

*М.И. Крулькевич,
К.В. Сынова*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОНИТОРИНГА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ КАК ИНСТРУМЕНТА РЕГУЛЯТОРНОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

Под мониторингом конкурентной среды региона будем понимать непрерывное наблюдение за развитием объектов с определенными временными интервалами в фиксированном информационном поле региона по заданным индикаторам. С помощью такого мониторинга предоставляется реальная возможность информационного прогнозирования функционирования объектов региона.

Необходимость мониторинга обусловлена тем, что конкурентная среда субъектов хозяйствования представляет собой относительные характеристики, отражающие отличие процессов развития конкурентов как по степени удовлетворения своими товарами и услугами конкретной региональной потребности, так и по эффективности хозяйственной деятельности. Реальные возможности регулирования конкурентоспособности субъектов хозяйствования находятся в сфере факторов внутренней среды региона.

Отдельным аспектам мониторинга конкурентной среды посвящены работы Г.В. Балабанова, А.О. Морозова и др. [1-7].

Как подчеркивают специалисты и подтверждает практика, в современных условиях конкурентоспособность является главным критерием эффективности хозяйственной оценки внутреннего менеджмента.

Целью исследования является анализ использования мониторинга конкурентной среды как инструмента регуляторной политики региона.

Конкурентоспособность – много-сторонняя экономическая категория, которая может рассматриваться на нескольких уровнях: товара, товаропроизводителя, отрасли региона, страны. Между этими уровнями существует достаточно тесная внутренняя и внешняя взаимозависимость.

Конкурентоспособность региона является гибким инструментом регулирования и развития его социально-экономической системы. Эту роль она выполняет с использованием таких функций:

контрольной, которая заставляет каждый объект хозяйствования выполнять единые нормы и правила конкурентного поведения, в рамках которых обеспечивается активность и самостоятельность социально-экономической деятельности;

регулирующей, которая через взаимодействие спроса и механизма цен и рынка регулирует экономическую деятельность субъектов;

алокационной, в результате которой размещение, распределение ресурсов и выработанных благ между потребностями субъектов хозяйствования происходит по критериям их отдачи и эффективного использования производственных мощностей;

стимулирующей, которая заставляет участников рынка использовать инновации, искать и создавать нововведения с целью удовлетворения меняющегося спроса

© Крулькевич Михаил Иванович – доктор технических наук, профессор.

Донецкий национальный университет.

Сынова Кристина Валерьевна – аспирант.

Донецкий государственный университет управления.

потребностей и обеспечения жизнедеятельности жителей региона.

В современных условиях хозяйственной деятельности неспособность быть на уровне научно-технических достижений, неумение адаптироваться к требованиям рынка чревато тем, что рыночные позиции субъектов хозяйствования будут постоянно подвергаться опасности со стороны технологически передовых конкурентов.

Сегодня на смену обычной промышленной конкуренции пришла эпоха конкуренции информационной.

Для достижения успеха в информационной среде необходимы новые способности по производству продукции и оказанию услуг. Именно способность мобилизовать и в полной мере использовать свои нематериальные активы приобрела решающее значение, опередив инвестиции и управление реальными активами.

Зарубежный опыт свидетельствует о том, что успеха добиваются только те субъекты хозяйствования, которые умеют организовать свой бизнес с помощью электронного инструментария [7].

Такой инструментарий позволяет:

увеличивать скорость заключения сделок и формирует потребность в более индивидуализированной работе с клиентами и в необходимости перевода управленческой деятельности на электронные процессы;

использовать вместо организационных структур бизнес-процессы, которые исключают рутинные функциональные операции, бумажные процедуры и документы, поскольку ориентированы на клиентов и стратегические цели субъекта хозяйствования;

осуществлять большинство сделок в виде электронных транзакций,

выполняемых непосредственно участниками с определяющей функцией обслуживания клиентов.

Информационные активы позволяют:

развивать отношения с клиентами, чтобы сохранить их лояльность и с наивысшей интенсивностью обслуживать новых клиентов;

непрерывно внедрять новые, высококачественные продукты и виды услуг, имеющих спрос и доставлять их потребителю в кратчайшие сроки;

мотивировать и мобилизовать сотрудников для постоянного совершенствования их знаний и умений, качественного выполнения работы;

внедрять новые информационные технологии и системы, создавать базы данных.

Современное цивилизованное эффективное управление субъектами хозяйствования, формирующими конкурентные стратегии, требует наличия электронной информационной системы сбора, хранения, обработки и передачи электронных информационных ресурсов.

Управление жизнедеятельностью субъектов в современных условиях практически невозможно без учета и согласования всего многообразия факторов, влияющих на социально-экономическое состояние, т. е. без использования многоаспектных, достоверных, актуальных и современных электронных информационных ресурсов, которые призваны обеспечивать мониторинг. Такие ресурсы необходимы для четкого определения конкурентных преимуществ субъектов хозяйствования. Электронные информационные ресурсы позволяют оценить влияние, оказываемое на субъектов хозяйствования и общественность региона коммерческими, политическими, социальными,

экономическими и регулируемыми силами региона (государства).

Внешние электронные информационные ресурсы проникают в регулирующий орган через его функциональные подразделения различных уровней управления.

При этом, попав однажды во внутреннюю среду, они могут беспрепятственно в ней циркулировать либо иметь ограниченное перемещение, либо стать секретными. Наконец, они могут оказаться и без внимания из-за того, что являются нерелевантными.

Для достижения стратегических целей и для решения тактических задач необходимо отслеживать все возможные источники попадания электронных информационных ресурсов во внутреннюю среду и обеспечивать максимальные возможности их использования [8].

Основными элементами анализа внешней среды являются: экономическая, юридическая, демографическая, технологическая среда и стратегические направления конкурентов.

Электронные информационные сферы должны рассматриваться одновременно на макро- и микроэкономическом уровнях. На макроэкономическом уровне важными являются совокупный спрос, ВВП, текущий и прогнозируемый уровень инфляции, государственная налоговая политика и распределение доходов. На микроуровне рассматриваются такие факторы, как средний уровень оплаты труда, компоненты продуктовой корзины потребителя, покупательная способность населения. Основными направлениями использования этих ресурсов являются непрерывный мониторинг тех экономических категорий, колебание которых существенно влияет на регуляторную политику.

Что касается демографической ситуации, то здесь изучаются факторы для определения региональных тенденций в изменении численности населения, его половозрастного состава, а также социокультурные закономерности, характерные для региона. Эти ресурсы выступают в качестве критических факторов при разработке маркетинговой стратегии.

Технологическая среда может послужить толчком для слияния различных отраслей, оказать существенное воздействие на рыночные позиции конкурирующих субъектов.

Изучение стратегических направлений конкурентов предназначено формировать конкретные преимущества по отношению и на основании преимуществ непосредственных конкурентов. В этой связи важно постоянно отслеживать происходящие изменения в качественном и количественном составе конкретных преимуществ конкурентов.

Процесс разработки конкурентной стратегии обычно рассматривается как создание и поддержка наиболее эффективного способа осуществления хозяйственной или иной деятельности, который основывается на комплексе ценностей, воспринимаемых потребителями при покупке и потреблении продуктов конкретных субъектов хозяйствования.

Основными подходами к формированию конкурентных преимуществ являются экономия на издержках, специализация и использование уникальных продуктовых и услугowych предложений.

Для успешного функционирования в конкурентной среде основные области деятельности должны быть теснейшим образом взаимосвязаны.

Необходимо проводить постоянный анализ основных ключевых областей, в которых осуществляется деятельность

субъектов региона, уточнять их структуру и настройку на технологии изменений. Для этого:

сотрудники должны обладать самыми свежими детальными и общими электронными информационными ресурсами по ключевым областям, в которых они функционируют;

к ресурсам должны иметь доступ не только высшее руководство, но и функциональные менеджеры и рядовые сотрудники. Последние должны иметь доступ к тем информационным ресурсам, которые не требуют специального разрешения;

электронные информационные системы должны быть нацелены на динамичные, полные и достоверные информационные ресурсы и обеспечивать информацией различные подразделения;

обмен информацией должен производиться посредством электронной почты;

информационные ресурсы должны вводиться в систему только один раз, а процессы их использования осуществляться без дополнительных усилий и повторных записей;

первичными должны быть процессы, которые определяют процедуры, технологии и документооборот;

должны существовать правила, нормативы и процедуры по информационным процессам, подлежащим управлению через электронную информационную систему.

Мониторинг конкурентной среды на практике означает поиск и использование ответов примерно на следующие вопросы:

1. Что нужно знать?
2. Где можно получить данные?
3. Кто может собрать необходимые данные или от кого их можно получить?
4. Кто будет синтезировать и анализировать данные?

5. Как лучше хранить полученную информацию, чтобы можно было её эффективно, по необходимости, использовать?

6. Как распространять полученную информацию, чтобы соответствующие лица рассматривали ее своевременно?

7. Как предохранять информацию от «утечки»?

Мониторинг является тем средством, с помощью которого оказывается влияние на разработку и проведение регуляторной политики на основе информации, представляемой своевременно в устной или письменной форме.

Потребность в информации варьируется в зависимости от планируемой или осуществляемой деятельности. Все мероприятия регуляторной политики требуют хорошо выверенной информации. К такой информации относятся осмысленные сведения, основанные на собранных, оцененных и истолкованных фактах, изложенных таким образом, что ясно видно их значение для решения конкретной задачи регуляторной политики. Такой подход подчеркивает разницу между «сырыми» материалами и окончательной продукцией информационно-аналитической работы.

В большинстве случаев в конкретной среде требующейся информацией является:

1. Цены, скидки, условия договоров, спецификация продуктов.
2. Объем, история, тенденция и прогноз продуктов.
3. Доля на рынке и тенденции изменения.
4. Рыночная политика.
5. Отношение с потребителями и репутация.
6. Численность и размещение торговых агентов.
7. Каналы, политика и методы сбыта.

8. Рекламные мероприятия.
9. Оценка качества и эффективность продукции.
10. Номенклатура изделий.
11. Оборудование и технология производства.
12. Уровень издержки.
13. Производственные мощности.
14. Размещение и размер производственных и прочих подразделений.
15. Способ упаковки.
16. Доставка.
17. Лица, принимающие ключевые решения.
18. Финансовые условия и перспектива.
19. Программы изменений.
20. Основные проблемы и возможности.

Для обеспечения требующейся информации мониторинг должен реализовать следующие цели:

1. Обеспечивать своевременное поступление надежной и всесторонней информации о способностях и общих возможностях конкурентов.
2. Определять, каким образом действия конкурентов затрагивают взаимные интересы.
3. Постоянно обеспечивать надежную и всестороннюю информацию о тех событиях в конкурентной среде, которые имеют значение для политики региона.
4. Добиваться эффективности и исключать дублирование в сборе, анализе и распространении информации о конкурентной среде.

В заключение следует отметить, что система мониторинга конкурентной среды региона не должна просто выдавать отчеты и накапливать данные, она должна быть ориентирована на конкретные действия. Это значит, что она должна обеспечивать руководство такой информацией, которая указывала

бы на необходимость действий и помогала бы выбирать из них наиболее предпочтительные.

Литература

1. Балабанов Г.В. Територіальний соціально-економічний моніторинг в Україні / Г.В. Балабанов, В.В. Вишневський; НАН України; Ін-т географії. – К.: Нора-Друк, 2001. – 58 с.
2. Морозов А.О. Інформаційно-аналітичні технології підтримки прийняття рішень на основі регіонального соціально-економічного моніторингу: Проект наук. кн. / А.О. Морозов, В.Л. Косолапов; Ін-т проблем математичних машин і систем НАН України. – К.: Наук. думка, 2002. – 230 с.
3. Моніторинг макроекономічних та галузевих показників. Вип.1 (81). Січень. – К.: ЕКМО, 2007. – 96 с.
4. Моніторингові оцінювання складних соціально-економічних явищ розвитку регіону / Відп. ред. Я.О. Побурко; Ін-т рег. дослідж. НАН України. – Луганськ: Арал, 2006. – 306 с.
5. Шуста Т.М. Інтеграція України в глобальне конкурентне середовище: Автореф. ... канд. дис. – К.: Київськ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2002. – 20 с.
6. Коломойцев В.Е. Універсальний словник економічних термінів: інвестування, конкуренція, менеджмент, маркетинг, підприємництво: Навч. посібник. – К.: Молодь, 2000. – 383 с.
7. Онлайн-електронний бізнес: реальність, конкурентоспособність, ефективність / Под ред. к.э.н. Л.С. Винарика, д.э.н. Я.Г. Берсуцкого. – Донецк: ИЭП НАН Украины, ДонУЭП, 2008. – С. 10-34.
8. Голубкова Е. Маркетинговые коммуникации. – М.: Финпресс, 2000. – С. 34-78.