**Cистема информационного обеспечения управления конкурентоспособностью**

С.Г.Светуньков

Теоретические выводы и предложения, сформулированные в предыдущих параграфах данной работы, позволяют сделать вывод о том, какого типа информация должна быть использована в региональных системах информационного обеспечения конкурентоспособности. Эта информация может быть представлена в виде отдельных блоков.

1-й блок. Описание потребительской товарной линии.

Потребительскую товарную линию следует описывать, используя комплексные числа. В общем случае модель потребительской товарной линии, описывающая всю номенклатуру товаров, удовлетворяющих определенную потребность (или их совокупность), будет иметь вид:

. (9.1)



Здесь Пи - потребительские свойства идеального товара,

П и Ц - потребительские свойства и цена конкретного товара,

i - мнимая единица.

Данное описание потребительский товарной линии рынка каждого конкретного региона позволяет определить при каких ценах какие потребительские свойства товара предпочитают потребители. Данная информация весьма важна для разработки и выбора конкурентных стратегий.

Для расчета модели следует собрать данные о равновесных ценах на данном региональном рынке по товарам изучаемой потребительской товарной линии и оценке их потребительских свойств со стороны участников регионального рынка. Обработать эти данные и представить их в виде модели (9.1) следует с помощью методов математической статистики, в основном - регрессионно-корреляционного анализа.

2-й блок. Описание характеристик восьми сегментов рынка, потребляющего данный товар.

Это описание включает в себя, во-первых, упорядоченную последовательность сегментов рынка и их нумерацию, которая должна быть осуществлена по структуре таблицы 4. Как следует из выводов этой таблицы, отнесение сегмента к тому или иному номеру является принципиально важным для выбора соответствующей конкурентной стратегии.

Сегментирование рынка осуществляется по доходам потребителей, причем важно четко определить границы каждого из восьми сегментов.

Во-вторых, к важнейшей характеристике каждого сегмента следует отнести средний для сегмента коэффициент эластичности объемов по цене.

К третьей важнейшей характеристике каждого сегмента относится количество потребителей данного сегмента и средний уровень доходов в данном сегменте.

3-й блок. Уровень интенсивности конкурентной борьбы на рынке в зависимости от числа участников рынка.

Как было показано выше, интенсивность конкурентной борьбы определяется двумя составляющими, одной из которых является число и характеристика участников рынка. В общем случае экономическая теория выделяет девять типов рынка в зависимости от количества продавцов и покупателей на рынке. Для каждого из типов рынка соответствует свой уровень и особенности конкурентной борьбы - от чистой конкуренции до полного ее отсутствия.

Для определения уровня интенсивности именно таким образом следует определить доли и число участников рынка и по этим данным дать его характеристику. Расчетным коэффициентом, позволяющим определить формализованным путем уровень интенсивности конкурентной борьбы, является коэффициент, представляющий собой отношение математического ожидания рыночной доли на данном конкурентном рынке к максимальной доле на этом рынке:

(9.2)



При значениях данного показателя, близких к нулю, интенсивность конкуренции наивысшая, а при значениях показателя, близких к единице, интенсивность конкуренции минимальна, так как рынок жестко контролируется.

4-й блок. Этап жизненного цикла спроса на товар.

В зависимости от того, на каком этапе жизненного цикла спроса на товар находится региональный рынок, существенно меняется уровень интенсивности конкурентной борьбы на нем. Если спрос на товар только появился - это означает один уровень интенсивности конкурентной борьбы; если жизненный цикл спроса находится на этапе падения - уровень конкурентной борьбы совсем другой.

Для определения того, на каком именно этапе жизненного цикла спроса на товар находится рынок и последующего определения уровня интенсивности конкурентной борьбы, необходимо собрать данные о динамике потребления товара данной потребительской товарной линии. Анализ этих данных следует осуществлять в виде графика изменения объема спроса на товар во времени. Это - наиболее наглядный и эффективный способ определения этапа жизненного цикла спроса на товар.

Таким образом, региональная система информационного обеспечения конкурентоспособности представляет собой расчетные модели, описывающие потребительскую товарную линию; таблицы баз данных по восьми сегментам потребителей данной товарной линии; коэффициент, характеризующий степень мнополизированности рынка; график с изображением жизненного цикла спроса на товары данной потребительской товарной линии.

Эта система с одной стороны является вполне достаточной для принятия решения о работе на том или ином рынке в условиях конкуренции, а с другой стороны - является очень компактной и может использоваться в предпринимательской практике любой организации.

Конкуренция является важнейшим элементом рыночной экономики, обеспечивающим ее эффективное функционирование. В то же время, формы и методы конкурентной борьбы принимают самые разные оттенки, что зачастую приводит к необходимости государственного вмешательства и государственному контролю над конкуренцией.

Предприятия, которые предполагают выйти на конкретный региональный рынок с собственным товаром, готовы к конкуренции. При этом, конечно, было бы весьма кстати, если бы предприятие заранее знало и об уровне конкуренции на этом региональном рынке, и о том, какие конкурентные стратегии следует ему применить.

Для этого предприятие должно обладать соответствующей информацией, собрать и обработать которую на практике оказывается непросто.

Причиной тому - сложность такого явления как конкуренция и конкурентоспособность. Конкуренция каждого рынка определяется тем, насколько рынок монополизирован; насколько рынок развит; как реагируют потребители на товар и конкурентные стратегии. Центральным объектом конкуренции является товар, потребительские свойства которого принимаются или отталкиваются рынком.

Все эти обстоятельства привели к тому, что проблема разработки и реализации региональных систем информационного обеспечения конкурентоспособности продукции является насущной практической задачей современной экономики.

Здесь следует выделить несколько форм организации этих систем. Первая - информационная система предприятия, с помощью которой данное предприятие решает возникающие перед ним проблемы. Предложенная в данной работе система показателей, расчетных коэффициентов и баз данных позволяет построить информационную систему, функционирование которой будет осуществляться рационально - значительная часть показателей является агрегированной формой представления данных. В то же время, затраты на сбор, обработку, обновление и хранение информации в этой системе требуют значительных материальных, денежных и трудовых затрат. Поэтому иметь подобную информационную систему может себе позволить не каждое предприятие.

Вторая форма организации - информационная система региональных структур: статистических управлений; торгово-промышленных палат; комитетов администраций регионов. Эта форма организации, в отличие от первой, предусматривает возможность открытого платного использования информации со стороны любого желающего это сделать. Возможность концентрации усилий и специализации работы в данном направлении позволит такой форме организации региональной системы информационного обеспечения конкурентоспособности работать более эффективно. Затраты на функционирование данной системы при правильном её управлении будут разнесены за счет пользователей системы и не лягут тяжелым бременем на одну организацию. Кроме того, услугами такой информационной системы могут воспользоваться все желающие, в том числе и предприятия малого и среднего бизнеса, что следует признать общественно значимым явлением.

Конечно, предложенная в работе система далека от совершенства и представляет собой лишь очередной шаг в области разработки теории и практики конкуренции и конкурентной борьбы.

Cистема информационного обеспечения управления конкурентоспособностью

Теоретические выводы и предложения, сформулированные в предыдущих параграфах данной работы, позволяют сделать вывод о том, какого типа информация должна быть использована в региональных системах информационного обеспечения конкурентоспособности. Эта информация может быть представлена в виде отдельных блоков.

1-й блок. Описание потребительской товарной линии.

Потребительскую товарную линию следует описывать, используя комплексные числа. В общем случае модель потребительской товарной линии, описывающая всю номенклатуру товаров, удовлетворяющих определенную потребность (или их совокупность), будет иметь вид:

. (9.1)



Здесь Пи - потребительские свойства идеального товара,

П и Ц - потребительские свойства и цена конкретного товара,

i - мнимая единица.

Данное описание потребительский товарной линии рынка каждого конкретного региона позволяет определить при каких ценах какие потребительские свойства товара предпочитают потребители. Данная информация весьма важна для разработки и выбора конкурентных стратегий.

Для расчета модели следует собрать данные о равновесных ценах на данном региональном рынке по товарам изучаемой потребительской товарной линии и оценке их потребительских свойств со стороны участников регионального рынка. Обработать эти данные и представить их в виде модели (9.1) следует с помощью методов математической статистики, в основном - регрессионно-корреляционного анализа.

2-й блок. Описание характеристик восьми сегментов рынка, потребляющего данный товар.

Это описание включает в себя, во-первых, упорядоченную последовательность сегментов рынка и их нумерацию, которая должна быть осуществлена по структуре таблицы 4. Как следует из выводов этой таблицы, отнесение сегмента к тому или иному номеру является принципиально важным для выбора соответствующей конкурентной стратегии.

Сегментирование рынка осуществляется по доходам потребителей, причем важно четко определить границы каждого из восьми сегментов.

Во-вторых, к важнейшей характеристике каждого сегмента следует отнести средний для сегмента коэффициент эластичности объемов по цене.

К третьей важнейшей характеристике каждого сегмента относится количество потребителей данного сегмента и средний уровень доходов в данном сегменте.

3-й блок. Уровень интенсивности конкурентной борьбы на рынке в зависимости от числа участников рынка.

Как было показано выше, интенсивность конкурентной борьбы определяется двумя составляющими, одной из которых является число и характеристика участников рынка. В общем случае экономическая теория выделяет девять типов рынка в зависимости от количества продавцов и покупателей на рынке. Для каждого из типов рынка соответствует свой уровень и особенности конкурентной борьбы - от чистой конкуренции до полного ее отсутствия.

Для определения уровня интенсивности именно таким образом следует определить доли и число участников рынка и по этим данным дать его характеристику. Расчетным коэффициентом, позволяющим определить формализованным путем уровень интенсивности конкурентной борьбы, является коэффициент, представляющий собой отношение математического ожидания рыночной доли на данном конкурентном рынке к максимальной доле на этом рынке:

(9.2)



При значениях данного показателя, близких к нулю, интенсивность конкуренции наивысшая, а при значениях показателя, близких к единице, интенсивность конкуренции минимальна, так как рынок жестко контролируется.

4-й блок. Этап жизненного цикла спроса на товар.

В зависимости от того, на каком этапе жизненного цикла спроса на товар находится региональный рынок, существенно меняется уровень интенсивности конкурентной борьбы на нем. Если спрос на товар только появился - это означает один уровень интенсивности конкурентной борьбы; если жизненный цикл спроса находится на этапе падения - уровень конкурентной борьбы совсем другой.

Для определения того, на каком именно этапе жизненного цикла спроса на товар находится рынок и последующего определения уровня интенсивности конкурентной борьбы, необходимо собрать данные о динамике потребления товара данной потребительской товарной линии. Анализ этих данных следует осуществлять в виде графика изменения объема спроса на товар во времени. Это - наиболее наглядный и эффективный способ определения этапа жизненного цикла спроса на товар.

Таким образом, региональная система информационного обеспечения конкурентоспособности представляет собой расчетные модели, описывающие потребительскую товарную линию; таблицы баз данных по восьми сегментам потребителей данной товарной линии; коэффициент, характеризующий степень мнополизированности рынка; график с изображением жизненного цикла спроса на товары данной потребительской товарной линии.

Эта система с одной стороны является вполне достаточной для принятия решения о работе на том или ином рынке в условиях конкуренции, а с другой стороны - является очень компактной и может использоваться в предпринимательской практике любой организации.

Конкуренция является важнейшим элементом рыночной экономики, обеспечивающим ее эффективное функционирование. В то же время, формы и методы конкурентной борьбы принимают самые разные оттенки, что зачастую приводит к необходимости государственного вмешательства и государственному контролю над конкуренцией.

Предприятия, которые предполагают выйти на конкретный региональный рынок с собственным товаром, готовы к конкуренции. При этом, конечно, было бы весьма кстати, если бы предприятие заранее знало и об уровне конкуренции на этом региональном рынке, и о том, какие конкурентные стратегии следует ему применить.

Для этого предприятие должно обладать соответствующей информацией, собрать и обработать которую на практике оказывается непросто.

Причиной тому - сложность такого явления как конкуренция и конкурентоспособность. Конкуренция каждого рынка определяется тем, насколько рынок монополизирован; насколько рынок развит; как реагируют потребители на товар и конкурентные стратегии. Центральным объектом конкуренции является товар, потребительские свойства которого принимаются или отталкиваются рынком.

Все эти обстоятельства привели к тому, что проблема разработки и реализации региональных систем информационного обеспечения конкурентоспособности продукции является насущной практической задачей современной экономики.

Здесь следует выделить несколько форм организации этих систем. Первая - информационная система предприятия, с помощью которой данное предприятие решает возникающие перед ним проблемы. Предложенная в данной работе система показателей, расчетных коэффициентов и баз данных позволяет построить информационную систему, функционирование которой будет осуществляться рационально - значительная часть показателей является агрегированной формой представления данных. В то же время, затраты на сбор, обработку, обновление и хранение информации в этой системе требуют значительных материальных, денежных и трудовых затрат. Поэтому иметь подобную информационную систему может себе позволить не каждое предприятие.

Вторая форма организации - информационная система региональных структур: статистических управлений; торгово-промышленных палат; комитетов администраций регионов. Эта форма организации, в отличие от первой, предусматривает возможность открытого платного использования информации со стороны любого желающего это сделать. Возможность концентрации усилий и специализации работы в данном направлении позволит такой форме организации региональной системы информационного обеспечения конкурентоспособности работать более эффективно. Затраты на функционирование данной системы при правильном её управлении будут разнесены за счет пользователей системы и не лягут тяжелым бременем на одну организацию. Кроме того, услугами такой информационной системы могут воспользоваться все желающие, в том числе и предприятия малого и среднего бизнеса, что следует признать общественно значимым явлением.

Конечно, предложенная в работе система далека от совершенства и представляет собой лишь очередной шаг в области разработки теории и практики конкуренции и конкурентной борьбы.