацию основ анализа и контроля, апробацию полученных результатов на объектах исследования.

Информационная база исследования включает учетно-аналитические данные хозяйственной деятельности промышленных организаций, информация размещенная на официальных сайтах компаний, сведения о деятельности предприятий Воронежской области в сфере конкурентоспособности.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в решении важных теоретических и организационно-методических проблем бухгалтерского учета затрат, экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции, имеющих существенное значение для повышения эффективности хозяйственной деятельности. В процессе исследования получены следующие научные результаты: уточнено определение понятия «конкурентоспособность продукции», которое отличается от традиционной трактовки привнесением в нее новых признаков (качественных, стоимостных, информационных, инновационных, сервисных характеристик); систематизированы нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы конкурентоспособности, являющиеся основой построения учетной и нормативной систем организации, служащих источником получения данных для экономического анализа и внутрихозяйственного контроля конкурентоспособности продукции; разработана авторская группировка информационных источников экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции, сформированная на основе матрично-модульного подхода, позволяющая организовать оптимальное разделение полномочий подразделений и сотрудников компании; предложены формы первичных документов, используемых для достижения целей анализа и контроля конкурентоспособности; сформулированы предложения по структуре и содержанию информации о конкурентоспособности продукции, раскрываемой во внешней и внутренней отчетности публичных компаний с целью повышения их инвестиционной привлекательности; определено место экономического анализа конкурентоспособности продукции в системе комплексного экономического анализа, сформулированы его цель и основные задачи, выявлены взаимосвязи между частными и обобщающими показателями; разработана методика комплексного анализа конкурентоспособности продукции, включающая анализ качества и затрат на качество продукции, анализ ценовой политики; предложен авторский показатель оценки конкурентоспособности продукции, отличающийся от известных подходов разделением потребительскихиндикаторов на две группы (положительно и отрицательно влияющие на уровень конкурентоспособности продукции), а также отдельным рассмотрением стоимостного фактора; выявлено содержание системы внутрихозяйственного контроля организации, определено в ней место контроля конкурентоспособности продукции, который включает процедуры контроля качества продукции, сервиса, ценовой привлекательности и продвиженияпродукции; разработаны процедуры внутрихозяйственного контроля конкурентоспособности продукции, включающего контроль качества продукции и сервиса, ценовой привлекательности, достоверности информации о продажах, эффективности маркетинговых мероприятий.

Теоретическое значение диссертационного исследования заключается в систематизации теоретических положений экономического анализа и внутреннего контроля конкурентоспособности продукции хозяйствующего субъекта, реализации принципа комплексности и системности к организации экономического анализа и контроля конкурентоспособности продукции, представлении авторского взгляда на научно-методическое обеспечение и технологию проведения экономического анализа и внутрихозяйственного контроля.

Практическая значимость исследования. Разработанные методические подходы к организации анализа и контроля конкурентоспособности продукции целесообразно применять в деятельности хозяйствующих субъектов различных отраслей экономики, особенно предприятий перерабатывающей отрасли. Теоретические и методические положения анализа и контроля конкурентоспособности продукции могут быть использованы в рамках учебного процесса, в том числе и как специализированная дисциплина в рамках подготовки студентов по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит».

Апробация результатов исследования. Результаты, полученные в процессе диссертационного исследования в части организационных и методических вопросов анализа и контроля конкурентоспособности продукции получили освещение на международных и всероссийских научно-практических конференциях в Воронежском государственном университете, в Национальном институте бизнеса (г. Москва), в Ярославском филиале Московского института экономики, статистики и управления (г. Ярославль), в Ростовском государственном экономическом университете «РИНХ» (г. Ростов-на-Дону), в Государственном техническом университете (г. Варна, Болгария).

Содержащиеся в диссертации практические рекомендации по методике экономического анализа и внутрихозяйственного контроля конкурентоспособности продукции нашли применение в работе промышленных предприятий Воронежской области. Отдельные методические разработки внедрены или приняты к внедрению в практическую деятельность ООО «Нордис», ЗАО «Висант-торг», ОАО «Винзавод Воронежский», ОАО «Ликеро-водочный завод Воронежский», ООО «Дивальди».

Публикация результатов исследования. Основные теоретические и организационно-методические положения диссертации опубликованы в 10 работах общим объемом 2,4 п.л.

Объем и структура работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы и приложений. Объем исследования составляет 195 страниц, работа содержит 44 таблицы, 19 рисунков и 11 приложений. Список используемой литературы включает в себя 203 наименования.

## Заключение диссертации по теме "Бухгалтерский учет, статистика", Воробьев, Евгений Владимирович

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основной целью деятельности коммерческой организации является максимальное получение прибыли, основной составляющей которой является прибыль от продаж. Именно продажа готовой продукции как завершающая стадия кругооборота средств должна позволять организации не только покрывать понесенные ею расходы на оплату труда, налоговые отчисления, покупку материалов и т.п., но и обеспечивать получение прибыли, как основного источника расширенного воспроизводства.

Ключевым фактором, оказывающим влияние на объемы продаж, а соответственно, величину прибыли,-является конкурентоспособность продукции. В связи с этим руководителям организации для принятия грамотных и обоснованных управленческих решений необходимо иметь в своем арсенале определенную информационную базу и набор методик экономического анализа и внутрихозяйственного контроля конкурентоспособности продукции.

Исследование сущности категории «конкурентоспособность продукции» позволило выявить три основных точки зрения отечественных и зарубежных экономистов - трактовки конкурентоспособности как совокупности свойств, полезности и привлекательной способности. Потребностям экономического анализа и внутрихозяйственного контроля соответствует описание конкурентоспособности как привлекательной способности продукции. В то же время нами было уточнено общее понимание в рамках этой концепции. Так конкурентоспособность продукции определена в диссертации как способность продукции по сравнению с аналогичными продуктами по качественным, стоимостным, информационным, инновационным, сервисным и другим характеристикам быть востребованной рынком.

Предложенное определение категории «конкурентоспособность продукции» отличается от традиционной трактовки конкурентоспособности как привлекательной способности привнесением в нее критериев, по которым оценивается конкурентоспособность продукции (качественные, стоимостные, информационные, сервисные и другие характеристики), а также оно отражает потенциальную и реальную сторону.

Конкурентоспособность продукции является комплексным понятием, поскольку в него входит несколько фундаментальных понятий экономической науки (качество, стоимость). Одновременно конкурентоспособность входит в состав категории более высокого уровня - категории конкурентоспособность предприятия. При этом конкурентоспособность продукции является фундаментом пирамиды конкурентоспособности. Она оказывает непосредственное влияние на конкурентоспособность предприятия, которое в свою очередь влияет на конкурентоспособность внутригосударственных образований и далее на конкурентоспособность всего государства и межгосударственных образований.

При исследовании конкурентоспособности продукции необходимо учитывать особенности этой категории. Во-первых, это многоаспектное понятие, означающее соответствие продукции условиям рынка, конкретным требованиям потребителей по характеристикам, условиям реализации и использования. Во-вторых, конкурентоспособность обладает сравнительным характером, что подразумевает наличие базы сравнения с исследуемой продукцией. В-третьих, сложность ее идентификации, поскольку она имеет индивидуальный оттенок.

Качество результатов анализа и контроля будет зависеть непосредственно от профессионализма аналитиков и контролеров, а так же информационного обеспечения и методической базы. В рамках информационного обеспечения выделяют правовое обеспечение, информацию бухгалтерского, статистического и оперативного учета и другую информацию. Правовое регулирование конкурентоспособности продукции имеет ключевое значение, поскольку от его системности, комплексности и адекватности условиям хозяйствования зависят способы построения прочих составляющих информационной системы, достоверность и практическая значимость результатов анализа и контроля.

Сегодняшнее состояние нормативно-правовой базы в РФ оставляет желать лучшего. Явное несогласование документов разных уровней, пробелы в законодательстве и нормотворчестве заставляют предприятия самостоятельно разрабатывать отдельные нормативные документы. Это зачастую приводит к неоптимальной организации деятельности и соответственно снижает эффективность функционирования предприятия.

По нашему мнению, функционирующая в России в настоящее время организация построения четырехуровневой системы законодательных актов, регулирующих организацию бухгалтерского учета, с выделением законодательного, нормативного, методического и организационного уровней, применима и для системы правового регулирования конкурентоспособности продукции. Вместе с тем она должно базироваться на определенных принципах — унификации, соответствия, независимости, целостности, объективности, приоритетности, ужесточения норм, гибкости системы.

Построение информационной системы на предприятии целесообразно осуществлять с применением матрично-модульного подхода, а именно выделение модулей информации по определенным характеристикам. При этом необходимо использовать уровни управления (законодательный, нормативный, методический, внешний и организационный) и предметные направления (регулирование деятельности организации, бухгалтерский учет и аудит, управление качеством, планирование, маркетинг).

Экономический анализ и контроль конкурентоспособности продукции невозможны без соответствующей системы показателей. В диссертационной работе выделены показатели качества продукции, стоимостные показатели, показатели сервиса, косвенные и интегральные показатели конкурентоспособности. Используемые показатели не являются новаторскими, однако их сочетание в группы и использование именно этих групп индикаторовконкурентоспособности является новым в отечественной теории и практике.

Анализ конкурентоспособности продукции позволяет оценить достигнутый, диагностировать ожидаемый уровень конкурентоспособности продукции, принять экономические решения, направленные на улучшение товародвижения, разработать политику в области снабжения, производства, сбыта, качества и конкурентоспособности, направленную на повышение эффективности деятельности организации. Анализ осуществляется с целью исследования реального и потенциального уровня конкурентоспособности продукции, выявления факторов, оказавших влияние на его изменение, оценки влияния на важнейшие показатели деятельности, поиска резервов повышения конкурентоспособности продукции.

Ориентируясь на трактовку системы комплексного экономического анализа профессоров М.И. Баканова и А.Д. Шеремета (т.е. подразделение комплексного экономического анализа на внутрихозяйственный производственный, внутренний финансовый и внешний финансовый анализ), в рамках внутрихозяйственного производственного анализа выделены три подраздела — ресурсный, операционный и результатный. Анализ конкурентоспособности продукции при этом входит в состав результатного анализа. Следовательно, он является элементом внутреннего управленческого учета.

В то же время анализ конкурентоспособности продукции является комплексным направлением аналитической деятельности, включающим анализ качества продукции и сервиса, анализ эффективности дополнительных затрат на повышение конкурентоспособности продукции, анализ ценовой политики организации и эффективности продвижения и комплексную оценку конкурентоспособности продукции.

Все более актуальным на сегодняшний день при проведении экономического анализа становится применение концепций жизненного цикла товара и жизненного цикла продукта, которые позволяют установить текущее или прогнозируемое состояние продукта по различным критериями, а также определить дальнейшую стратегию фирмы применительно к исследуемому продукту.

Одним из ключевых факторов конкурентоспособности является качество продукции. Так, при прочих равных условиях повышение качества продукции влечет за собой повышение ее конкурентоспособности. Однако на практике повышение качества продукции сопровождается ростом себестоимости, а значит и цены продукции, поэтому анализ качества продукции необходимо осуществлять одновременно результатным и затратным методами.

Наибольшее влияние на конкурентоспособность продукции оказывает в настоящее время уровень продажных цен, особенно это касается продуктов питания. Зачастую потребители используют уровень цен как своеобразный показатель качества продукции, но не всегда имеется на лицо соответствие качества и цены продукции, поскольку продавцы стремятся к достижению различных целей посредством осуществления ценовой политики.

Ключевым этапом анализа конкурентоспособности продукции является комплексная оценка конкурентоспособности единичной продукции, которую целесообразно осуществлять при непосредственном использовании интегрального показателя конкурентоспособности продукции. Корректность ее результатов и, соответственно, обоснованность принимаемых в последующем решений зависят от выбора базы сравнения. При осуществлении анализа в качестве базы сравнения могут выступать потребности покупателей, конкурирующий товар, гипотетический образец, группа аналогов.

Каждое предприятие может для конкретного вида продукции устанавливать нормативный уровень конкурентоспособности продукции. Если фактический уровень конкурентоспособности не будет соответствовать нормативному значению, то предприятие, изменяя качественные, стоимостные и другие характеристики, проделывает эти итерации до достижения необходимого показателя.

В современных условиях хозяйствования предприятия для того, чтобы осуществлять эффективную деятельность и выживать в конкурентной борьбе усиливают контрольную работу, это отмечается появлением новых ранее неохваченных объектов контроля. Одним из таких объектов внутрихозяйственного контроля хозяйствующего субъекта является конкурентоспособность продукции. Контроль конкурентоспособности продукции, включающий процедуры контроля качества продукции и сервиса, ценовой привлекательности и других характеристик продукции, пронизывает практически все внутренние процессы организации и его эффективность, напрямую влияет на результативность деятельности.

По нашему мнению необходимо выделять три приоритетных направления внутреннего контроля в организации - контроль наличия и сохранности ресурсов в организации, контроль внутренних процессов, контроль результатов деятельности организации. При этом контроль конкурентоспособности продукции входит в состав контроля результатов деятельности организации. В свою очередь контроль конкурентоспособности включает два блока: контроль продукции как результата снабженческой, производственной деятельности организации и контроль продвижения. В рамках контроля продукции целесообразно выделять контроль индивидуальных показателей качества и контроль стоимостных показателей. Контроль продвижения продукта включает контроль информации о товаре, контроль сервисных услуг, контроль эксклюзивности всего продукта или конкретных его свойств.

При осуществлении контроля качества целесообразно использовать в первую очередь статистические инструменты: причинно-следственную диаграмму, схема процессов, контрольные листки, гистограммы, диаграммы разброса, диаграмму Парето, стратификацию, контрольную карту. Глубинные результаты можно получить, осуществляя контроль по контрольным точкам — первичный маркетинг, проектирование продукции, материально-техническое снабжение, производство продукции, обследования, испытания, упаковка и хранение.

Контроль ценовой привлекательности продукции имеет важное значение в рамках современных рыночных условий и включает в себя элементы контроля себестоимости продукции, рентабельности, а также функционально-стоимостного анализа. При этом особое внимание в рамках контроля необходимо уделять мониторингу затрат на устранение несоответствий, поскольку они в чистом виде являются внутренними резервами снижения себестоимости продукции и повышения ценовой привлекательности. В то же время актуальным становится контроль процесса ценообразования и применения цен, в рамках которого исследуется слаженность работы внутренних подразделений предприятия по достижению запланированных показателей через ценовые механизмы.

Важное значение приобретают дополнительные затраты на качество продукции, поскольку они направлены на получение определенного эффекта. В этом случае контроль должен быть организован таким образом, чтобы обеспечивалось и рациональное использование средств, и достижение необходимых результатов деятельности хозяйствующим субъектом.

Методики контроля конкурентоспособности продукции необходимы, в конечном счете, для разработки верной конкурентной стратегии и контроля ее исполнения. При этом необходимо учитывать условия хозяйствования предприятия и ограничения технического, технологического, материального, трудового и информационного характера.

Таким образом, экономический анализ и контроль конкурентоспособности продукции необходимы для повышения эффективности деятельности коммерческой организации, улучшения ее жизнеспособности. Систематизированные и разработанные организационно-методические положения в области анализа и контроля качества, ценовой политики, себестоимости и рентабельности, конкурентоспособности продукции являются существенным вкладом в развитие теории и практики экономики.

## Список литературы диссертационного исследования кандидат экономических наук Воробьев, Евгений Владимирович, 2008 год

1. Законодательные акты, инструкции и положения по бухгалтерскому учету

2. Конституция Российской Федерации (с изм., внесенными Указами Президента РФ от 09.01.1996 №20, от 10.02.1996 №173, от 09.06.2001 №679, от 25.07.2003 №841, федер. Конст. законом от 25.03.2004 №1-ФКЗ) / информационно-правовая система «Консультант плюс».

3. Гражданский кодекс РФ Часть I. от 30 ноября 1994 года №51-ФЗ (в ред. Федеральных законов) / информационно-правовая система «Консультант плюс».

4. Гражданский кодекс РФ Часть II. от 26 января 1996 года NH-ФЗ (в ред. Федеральных законов) / информационно-правовая система «Консультант плюс».

5. Уголовный кодекс, от 13 июня 1996 года №63-Ф3 (в ред. Федеральных законов) / информационно-правовая система «Консультант плюс».

6. Налоговый кодекс. Часть II. от 5 августа 2000 года №117-ФЗ (в ред. Федеральных законов) / информационно-правовая система «Консультант плюс».

7. Таможенный кодекс РФ от 28 мая 2003 года №61-ФЗ (в ред. Федеральных законов) / информационно-правовая система «Консультант плюс».

8. О бухгалтерском учете : федер. закон от 21.11.1996 №129-ФЗ / информационно-правовая система «Консультант плюс».

9. О техническом регулировании: федер. закон от 27.12.2002 №184-ФЗ / информационно-правовая система «Консультант плюс».

10. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации : приказ Минфина РФ от 29.07.1998 № 34н / информационно-правовая система «Консультант плюс».

11. Положение по бухгалтерскому учету 1/98 «Учетная политика организации»: Приказ Минфина РФ от 09.12.1998 № 60н / информационно-правовая система «Консультант плюс».

12. Н.Положение по бухгалтерскому учету 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» : приказ Минфина РФ от 6.07.1999 №43н / информационно-правовая система «Консультант плюс».

13. Положение по бухгалтерскому учету 5/01 «Учет материально-производственных запасов» : приказ Минфина РФ от 09.06.2001 № 44н / информационно-правовая система «Консультант плюс».

14. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятий и Инструкция по его применению : приказ Минфина РФ от 31.10.2000 № 94н / информационно-правовая система «Консультант плюс».

15. О государственном надзоре и контроле в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов : Постановление Правительства РФ от 21.12.2000 №987 / информационно-правовая система «Консультант плюс».

16. Система сертификации ГОСТ Р : Постановление Государственного комитета РФ по стандартизации, метрологии и сертификации от 17.03.1998 №12 / информационно-правовая система «Консультант плюс».

17. Концепция развития национальной системы стандартизации : Распоряжение Правительства РФ от 28.02.2006 №266-р / информационноправовая система «Консультант плюс».

18. Правила по проведению сертификации в РФ : Постановление Государственного комитета РФ по стандартизации и метрологии от 10.05.2000 №26 / информационно-правовая система «Консультант плюс».

19. Правила проведения сертификации пищевых продуктов и продовольственного сырья : Постановление Государственного комитета РФ по стандартизации и метрологии №21 от 28.04.1999 / информационно-правовая система «Консультант плюс».

20. Методические рекомендации по разработке систем технического регулирования в отраслях и сферах деятельности : Приказ Министерства промышленности и энергетики РФ от 23.05.2006 №112 / информационно-правовая система «Консультант плюс».

21. Порядок проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке : Приказ Федеральной антимонопольной службы от 25.04.2006 №108 / информационно-правовая система «Консультант плюс».

22. Международный стандарт ИСО 8402. Управление качеством и обеспечение качества. Словарь. -М.: ВНИИС, 1994. 54с.

23. ГОСТ Р ИСО 9001-2001. Система менеджмента качества. Основные понятия и словарь : постановление Госстандарта РФ от 15.08.2001 №332-ст, в ред. изм. №1 от 07.07.2003 №238-ст / информационно-правовая система «Консультант плюс».

24. Британский стандарт BS 6143:1992 «Руководство по экономике качества» Часть 1. «Модель затрат на процесс» Перевод с английского языка. -Москва, 2001 г. (http://www.klubok.net/fail/BS6143-1992-lRUS.doc)

25. Монографии, учебники, методические пособия и сборники научных трудов

26. Адаме Р. Основы аудита / пер. с англ., под ред. Я.В. Соколова. М.:

27. Аудит, ЮНИТИ, 1995. 398 с.

28. Арене Э.А. Аудит / пер. с англ., под ред. Я.В. Соколова. М.: Финансы и статистика, 1995. - 560 с.

29. Абрютина М.С. Ценообразование в рыночной экономике : учебник / М. С. Абрютина. М. : Дело и сервис, 2002. - 256с.

30. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы : учеб. пособие / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. М. : Гос. ун-т управления, 2000. - 254с.

31. Амбрацумов А.А. 1000 терминов рыночной экономики : справоч. учеб. пособие / А.А. Амбрацумов, Ф.Ф. Стеринков. М. : Крон-Пресс, 1993. -302 с.

32. Аснин Л.М. Контроль и ревизия в организациях : Учебное пособие / Л.М. Аснин, И.Я. Кононова. Ростов н/Д: Феникс, 2004. - 288с.

33. Аудит и ревизия. Справочное пособие. / А.Л. Бавдей, И.Н. Белый, Н.П. Дробышевский и др., под общ. ред. И.Н. Белого. -Мн : ООО Мисанта, 1994-221с.

34. Аудит Монтгомери / Ф. Л. Дефлиз, Г. Р. Дженик, В. М. О'Рейли, М. Б. Хирш; пер. с англ.; под ред. Я. В. Соколова. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. - 542 с.

35. Аудит : Учебник под ред. П.В. Черноморда, А.А. Каратова. М. : Изд. Рос. экономической академии, 2003. - 364с.

36. Аудит: Учебник для вузов / В.И. Подольский, Г.Б. Поляк, А.А. Савин, Л.В. Сотникова; под ред. проф. В.И. Подольского. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997.-432 с.

37. Аудит : Учебное пособие / под ред. А.А. Каракова. М. : Изд-во Российской экономической академии, 2000. - 560с.

38. Баканов М.И. Теория экономического анализа / под ред. М.И. Бака-нова / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. 5-ое изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2004. - 536с.

39. Басовский Л.Е. Экономический анализ : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. М. : ИНФРА-М, 2004. - 366с.

40. Беленов О.Н. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность промышленных предприятий : Подходы, анализ, оценка. / О.Н. Беленов, В.В. Долгих. — Воронеж : Изд. Воронеж, гос. университета, 2004. — 80с.

41. Белобжецкий И.А. Бухгалтерский учет и внутренний аудит: В 2 ч. /

42. И.А. Белобженский. М.: Бухгалтерский учет, 1994. - 128 с.

43. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учеб. пособие. / И.К. Беляевский. М. : Финансы и статистика, 2001.-320 с.

44. Богомолов A.M. Внутренний аудит. Организация и методика проведения. / A.M. Богомолов, Н.А. Голощапов. М. : Экзамен, 1999. - 192с.

45. Большой экономический словарь / под ред. А.И. Азрилиана. 2-ое изд., доп. и перераб. - М. : Экономика, 1997 .- 864с.

46. Бороненкова С.А. Управленческий анализ : учеб. пособие для студ. вузов / С.А. Бороненкова М. : Финансы и статистика, 2004. - 381с.

47. Брокгауз Ф.А. Малый энциклопедический словарь / Ф.А. Брокгауз, И.А. Ефремов. -М. : Терра, 1999. с. 2051.

48. Бурцев В.В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации / В.В. Бурцев. М.: Экзамен, 2000. - 320с.

49. Вечканов Г.С. Краткая экономическая энциклопедия / Г.С. Вечка-нов, В.Т. Пуляев, Г.Р. Венчакова; под общей ред. Г.С. Венчакова. СПб. : ТОО ТК Петрополис, 1998. - 509с.

50. Герасименко В.В. Ценовая политика фирмы / В.В. Герасименко. -М. : Эксмо, 2007.-352с.

51. Гиссин В.И. Управление качеством продукции : учеб. пособие / В.И. Гиссин. Ростов н/Д : Феникс, 2000. - 256с.

52. Годин A.M. Маркетинг: Учебник. 6-е изд., перераб. и доп. / A.M. Годин. - М. : Изд.-торг. корпорация Дашков и К°, 2008. - 756с.

53. Горбашко Е.А. Конкурентоспособность промышленной продукции : учеб. пособие / Е.А. Горбашко. СПб. : Изд. СПб ГУЭФ, 1991. - 64с.

54. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка, в 4 т. т. 2. И-0 / В. Даль М. : Русский язык, 1979. - 779с.

55. Данилевский Ю.А. Аудит : Учебное пособие. 2-ое изд., перераб. и доп. / Ю.А. Данилевский, С.М. Шампузов, Н.А. Ремизов, Е.В. Старовойтова.- М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2002. 544с.

56. Даниляк В.И. Эргодизайн, качество, конкурентоспособность / В.И. Даниляк, В.М. Муников, М.В. Федоров. М. : Изд-во стандартов, 1990. -199с.

57. Данченок JI.A. Маркетинговое ценообразование : политика, методы, практика / JI.A. Данченок, А.Г. Иванова. М.: Эксмо, 2006. - 464с.

58. Дейли Дж. Эффективное ценообразование основа конкурентного преимущества : пер. с англ. / Дж. Дейли. - М. : Изд. дом Вилъямс, 2004. -304с.

59. Деминг В.Эдвардс Выход из кризиса / В. Эдварде Деминг. Тверь : Альба, 1994.-497с.

60. Долинская М.Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М.Г. Долинская, И.А. Соловьев. М. : Изд-во стандартов, 1991.- 128с.

61. Ендовицкий Д. А. Инвестиционный анализ в реальном секторе экономики: учеб. пособие / Д.А. Ендовицкий под ред. JI. Т. Гиляровской. М. : Финансы и статистика,2003. - 351с.

62. Еремин В.Н. Маркетинг : основы и маркетинговая информация: учебник / В.Н. Еремин. М. : КНОРУС, 2006. - 656с.

63. Затолокин В.М. Методы анализа качества продукции / В.М. Затоло-кин. М. : Финансы и статистика, 1985. - 214с.

64. Ильенкова С.Д. Управление качеством : учебник для вузов / С. Д. Ильенкова, Н.Д. Ильенкова, B.C. Мхитарян и др.; под ред. С.Д. Ильенковой.- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999. 199 с.

65. Исикава К. Японские методы управления качеством : сокр. пер. с англ. / Науч. ред. и авт. предисл. А.В. Гличев. / К. Исикава. М. : Экономика, 1988.-215с.

66. Кане М.М. Системы, методы и инструменты менеджмента качества : Учебное пособие. / М.М. Канне, Б.В. Иванов, В.Н. Корешков, А.Г. Схирт-ладзе. СПб.: Питер, 2008. - 56 0с.

67. Карлик Е.М. Затраты на повышение качества продукции на машиностроительных предприятиях / Е.М. Карлик, Д.С. Демиденко, В.М. Шкловский. Л: ЛДНТП, 1979 - 28с.

68. Качество в истории цивилизации. Эволюция, тенденции и перепективы управления качеством / пер. с англ. О.В. Замятиной и Я.В. Лева, под ред. Дж. Джурана. в трех томах. Том I. - М.: РИА Стандарты и качество, 2004. - 208с.

69. Качество в истории цивилизации. Эволюция, тенденции и перспективы управления качеством / пер. с англ. О.В. Замятиной и Я.В. Лева, под ред. Дж. Джурана. в трех томах. Том II. - М.: РИА Стандарты и качество, 2004.-208с.

70. Качество в истории цивилизации. Эволюция, тенденции и перспективы управления качеством / пер. с англ. О.В. Замятиной и Я.В. Лева, под ред. Дж. Джурана. в трех томах. Том III. - М.: РИА Стандарты и качество, 2004.-208с.

71. Качество, сертификация, испытания : русс.-англ. терминол. словарь / отв. Ред. Волкова И.Н. М.: ВНИИКИ, 1993. - 220с.

72. Керимов 3. Э. Управленческий учет: Учебник. — 2-е изд., м. и доп. — М.: Издателъско-торгозая корпорация «Дашков К°». 2003.

73. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : Учебник / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. М.: ПБОЮЛ М.А. Захаров, 2000. -420с.

74. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. / Л. Т. Гиляровская и др.. М. : ТК Велби, 2006. - 360с.

75. Кочинев Ю.Ю. Аудит / Ю.Ю. Кочинев. СПБ. : Питер, 2002. - 304с.

76. Кремнев Г.Р. Управление производительностью и качеством: 17-модульная программа для менеджеров Управление и развитие организации / Г.Р. Кремнев. М.: Инфра-М, 2000. - 256с.

77. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц. 2-оле изд., доп. и испр. - М.: Юрайт-М, 2001. -234с.

78. Лифиц И.М. Стандартизация, метрология и сертификация : учебник / И.М. Лифиц. 4-ое изд., прераб. и доп. - М. : Юрайт-Издат., 2004. - 335с.

79. Лозовский Л.Ш. Словарь-справочник предпринимателя / Л.Ш. Лозовский, Б.А. Райзберг. М. : Ось-89, 1997. -288с.

80. Львов Д.С. Стандарт и качество: экономический аспект проблемы / Д.С. Львов, В.И. Седов, В.И. Сиськов. 2-ое изд., перераб. и доп. - М. : Экономика, 1975.-368с.

81. Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия : учеб. пособие для вузов / Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова; под ред. НИ. Любушина. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 471с.

82. Магомедов М.Д. Управление качеством в отраслях пищевой промышленности : учеб. пособие / М.Д. Магомедов, А.В. Рыбин. М.: Изд.-торг. корпорация Дашков и К0, 2006. - 192с.

83. Магомедов Ш.Ш. Конкурентоспособность товаров : учеб. пособие для вузов / Ш.Ш. Магомедов. Москва.: Изд.-торг. корпорация Дашков и К0, 2003.-294 с.

84. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью : Учеб. пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина. М. : Омега-Л, 2007. - 325с.

85. Малый энциклопедический словарь: в 4-х т. Т.2. Гальванохром1я -Кившенко. [Репринт, воспроизвение изд. Брокгауза-Ефрона] М.: Терра, 1997.-544 с.

86. Маренков Н.Л. Управление обеспечением качества в конкурентоспособности продукции. Серия Высшее образование / Н.Л. Маренков, В.П. Мельников, В.П. Смоленцев, А.Г. Схиртладзе. -М. : Национальный институт бизнеса, 2004. 512 с.

87. Маренков Н.Л.Практика контроля и ревизии : учебное пособие / Н.Л. Маренков, Т.Н. Веселова. М. : КНОРУС, 2005. - 352 с.

88. Маркетинг : учебник / Романов А.Н. и др.; под общей ред. Романова А.Н. М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996 - 560с.

89. Мельник М.В., Пантелеев Л.С., Звездин А.Л. Ревизия и контроль: Учебное пособие / под ред. проф. М.В. Мельник.— М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003.- 581с.

90. Моисеева Н.К. Современное предприятие : конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н.К. Моисеева, Ю.П. Анискин. T.l М. : 1993. -219с.

91. Минько Э.В. Качество и конкурентоспособность / Э.В. Минько, М.А. Кричевский. СПб. : ПИТЕР, 2000. - 268с.

92. Мишин В.М. Управление качеством : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. Менеджмент / В.М. Мишин. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. -303с.

93. Новицкий Н. И. Управление качеством продукции : учеб. пособиедля студ. вузов, обуч. по спец. Менеджмент организации / Н.И. Новицкий. -Мн : Новое знание, 2001 -237с.

94. Огвоздин В.Ю. Управление качеством: Основы теории и практики: учебное пособие / В.Ю. Огвоздин. 4-е изд., испр. и доп. - М.: Дело и Сервис, 2002.- 160с.

95. Ожегов С.И. Словарь русского языка: около 57 000 слов / С.И. Ожегов. под ред. Н.Ю. Шведовой. 20-ое изд., стереотип. - М. : Русский язык, 1989.-750с.

96. Окрепилов В.В. Управление качеством : учеб. пособие для вузов / В.В. Окрепилов-М. : ОАО изд. Экономика, 1998. 639с.

97. Портер М. Конкурентное преимущество : Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость пер. с англ. Е. Калининой. / М. Портер. 3-е изд. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. - 715с.

98. Портер М. Конкуренция: пер. с англ. / М. Портер, под ред. Я.В. За-блоцкого. М. : Изд. Дом Вильяме, 2001. - 495с.

99. Прескотт Дж.Е. Конкурентная разведка : уроки окопов пер. с англ. А. Лисовского. / Дж.Е. Прескотт, С.Х. Миллер. М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. - 336с.

100. Прыкина Л.В. Экономический анализ предприятия : учебник для студ. вузов / Л.В.Прыкина. М. : ЮНИТИ, 2001. - 359с.

101. ЮЗ.Пястолов С.М. Экономический анализ деятельности предприятий : учеб. пособие для студентов экономических специальностей высших учебных заведений, экономистов и преподавателей / С.М. Пястолов. М. : Акад. проект, 2004. - 576 с.

102. Решетов В.В. Система обеспечения качества продукции на машино-стоительном предприятии /В.В. Решетов. под ред. О.Г. Туровца. Липецк : ЛГТУ, 2002. - 260с.

103. Риполь-Сарагоси Ф.Б. Внутренний аудит : организация и планирование / Ф.Б. Риполь-Сарагоси, В.Ю. Реутов. Ростов н/Д : Феникс, 2006. -186с.

104. Розова Н.К. Управление качеством / Н.К. Розова. СПб.: Питер, 2003.-224с.

105. Рогуленко Т.М. Аудит : Учебник. Изд. с изм. / Т.М. Рогуленко -М. : Экономиста, 2005. - 383с.

106. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие / Г. В. Савицкая. 7-е изд., испр. - Мн. : Новое знание, 2002. -704с.

107. Савостин А.И. Основы качества продукции в машиностроении / А.И. Савостин. -М. : Гос. науч.-техн. изд-во машиностр. литературы, 1952. -166с.

108. ПО.Светуньков С.Г. Методы маркетинговых исследований : Учебное пособие. / С.Г. Светуньков. СПб. : Изд. ДНК, 2003. - 352с.

109. Семин О.А. Сервис в торговле. В трех кн. Книга первая. Маркетинг и управление качеством торговых услуг : учебное пособие / О.А. Семин, В.А. Сайдашева, В.В. Панюкова. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Дело и Сервис, 2006. - 216с.

110. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Книга первая. / А. Смит. М. : Ось 89 - 256с.

111. Советский энциклопедический словарь, гл. ред. A.M. Прохоров. -2-ое изд., с изм. -М. : Советская энциклопедия, 1982. 1600с.

112. Соколов Б.Н. : Системы внутреннего контроля (организация, методики, практика) / Б.Н. Соколов, В.В. Рукин. М.: ЗАО Издательство Экономика, 2007. - 442 с.

113. Сотникова JI.B. Внутренний контроль и аудит: Учебник / JI.B. Сот-никова. М.: ЗАО Финстатинформ, 2000. - 239 с.

114. Тарасова В.П. Толковый словарь рыночной экономики / В.П. Тарасова, Ф.А. Крутикова. М. : Глория, 1993. - 302с.

115. Теория анализа хозяйственной деятельности : Учебник для студ. вузов экон. специальностей вузов /В.В. Осмоловский, Л.И. Кравченко, Н.А. Русак и др.; Под ред. В.В. Осмоловского. Минск: Новое знание, 2001. - 317 с.

116. Теплов В.И. Коммерческое товароведение : учебник. / В.И. Теплов, • М.В. Сероштан, В.Е. Боряев, В.А. Панасенко. 2-е изд.- М.: Изд. дом Дашкови К°, 2001.-620 с.

117. Терехов А.А. Контроль и аудит: основные методические приемы и технология / А.А. Терехов, М.А. Терехов. М.: Финансы и статистика, 1998. -208 с.

118. Фатхутдинов Р.А. Менеджмент конкурентоспособности товара.

119. М.: АО Бизнес-школа Интел синтез, 1995. — 64с.

120. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: Учебник для вузов / О.А. Фатхутдинов. 5-е изд. - СПб.: Питер, 2006. - 496 с.

121. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. 4-ое изд. / Р.А. Фатхутдинов. СПб.: Питер, 2007. - 352с.

122. Федюкин В.К. Методы оценки и управления качеством промышленной продукции : учебник для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / В.К. Фе-дюкин, В.Д. Дурнев, В.Г. Лебедев. М. : Филинъ, 2000. - 327с.

123. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции : пер. с англ. / А. Фей-генбаум. М. : Экономика, 1986. - 471с.

124. Философский словарь / под ред. А.И. Фролова. 5-ое изд. - М. : Политиздат, 1986. — 590с.

125. Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе пер. с англ. Д.П. Коньковой. / К. Фляйшер, Б. Бенсуссан. М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. - 541с.

126. Фомин В.Н. Квалиметрия. Управление качеством. Сертификация: Учебное пособие. / В.Н. Фомин. 2-е изд. перераб. и доп. - М.: Ось-89, 2007.-384с.

127. Фридман П. Аудит : Контроль затрат и финансовых результатов при анализе качества продукции / П. Фридман Ред. коллегия: А.Н.Романов и др.. М.: Аудит : ЮНИТИ, 1994. - 285с.

128. Хайек Ф.А. Познание, конкуренция и свобода / Составители Дарио Антисери и лоренцо Инфантино, пер. С.А. Мальцевой / Ф.А. фон Хайек. -СПб : Пневма, 2003. 288с.

129. Хейне П. Экономический образ мышления : пер. с нем. / П. Хейне. П. Боутке, Д. Причитко. 10-е изд. - М.: Изд. дом Вильяме, 2005. - 544с.

130. Хорохордин Д.Н. Формирование активно-адаптивных систем внутреннего аудита: Монография / Д.Н. Хорохордин. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2003. - 152 с.

131. Цацулин А.Н. Цены и ценообразование в системе маркетинга : Учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по спец. Маркетинг, Менеджмент, Ценообразование, Коммерция / А.Н. Цацулин. 2-ое изд. - М.: Инф.-изд. Дом ФилинЪ, 1998. - 441с.

132. Ценообразование : Учеб. пособие / Под ред. Г. А. Тактарова. М:

133. Финансы и статистика, 2005. 176 е.: ил.

134. Чернов В.А. Экономический анализ. Торговля. Общественное питание. Туристический бизнес. : учеб. пособие для студ. экон. вузов / В.А. Чернов; Под ред. М.И. Баканова. М.: ЮНИТИ, 2003 . - 686 с.

135. Чечевицына JI.H. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / JI. Н. Чечевицына, И. Н. Чуев. 2-е изд. - М. : Маркетинг, 2002. -352 с.

136. Чибинев В.М. Ценообразование : Учеб. пособие / В.М. Чибинев, A.M. Чибинев, В.П. Очередько. СПб.: ООО Лексикон, 2001. - 176с.

137. Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ : учебное пособие / В.А. Шаповалов. Ростов н/Д : Феникс, 2008. - 345с.

138. Шквандар В.А. Стандартизация и управление качеством продукции : учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. специальностям / В.А. Швандар и др. под ред. В.А. Шквандара. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 487с.

139. Шеремет А. Д. Аудит: Учебник. / А.Д. Шеремет, В.П. Суйц. 2-е изд., доп. и перераб. - М. : ИНФРА-М, 2000. - 352 с.

140. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) Пер. с нем. B.C. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко. / И. Шумпетер. М.: Прогресс, 1982. - 454с.

141. Экономическая энциклопедия / гл. ред. Л.И. Албакин. М. : Экономика. — 1055с.

142. Экономический анализ: основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации: Учебник / Под ред. Проф. Н.В. Войто-ловского, проф. А.П. Калининой, проф. И.И. Мазуровой. 2-ое изд., перераб. и доп. М.: Высшее образование, 2006. - 513с.

143. Энциклопедический словарь Т.2. / гл. ред. Введенский Б.А. К : Праща. - 1954.-719с.

144. Юданов А.Ю. Конкуренция : теория и практика, учебно-практическое пособие / А.Ю. Юданов. 2-ое изд., испр. и доп. - М. : Ассоциация авторов и издателей Тандем, изд-во ГНОМ-ПРЕСС, 1998 - 384с.

145. Яковенко Е.Г. Циклы жизни экономических процессов, объектов и систем / Е.Г. Яковенко, М.И. Басс, Н.В. Махров. М. : Наука, 1991. - 190с.

146. Bruhn М. Marketing fur Nonprofit-Organisationen : Grundlagen Копzepte Instrumente / M. Bruhn. - Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, 2005. - 549 S.

147. Stierle M.H. Volkswirtschaften in der Globalisierung : Konzeptionelle Analyse der zentralen Indikatoren der internationalen Wettbewerbsfahigkeit von Volkswirtschaften / M.H. Stierle Speyer : Forschungsinst. fur offentliche Ver-waltung, 1998.- 150S.

148. Статьи в периодических изданиях

149. Азгальдов Г.Г. Общие сведения о методологии квалиметрии / Г.Г. Азгальдов // Стандарты и качество. 1994. — №11. — С. 24-27.

150. Архангельская Н.Н. Основы организации аудита в системе внутрихозяйственного управленческого учета и контроля / Н.Н. Архангельская // Экономический анализ : теория и практика. 2007. - №10. - С.53-57

151. Аршакуни В. От системы ХАССП к системе менеджмента безопасности пищевой продукции по ИСО 22000 / В. Аршакуни. // Стандарты и качество №2 2008 (материалы сайта www.stq.ru)

152. Асташова Ю.В. Показатели процесса в системе контроля качества / Ю.В. Асташова, А.И. Демченко // Менеджмент в России и за рубежом. -2005. -№1.- С. 86-97.

153. Афанасьев А.А. Создание модели зависимости выручки розничной торговой точки от факторов конкурентоспособности / А.А. Афанасьев, М.Б. Левин //Маркетинг в России и за рубежом. -2004. -№3. С.108-120.

154. Баумгартен Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организации и продукции / Л.В. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. - №4. - С. 72-85.

155. Берновский Ю. Стандарт организации нестандартный стандарт / Ю. Берновский // Стандарты и качество. № 5. - 2007. (материалы сайта www.stq.ru).

156. Блинов В. Реализуется ли Федеральный закон О техническом регулировании / В. Блинов // Стандарты и качество. 2006. - №2. - С. 20-23.

157. Богомолова И.П. Анализ формирования категории конкурентоспособность как фактора рыночного превосходства экономических объектов /

158. И.П. Богомолова, Е.В. Хохлов // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. -№1.-113-119.

159. Быков С.Н. Социальные показатели конкурентоспособности продукции / С.Н. Быков, Г.О. Тащиян, Ю.М. Осипов // Автоматизация и современные технологии. 2003. - №5. - С. 40-42.

160. Васильева Н. Об обязательных требованиях и основных свойствах товаров / Н. Васильева. // Стандарты и качество. №12. - 2007. (материалы сайта www.stq.ru).

161. Васильченко И., Берестов В. Залог успешного развития предприятий ЛПК выбор оптимальной конкурентной стратегии / И. Васильченко, В. Берестов. // Стандарты и качество. - №10. - 2006. (материалы сайта www.stq.ru).

162. Воронов А. Моделирование конкурентоспособности продукции / А. Воронов // Маркетинг в России и за рубежом. 2003. - №4. - С. 44-52.

163. Гличев А. Качество и духовность. Прикосновение к проблеме / А. Гличев // Стандарты и качество. № 5. - 2000. (материалы сайта www.stq.ru).

164. Гребнев Е.Т. Анализ конкурентоспособности продукции / Е.Т. Греб-нев, Д.Т. Новиков, А.Н. Захаров // Маркетинг в России и за рубежом. 2002. -№3. - С. 136-144.

165. Дзахмишева И.Ш. Методика оценки конкурентоспособности услуги в розничной торговой сети / И.Ш. Дзахмишева // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. - №3. - С. 93-107.

166. Ендовицкий Д.А. Системный подход к анализу финансовой устойчивости коммерческой организации / Д.А. Ендовицкий, А.В. Ендовицкая // Экон. анализ : теория и практика. 2005. - №5. - С. 7-13.

167. Зырянова Т.В. Трансформация методов финансово-хозяйственного контроля в условиях реформирования экономики / Т.В. Зырянова, О.Е. Терехова // Экономический анализ : теория и практика. 2007. - № 9. - С. 28-36.

168. Карпачева Т.Г. Оценка затрат на качество продукции / Т. Г. Карпа-чева // Автоматизация и современные технологии. 1996. - №6. - С. 35-37.

169. Кислый В. Система нормативных документов по стандартизации / в.

170. Кислый // Стандарты и качество. 2001. - №10. - С. 81-83.

171. Колесов И. Качество и экономичность продукции / И. Колесов, Н. Сычева // Стандарты и качество. № 10. - 2000. (материалы сайта www.stq.ru).

172. Комлев Е.Б. Анализ конкурентоспособности товаров / Е.Б. Комлев // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. - №3. - С. 53-56.

173. Кочетов В. Методы оценки конкурентоспособности продукции и производства. / В. Кочетов // Стандарты и качество. №6. - 2006. (материалы сайта www.stq.ru).

174. Куштавкин Д. Значение категории качества при формировании конкурентной стратегии / Д. Куштавкин. // Стандарты и качество — №6. — 2007. (материалы сайта www.stq.ru).

175. Лобанов М.Ю. Оценка конкурентоспособности продукции / М.Ю. Лобанов // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. - №6. - С. 34-38.

176. Любовцева Е.Г. Место и роль внутреннего контроля в процессе управления организацией / Е.Г. Любовцева // Экономический анализ : теория и практика. 2007. №7. - С.55-59.

177. Майсигова Л.А. Проблема классификации видов контроля / Л.А. Майсигова // Экономический анализ : теория и практика. 2007. - №9. - С. 37-43.

178. Магомедов Ш.Ш. Определение показателей конкурентоспособности товаров / Ш.Ш. Магомедов // Стандарты и качество. №10. - 2000. (материалы сайта www.stq.ru).

179. Магомедов М. Престижность товаров в системе оценки конкурентоспособности продукции / М. Магомедов. // Стандарты и качество. 2005. -№12.-С. 80-81.

180. Магомедов М. Сущность теории потребительской ценности / М. Магомедов // Стандарты и качество. 2004. - №6. - С. 78-81.

181. Маланичев А.Г. Исследование потенциала повышения цены товара на основе анализа его конкурентоспособности / А.Г. Маланичев. // Маркетинг в России и зарубежом. -2007. -№1. с. 76-81.

182. Мищенко С. Экспертные оценки затрат на качество продукции / С. Мищенко, С. Пономарев, Б. Герасимов, О.' Пономарев // Стандарты и качество.-2001.-№7,8.-С. 79-81.

183. Павлова Н.И. Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности товара / Н.И. Павлова // Маркетинг в России и за рубежом. — 2004. -№1. С.82-89.

184. Петровский Э. Системный анализ и оптимизация затрат на качество / Э. Петровский, И. Лебедева, Н. Мельникова // Стандарты и качество. 2003. - №9. - С. 78-80.

185. Пожидаева Т.А. Роль внутрихозяйственного контроля в управлении эффективностью производства / Т.А. Пожидаева, А.А. Круглов // Экономический анализ : теория и практика. 2007. - №19. - С.23-26.

186. Полховская Т. Роль документации при создании эффективной системы менеджмента / Т. Полховская, Н. Ващенко, Н. Назарова, В. Григорьев, А. Зайцев, Е. Хунузиди, В. Шпер // Стандарты и качество. 2004. - №6. - С. 66-72.

187. Пугачев С. Стандартизация в рамках реформы технического регулирования / С. Пугачев // Стандарты и качество. 2004. - №10. - С. 8-11.

188. Пухальский В. Определение качества / В. Пухальский // Стандарты и качество.-2001.-№3.-С. 51-53.

189. Родионова Л.Н. Оценка конкурентоспособности продукции / Л.Н. Родионова, О.Г. Кантор, Ю.Р. Хакимова // Маркетинг в России и за рубежом. -2000.-№1.

190. Рыбаков И.Н. Качество и конкурентоспособность продукции при рыночных отношениях / И.Н. Рыбкин // Стандарты и качество. 1995. - №12. -С. 43-48.

191. Рыженко Г. Методический подход к оценке затрат на качество / Г. Рыженко, С Михеева, В. Суряков, В. Бочаргин // Стандарты и качество. -2004.-№7.-С. 58-60.

192. Свирейко Н.Е. Оценка конкурентоспособности масложировых продуктов / Н.Е. Свирейко // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. - №3. -С. 88-92.

193. Семериков В. Грустные мысли о состоянии стандартизации / В. Семериков // Стандарты и качество. 2005. - №12. - С. 58-60.

194. Слуцкин М. Контроллинг затрат на качество / М. Слуцкин. // Стандарты и качество. № 2. - 2007. (материалы сайта www.stq.ru).

195. Сухачева Г.И. Концептуальные основы контроля хозяйствующего субъекта / Г.И. Сухачева // экономический анализ : теория и практика. 2007. -№12.-С. 34-43.

196. Фасхиев X. Методы оценки конкурентоспособности грузовых автомобилей и их двигателей / X. Фасхиев, А. Крахмалева, Е. Потапова, С. Сычев // Стандарты и качество. 2004. - №4. - С. 60-64.

197. Фасхиев Х.А. Показатели конкурентоспособности и качества грузовых автоматов / Х.А. Фасхиев, И. Костин // Стандарты и качество. 2003. -№4. - С. 56-60.

198. Фасхиев Х.А. Методика назначения конкурентной цены изделия по его потребительским свойствам / Х.А. Фасхиев // Маркетинг в России и за рубежом. 2005.-№ 11.-С. 19-25.

199. Фатхутдинов Р.А. Ориентация на конкурентоспособность / Р.А. Фатхутдинов. // Стандарты и качество. №12. — 2007. (материалы сайта www.stq.ru).

200. Шадрин А. Моделирование оценки качества / А. Шадрин // Стандарты и качество. 2004. — №12. - С. 70-72.

201. Швец В. Дорога к качеству и совершенству: преодоление барьеров / В. Швец // Стандарты и качество. 2001. - №5,6 - С. 74-81.

202. Шоттмиллер Дж. Затраты на качество стимулируют процессы непрерывного совершенствования / Дж. Шоттмиллер // Методы менеджмента качества. 2003. - №2. - С. 4-9.

203. Qualitatmanagementsysteme in Dienstleistungsunternehmen (материалы сайта http://stiftung-spi.de/download/stiftung/qm/qmdienst.doc).