

Конкурентная разведка - механизм корректировки стратегии компании в процессе формирования инвестиционной привлекательности региона

Автор

© Диана Магомедова, 2011

Вопрос повышения инвестиционного имиджа и конкурентоспособности важен для всех регионов и компаний, участвующих в экономической жизни и стремящихся к успеху и рентабельности деятельности. Эта проблема обостряется в условиях ужесточения конкурентной борьбы и усложнения бизнес-отношений, которые часто принимают жесткие формы (причем по прогнозам многих специалистов эта тенденция в будущем будет только усиливаться).

Задача повышения конкурентоспособности особо актуализируется для российских предпринимателей в связи с интеграцией России в мировую экономику, со вступлением в ВТО, что приведет к значительному обострению борьбы со стороны не только отечественных, но и зарубежных конкурентов. В таком положении сохранить или повысить уровень конкурентоспособности очень сложно, особенно если не пытаться подготовиться к этому заранее. Все это вынуждает предпринимателей соответствовать жестким требованиям, предъявляемым современной экономикой, а так же вызывает необходимость поиска новых форм конкурентных преимуществ и пересмотра конкурентных методов и стратегий. Поэтому возникает потребность в максимально полной эксплуатации всех имеющихся ресурсов, сохранения существующих, а также усиления и реализации новых.

Экономическое и социальное развитие региона во многом обуславливается наличием конкурентных преимуществ и привлекательности региона для инвесторов, что рассматривается как один из аспектов конкурентоспособности. Несмотря на то, что регионы, будучи субъектами конкуренции, имеют в определенной степени сходные интересы и цели (обладание конкурентными преимуществами, устойчивой конкурентной позицией), в современных условиях борьбы за инвести-

ции как внутренних, так и зарубежных инвесторов, регионы по-разному используют имеющийся потенциал. В зависимости от эффективности этого использования, они обладают разной способностью открывать и удерживать конкурентные преимущества.

Инвестиционный климат и имидж региона напрямую зависит от конкурентоспособности компаний функционирующих на его территории (особенно крупных). И наоборот: конкурентоспособность отдельных хозяйствующих субъектов непосредственно зависит от инвестиционной привлекательности региона. Поэтому для региональной власти первоочередная задача заключается в максимизации возможностей для инвестирования непосредственно в регион – с одной стороны, и в повышении конкурентоспособности предприятий внутри региона – с другой.

Для достижения этого необходимо рассматривать (соответственно стратегии развития): *экономические* (тенденции в экономическом развитии региона); *политические* (поляризация политических симпатий населения); *социальные* (уровень социальной напряженности) и другие процессы, происходящие в регионе. Мониторинг перечисленных процессов соответствует задачам стоящим перед конкурентной разведкой (КР), которая изначально ориентирована на реализацию возможностей, стратегических целей бизнеса и достижение конкурентных преимуществ, путем удовлетворения информационных потребностей.

Поскольку информационные потребности обуславливаются в первую очередь объективными характеристиками профессиональной деятельности специалиста (в том числе содержанием, структурой повседневной работы индивида), каждой целевой группе необходима специфическая информация, интересующая их непосредственно и относящаяся к области их конкретной профессиональной деятельности. Состоя-

ТЕМЫ "АНАЛИТИКА"

- ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА
- НКО И ВЛАСТЬ
- ОБРАЗ ЖИЗНИ
- ПРОПАГАНДА
- МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ
- ОБРАЗОВАНИЕ

Эта статья является частью результатов исследований специалистов Центра «Аналитик».

© АНО ЦЕНТР «АНАЛИТИК» 2011

ние внешней среды определяет, какие способы выработки информации являются наиболее подходящими.

Деятельность управляющих высшего звена по стратегическому планированию связана в первую очередь с вопросами будущего взаимодействия организации с окружающей средой. Таким образом, данная группа должна быть обеспечена информацией в большей степени из внешних источников, которая не обладает свойствами детальности и точности.

Что касается управляющих высшего, и среднего звена, которые выполняют управленческий контроль, им необходима информация, как из внутренних, так и из внешних источников. Следовательно, для этой группы имеет большое значение своевременность предоставляемой информации, которая должна быть более детальной и четкой, так как временные рамки принимаемых решений здесь более ограничены.

Информация для целей оперативного контроля, функции которого касаются повседневной деятельности, должна обладать характеристиками максимальной точности и узконаправленности. Характерно, что используемые в данном случае источники – почти исключительно внутренние.

На основе перечисленных потребностей, можно выделить следующие виды разведывательной информации:

1. Стратегическая информация: представляет собой совокупность фактов и выводных аналитических данных, позволяющих сделать заключения относительно основных аспектов движущих сил и

тенденций в сегменте рыночной деятельности, а также определять и обеспечивать в информационном плане пути (стратегии) достижения намеченных стратегических целей.

2. Оперативная информация: чаще касается незапланированных и внезапных событий и предназначена для решения внезапно возникающих проблем и задач в ходе повседневной деятельности фирмы. Данный вид разведывательной информации касается предпринимательских рисков, требующих быстрого, оперативного и грамотного реагирования

3. Tактическая информация: представляет собой информацию о конкретных текущих событиях и фактах [1].

Давая возможность владеть необходимой всесторонней информацией (даже латентной), КР позволяет прогнозировать развитие рынка, выявлять риски, барьеры и возможности с целью использования результатов в качестве основы для принятия управленческих решений. Исходя из вышесказанного, невозможно отрицать, что наличие грамотной организации информационно-аналитической работы (КР) становится определяющим фактором эффективной деятельности, как отдельных предприятий, так и региона в целом. ▲

Сноски

1. См.: Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки. – М.: Ось-89, 2008. С.143-145

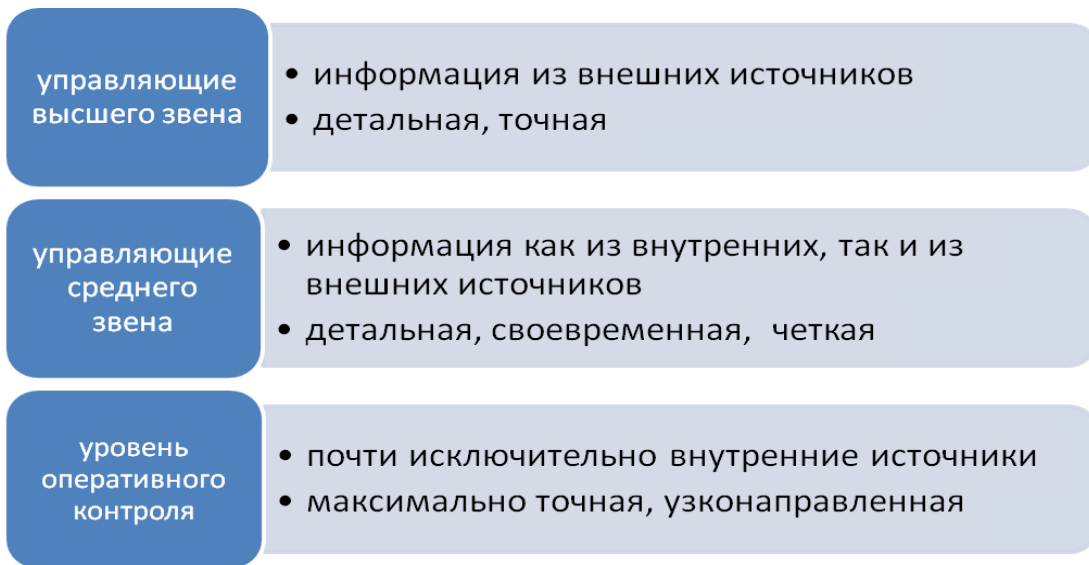


Рис 1. Информационные потребности

исследовательский центр
АНАЛИТИК

АНО Центр «Аналитик» является исследовательской некоммерческой организацией, задачей которой является объективный анализ информационных технологий и процессов. Наша деятельность ориентирована на выработку эффективных решений в сфере управления информационной политикой в экономическом и правительственном секторах.