

**Терехова Е.В.**

ст. преподаватель кафедры менеджмента в градостроительстве, архитектуре и искусстве института архитектуры и искусства Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону  
Ket-tere@bk.ru

## **МОНИТОРИНГ конкурентной среды**

Аннотация

*В статье рассматриваются теоретические аспекты предметной области мониторинга конкурентной среды.*

**М**ониторинг является универсальным инструментом получения актуальной и своевременной информации о состоянии рынка и возможностей изменения конкурентоспособности конкретного предприятия.

В целом категория мониторинга является многогранной и охватывает различные сферы жизнедеятельности и сектора экономики. Предметная область мониторинга охватывает как процессы, протекающие в обществе, политике, экономике, экологии, производстве, науке, рассматриваемых через призму отдельно взятых хозяйственных субъектов различных уровней управления (макро, мезо и микро), так и объекты, характеризующие данные процессы.

### **Конкурентная среда: сущность и определения**

Конкурентная среда формируется не только внутриотраслевыми конкурентами, производящими ана-

логичную продукцию и реализующими ее на одном и том же рынке. Субъектами конкурентной среды являются и те фирмы, которые могут войти на рынок, а также те, которые производят замещающий продукт. Кроме них на конкурентную среду организации оказывают влияние покупатели ее продукта и поставщики, которые, обладая силой к торгу, могут заметно ослабить позицию организации.

Формирование конкурентоспособности предприятия требует изучения состояния конкурентной среды.

По М. Портеру, конкурентная среда – это совокупность качественных и количественных показателей, характеризующих состояние развития конкуренции (6, 257).

Согласно Г.Л. Азоеву, конкурентная среда – это совокупность субъектов рынка и их отношений, складывающихся в ходе конкурентной борьбы и определяющих интенсивность конкуренции (1).

В работе С.С. Фирсенко и Л.В. Юшкова конкурентная среда – это относительно самостоятельная часть рыночной среды, представляющая собой совокупность сложившихся условий, в которых действуют производители одной специфической продукции и их отношений, складывающихся в определенный период времени по поводу соперничества за наилучшее приложение капитала (1).

### **Исследования товарных рынков**

Чтобы адаптировать представленные выше определения конкурентной среды к процессу формирования конкурентоспособности предприятия, предлагаем уточнить его. По мнению авторов, конкурентная среда – это составляющая рыночной среды, представляющая собой совокупность сложившихся ключевых условий конкуренции субъектов конкретного рынка.

Под ключевыми условиями конкуренции нами понимаются силы и факторы внешней среды предприятия, непосредственно затрагивающие конкурентоспособность хозяйствующих субъектов рынка.

В связи с этим мониторинг конкурентной среды – это диагностика ключевых условий конкуренции в данной среде, являющаяся результатом специально организованной и постоянно действующей системы наблюдения, анализа и прогноза ее функционирования, на основе сбора статистической и аналитической информации о состоянии конкурентной среды в конкретном периоде.

В научной литературе встречаются отдельные направления исследо-

вания товарного рынка с позиции формирования конкурентоспособности предприятий, действующих на нем. В частности, мониторинг товарных рынков как инструмент формирования конкурентных позиций предприятий, мониторинг конкурентной среды, мониторинг конкурентоспособности предприятия. В работах Т.Л. Бородко, Н.П. Беляцкого (3), Е.Л. Журавлевой (4) изложены основные этапы конъюнктурных исследований товарных рынков. По мнению данных авторов, мониторинг товарных рынков состоит из восьми последовательных этапов:

- 1) определение целей и направлений конъюнктурных исследований;
- 2) отбор источников информации;
- 3) сбор информации;
- 4) анализ информации;
- 5) составление обзора конъюнктуры;
- 6) прогнозные оценки конъюнктуры;
- 7) составление отчета о результатах;
- 8) использование полученных результатов.

Под конъюнктурными исследованиями авторы понимают мониторинг товарных рынков. Мониторинг товарных рынков представляет

МОНИТОРИНГ ЯВЛЯЕТСЯ  
УНИВЕРСАЛЬНЫМ  
ИНСТРУМЕНТОМ  
ПОЛУЧЕНИЯ АКТУАЛЬНОЙ  
И СВОЕВРЕМЕННОЙ  
ИНФОРМАЦИИ  
О СОСТОЯНИИ РЫНКА

собой систему мероприятий, позволяющих непрерывно следить за их конъюнктурой, регистрировать ее важнейшие характеристики, оценивать их, оперативно выявлять результаты воздействия на характеристики рынка различных процессов и факторов (4).

### **Мониторинг отраслевой конкурентной среды**

Концептуальные основы мониторинга конкурентной среды изложены А.В. Березкиной в работе, базисом которой является стратегическая ориентация на формирование конкурентных преимуществ. Основными частями мониторинга конкурентной среды выступает мониторинг конкурентной структуры отрасли, маркетинговой микросреды предприятия и деятельности непосредственных конкурентов. Мониторинг отраслевой конкурентной среды автор (2, с. 52) предлагает выполнять с помощью модели пяти конкурентных сил, предложенной М. Портером. Данный подход позволяет определить предельный

потенциал прибыли и конкурентную структуру отрасли.

Исследование конкурентной структуры согласно модели М. Портера дает полное, системное представление о состоянии в целом отраслевого рынка. Но при этом модель предполагает длительный временной период сбора и анализа данных, требует привлечения значительных человеческих ресурсов, а также ощутимых финансовых вложений.

В этой связи представляется нецелесообразным включение данного анализа непосредственно в программу мониторинга конкурентной среды. Подобный анализ, безусловно, очень важен и необходим. Однако периодичность его проведения – минимум через каждые два-три года. Мониторинг же предполагает систематическое отслеживание ситуации в конкурентной среде и носит регулярный характер.

### **Мониторинг конкурентоспособности предприятия**

В работе Е.И. Козловой (5) рассматривается содержание мониторинга конкурентоспособности предприятия, состоящего из SWOT-анализа<sup>1</sup> и анализа конкурентоспособности предприятия. Последний включает обобщенные данные мониторинга макросреды предприятий, мониторинга привле-

#### **Ключевые слова:**

мониторинг конкурентной среды,  
состояние рынка,  
конкурентоспособность  
предприятия,  
конкурентные силы,  
товарные рынки

#### **Keywords:**

monitoring of competitive environment,  
state of market,  
enterprise's competitiveness,  
competitive forces,  
commodity markets

<sup>1</sup> SWOT-анализ – изучение сильных (strengths), слабых (weaknesses) сторон предприятия, а также рыночных возможностей (opportunities) и угроз (threats) – прим. ред.

кательности отрасли, мониторинга микросреды предприятия, мониторинга внутренней среды предприятий. Согласно автору (5, с. 45) эффективная система мониторинга конкурентоспособности предприятия должна включать исследования в рамках всех выделенных компонентов мониторинга.

Такое широкомасштабное исследование не под силу отдельному предприятию. Поэтому автор, ссылаясь на зарубежный опыт отраслевого управления, предлагает компоненты «мониторинг внешней макросреды» и «мониторинг привлекательности отрасли» осуществлять на уровне отраслевых ассоциаций и/или профессиональных объединений предприятий отрасли. А остальные компоненты мониторинга конкурентоспособности можно выполнять силами самого предприятия ввиду их уникальности для условий конкретной организации.

...конкурентная среда –

это составляющая

рыночной среды,

представляющая

совокупность

сложившихся

ключевых условий

конкуренции

субъектов конкретного

рынка

мониторинг предполагает

систематическое

отслеживание ситуации

в конкурентной среде

и носит регулярный

характер

Мониторинг конкурентной среды является важнейшей составляющей мониторинга конкурентоспособности предприятия. Однако в методике Е.И. Козловой данный мониторинг распределен по различным компонентам мониторинга конкурентоспособности предприятия. В частности, его элементы содержатся в мониторинге привлекательности отрасли, а также частично в мониторинге микросреды и макросреды предприятия. Все это нарушает целостность важнейшей составляющей процесса формирования конкурентоспособности предприятия – мониторинга конкурентной среды.

На наш взгляд, мониторинг конкурентной среды с точки зрения технологии его проведения ближе всего к мониторингу товарных рынков. Между тем, у него есть существенные особенности, поскольку он призван отслеживать не все параметры рынка, а только ключевые условия конкуренции на нем.

Для оценки состояния конкурентной среды конкретного товарного рынка необходимо определить:

– его продуктовые и географические границы;

мониторинг  
конкурентной среды  
является важнейшей  
составляющей  
мониторинга  
конкурентоспособности  
предприятия

- структуру и состав субъектов рынка (число и состав продавцов и покупателей);
- рыночный потенциал, доли хозяйствующих субъектов, объем товарного предложения (в стоимостном и натуральном выражении);
- уровень и динамику цен;
- барьеры входа и т.п.

#### Литература

1. Александрова Ю.Ю. Современное содержание механизма конку-

- ренции. // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 1 (21).
2. Березкина А.В. Концептуальные основы мониторинга конкурентной среды. // Маркетинг. – 2005. – № 1 (80). – С. 51–59.
3. Бородко Т.Л., Беляцкий Н.П. Мониторинг товарных рынков. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 5. – С. 74–80.
4. Журавлева Е.Л. Мониторинг товарных рынков как инструмент повышения конкурентных позиций предприятия. (Электронный ресурс). – Режим доступа: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Mtip/2008\\_14/zuravleva.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/2008_14/zuravleva.pdf).
5. Козлова Е.И. Стратегические аспекты управления конкурентоспособностью предприятия: логистический подход. Дисс. канд. экон. наук. – Ростов-на-Дону. – 179с.
6. Портер М.. Международная конкуренция. / Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

рп

#### **Terekhova E. V.**

*Senior lecturer, Chair of Management in Town-planning, Architecture and Arts, Institute of Architecture and Arts, Southern Federal University, Rostov-on-Don*

#### **Monitoring the competitive environment**

Abstract

The article considers theoretical aspects of monitoring the competitive environment.