

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Цукерблат Д. М. (ГПНТБ СО РАН)

Эффективность стратегии деятельности предприятия, реализация его целей зависит от качества информации, на основе которой эта стратегия развивается. Поэтому основной задачей является создание и поддержание системы информации, обеспечивающей оперативное поступление достоверных сведений, необходимых для успешной деятельности предприятий различных форм собственности.

Деловая информация должна освещать вопросы спроса на определенные товары, содержать характеристики возможных конкурентов, а также внешних условий (инфраструктура, уровень развития, правовые и экономические требования и т.д.). Весьма важно, чтобы наряду с количественными оценками в предоставляемой информации содержались также качественные характеристики. Особенно ценны сведения прогнозного характера, дающие представления о намечающихся структурных изменениях и новых тенденциях, имеющих принципиальное значение для выработки стратегии маркетинга конкретного предприятия, фирмы, компании.

В Государственной публичной научно-технической библиотеке СО РАН (ГПНТБ СО РАН) составной частью фонда является информация об отечественных и зарубежных фирмах. Понятием «фирменная информация» будем обозначать информацию о фирмах, выпускающих продукцию, аналогичную продукции рассматриваемого предприятия, или фирмах, конкурирующих с данным предприятием в какой-либо из сфер деятельности на рынке. Порядок накопления фирменной информации и ее систематизация определяются целями, поставленными различными предприятиями по двум направлениям:

1. Сбор, обработка, накопление фирменной информации о технической стороне исследуемых объектов (продукции фирм конкурентов) в интересах обеспечения НИР и ОКР, проводимых на предприятиях.

2. Сбор, обработка и накопление фирменной информации, касающейся проблем конкурентоспособности рассматриваемых объектов, конъюнктуры рынка, ценообразования, т.е. проблем непосредственно связанных с маркетинговыми решениями.

Потребителям для своевременного получения достаточно полной картины о новых разработках необходимо проводить системный анализ всех видов источников информации. Применение методики системного анализа, сочетающего определение общих тенденций развития предприятия и ее место в структуре производства данного вида продукции, изучение ее НИОКР, производственной и коммерческой деятельности, приемов патентно-конъюнктурного анализа и прогнозных исследований, позволяет, постепенно продвигаясь по цепочке «направление-проблема-НИР-продукт-производство-применение-эффект», выявить наиболее значительные разработки предприятия, определить степень их завершенности, сроки внедрения, выход на рынок, возможный сегмент рынка. В процессе обслуживания читателей библиотекарь рекомендует источники информации, позволяющие произвести сравнения технических характеристик продукции и технологии ее производства одной фирмы с аналогичными характеристиками других фирм. В результате это позволяет потребителю установить уровень разработки, оценить её шансы на рынке. При этом удается выделить одну или несколько фирм-лидеров, выпускающих определенный вид продукции, как по качеству изделия, так и по месту, занимаемому на рынке.

Изучение фирм является одной из важнейших задач маркетингового исследования. Изучаемые фирмы обычно подразделяются на три группы: действующая клиентура (контрагенты), предполагаемая (потенциальная) клиентура и конкуренты. Выявленная информация о фирме, представляющая интерес для потребителя заносится в банк данных или в соответствующий раздел картотеки (либо досье), которые ведутся на предприятии. По каждой интересующей фирме собираются сведения по следующим двум направлениям:

- статистические показатели, характеризующие экономическое и финансовое положение фирмы, эффективность ее производственно-сбытовой деятельности, конкурентоспособность на рынке;

- данные о характере и масштабах деятельности фирмы, ее месте и роли на мировом рынке, об организации управления, хозяйственных и финансовых связях фирмы.

В целях предоставления необходимой потребителю информации сотрудники библиотеки рекомендуют источники, содержащие перечень общих сведений о фирме:

- наименование фирмы (дается на иностранном языке и в скобках на русском языке), адрес фирмы, страна регистрации, номер телефона, электронный адрес;

- величина акционерного капитала, активы, оборот (продажи), число занятых, место в списке ведущих компаний своей страны и место среди крупнейших компаний мира;

- вид хозяйственной деятельности (промышленная, торговая, транспортно-экспедиторская, инжиниринговая и т.д.);

- характер собственности (частная, государственная, кооперативная);

- правовое положение (акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, полное или коммандитное товарищество, единоличная фирма);

- принадлежность фирмы по капиталу и контролю (национальная, иностранная, смешанная);

- история образования и особенности развития фирмы (год создания, основные слияния, поглощения, изменения наименования);

- тип монополистического объединения, в которое входит фирма, и ее положение в нем (материнская компания, филиал, дочерняя, ассоциированная компания; для дочерних и других указывается наименование материнской компании);

- номенклатура выпускаемой или реализуемой продукции (основные товары или группы товаров), направления специализации, номенклатура экспорта и импорта, место фирмы на мировом капиталистическом рынке по важнейшим выпускаемым товарам; удельный вес в национальном (мировом) производстве (торговле) основными товарами, доля в экспорте и импорте страны;

- значение и характер внешнеэкономической деятельности фирмы (число заграничных дочерних компаний, в том числе производственных, их местоположение, виды деятельности); значение (доля) экспорта из страны производства в деятельности фирмы (в целом и по важнейшим товарам), значение импортных операций в деятельности фирмы, их географическая направленность;

- производственная и материально-техническая база фирмы (число и местоположение производственных предприятий и их мощность, число сбытовых предприятий, складов и станций технического обслуживания, их местоположение);

- важнейшие фирмы-контрагенты и фирмы-конкуренты по основным видам выпускаемой или реализуемой продукции;

- производственно-технические и другие хозяйственные связи с другими фирмами (указываются наименование фирм и формы связей);

- структура аппарата управления фирмы (численный состав Совета директоров и Правления), название производственных отделений, закрепленная за ними номенклатура продукции, степень хозяйственной самостоятельности и ответственности;

- акционерный капитал, его распределение между собственниками акций, контрольный пакет акций, его принадлежность и владельцы;

- связи фирмы с банками и характер этих связей.

Для изучения деятельности различных фирм ГПНТБ СО РАН предоставляет потребителю различные источники информации, являющиеся составной частью сформированного фонда.

Наиболее доступной является периодическая печать, публикующая специализированную информацию о фирмах, здесь содержится довольно много сведений о текущей деятельности фирм. Наиболее обобщенная и подробная информация

публикуется в американском журнале „Фортуна“ ("Fortune": <http://money.cnn.com/magazines/fortune/>). Этот журнал ежегодно публикует сводные таблицы по 500 американским и 500 внеамериканским фирмам, в которых проводится ранжирование фирм по объемам продаж с указанием их принадлежности к отрасли производства и стране. Приводятся данные об оборотах, активах, прибыли, числе занятых на фирмах. В некоторых экономических и отраслевых журналах публикуются краткие годовые отчеты наиболее крупных фирм, а также сведения об их текущей деятельности. В качестве примера можно назвать иностранные журналы, поступающие в фонд ГПНТБ СО РАН:

- Business Korea: economica trade review. – Seul: Korea Trade Investment Promotion Corp. – Перевод заглавия: Деловая Корея. – Выходит ежемесячно.

- Georgetown Journal of International Law / by Georgetown univ.law center. – Washington: Georgetown univ.law center.- Перевод заглавия: Джорджтаунский журнал международного права. – Выходит ежеквартально. Сведения об изменении издания: Настоящее издание в 2004 г. переименовано из Law and Policy in International Business.

- Journal of Business and Technical Communications. – Thousand Oaks : Sage. – Перевод заглавия: Бизнес и технические средства сообщения. – Выходит ежеквартально.

Существенную роль играет информация, публикуемая в виде отдельных выпусков или приложений к отечественным экономическим журналам и газетам о деятельности крупных национальных фирм. Наиболее известные журналы центральных издательств: «Банковское обозрение для бизнеса», «Безопасность бизнеса», «Бизнес в законе», «Бизнес в России – деловые люди», «Бизнес-журнал», «Бизнесконсультант: налоги, право, экономика». Значительное количество журналов адресовано специалистам конкретной отрасли: «Аптечный бизнес», «Гостиница и ресторан: бизнес и управление», «Нефть, газ и бизнес», «Общепит: бизнес и искусство», «Страховой бизнес», «Финансы и бизнес», «Химия и бизнес», «Электроника: наука, технология, бизнес» и др.

Многие газеты на экономической полосе публикуют не только выдержки из годовых отчетов фирм, но и многочисленные сведения, касающиеся выпуска отдельных видов продукции, капиталовложений, состояния заказов, экспортных сделок, покупки акций других фирм, слияний и поглощений фирм, положения с занятостью, назначений и перемещений должностных лиц и т.д. Информацию оперативного характера представляют материалы, публикуемые в следующих газетах: «Ведомости» - Сибирский выпуск, раздел «Компании и рынки»; «Российская газета», рубрика «Информация»; «Коммерсант», рубрика «Деловые новости» и тематическое приложение «Металлургия»; «Континент Сибирь», рубрика «Бизнес»; «Российская бизнес-газета», рубрика «Отрасли» и два приложения: «Бизнес и власть», «Промышленное обозрение»; «Промышленный еженедельник», рубрика «Фондовый рынок»; международный компьютерный еженедельник - «Computerworld РОССИЯ», в приложении «Индустрия», рубрика «Компании»; «Экономика и жизнь», рубрика «Отрасль» и др.

Наибольшее значение по объему информации представляют годовые отчеты о деятельности фирм. Они составляются к ежегодному собранию акционеров и утверждаются Советом директоров. В годовых отчетах дается относительно полная характеристика деятельности фирмы в целом и ее производственных отделений за истекший финансовый год, включая результаты производственной и торговой деятельности, размеры капиталовложений, расходы на научные исследования, общее число занятых. Иногда годовой отчет содержит ряд производственных и финансовых показателей деятельности фирмы за последние 5-10 лет. В отчете обычно приводится также полный состав Правления и Совета директоров (Наблюдательного совета фирмы). Отчеты часто не ограничиваются характеристикой деятельности только данной фирмы. Некоторые крупные компании выпускают отчеты, содержащие богатый фактический материал по отрасли в целом. Во многих странах годовые отчеты публикуются также в общественной и отраслевой периодике. Например, в ФРГ – в журнале “Stahl und Eisen”, в

Великобритании – в газете “Financial Times”, в Японии – в журнале “Oriental Economist Report & Alert”.

В фонде ГПНТБ СО РАН в качестве самостоятельного раздела фонда деловой информации накапливаются проспекты фирм, которые содержат подробную характеристику производственной деятельности фирмы в целом и ее отдельных предприятий, описание технологических процессов и новых технических достижений. В них публикуются материалы об истории развития фирмы, ее связях с другими фирмами, составе правления, балансовый отчет или отдельные показатели финансовой деятельности фирмы и т.д.

Фирмы практикуют издание каталогов, в которых размещают информацию о выпускаемой продукции, её технических характеристиках по всей номенклатуре или выборочно. Каталоги могут быть предназначены для почтовой торговли. Выставочные и ярмарочные каталоги содержат информацию о фирмах, принимающих участие в данной выставке или ярмарке. Иногда они приводят краткие общие сведения о фирмах и детальную характеристику выпускаемой ими продукции. Производителями такой информации являются специализированные организации: кредитно-справочные бюро, союзы предпринимателей, торгово-промышленные палаты, консультационные фирмы, государственные организации. В данном случае можно рекомендовать обращение к ведущему в мире источнику коммерческой информации «Dun & Bradstreet»: <http://www.dnb.com/about-dnb/14881789-1.html>. Глобальная база данных «D&B» содержит и обрабатывает информацию о более 204 миллионах компаний различных стран мира: адресная и статистическая информация по зарубежным предприятиям, финансовые отчеты фирм, экономические обзоры по странам, информация в области управления рисками и пр. Информацию о фирмах можно получить также в международных экономических организациях системы ООН. Например, Вестник ООН по промышленному развитию «ЮНИДО в России»: <http://www.unido-russia.ru>. Основная цель издания – информационная поддержка проектов и деятельности ЮНИДО, которая направлена на привлечение в нашу страну иностранных технологий и инвестиций, связанных с модернизацией российской промышленности и экономики, на продвижение российских технологий в другие страны, помощь в размещении средств российских инвесторов за рубежом.

Выходя на рынок конкретного вида продукции, потребители обращаются к специальным справочникам, которые содержат систематизированную информацию о промышленных, торговых, транспортных, страховых и других видах фирм, а также о банках, инвестиционных трестах, компаниях по предоставлению коммунальных услуг и т.д. Сведения, помещаемые в справочниках, черпаются исключительно из опубликованных материалов и содержат только ту информацию, которую сами фирмы считают нужным довести до общего сведения. В зависимости от характера и объема публикуемой информации справочники по фирмам (как международные, так и национальные) можно разделить на следующие виды: товаро-фирменные, адресные, по акционерным обществам, общефирменные, отраслевые, о финансовых связях между фирмами. Особо следует выделить директорские и биографические справочники, публикующие сведения о представителях делового мира, на основе которых в частности можно установить связи между отдельными фирмами.

Товаро-фирменные справочники, БД могут оказаться эффективными источниками при поиске фирм, относящихся к различным отраслям одной страны (национальные) или широкого круга стран (международные). Сведения даются в лаконичной форме: название фирмы, адрес, характер деятельности. По каждому товару в алфавитном порядке перечисляются фирмы, занимающиеся его производством или торговлей. Наименования товаров и товарных групп также расположены по алфавиту. Обычно в товаро-фирменных справочниках имеется раздел, где все фирмы перечисляются в алфавитном порядке

независимо от их специализации. Из товаро-фирменных справочников наибольшую известность имеют следующие справочники:

«ThomasNet» - бесплатная подробная адресная БД американских компаний, включающая более 67 000 наименований товаров и услуг, представленных в разбивке по товарным группам: химия, производство товаров народного потребления, электроника, оборудование, перерабатывающее производство, различные виды услуг и пр.: <http://www.thomasnet.com/>.

«Kompass» – международная информационная B2B поисковая система содержит информацию о 3 млн компаний 60 стран мира с классификатором по 57 000 позиций товаров и услуг, 1 млн торговых марок и имен, 5 млн должностных лиц: <http://ru.kompass.com>.

Кроме того, отмечен интерес потребителей к работе с общефирменными справочниками, содержащими сведения о фирмах существующих в любых юридических формах, в том числе обществах с ограниченной ответственностью, коммандитных товариществах, единоличных предприятиях и т.д., которые согласно своему правовому положению не обязаны публиковать отчеты о своей деятельности. Эти справочники приводят данные о характере деятельности предприятия, номенклатуре производимой продукции, указывают год основания фирмы, размер капитала, персональный состав руководящих органов, количество занятых, иногда перечень производственных предприятий. Большинство справочников этой группы помещает также товарные и отраслевые списки которые даются на нескольких языках.

В нашей стране накоплен значительный опыт обращения к информации, предоставляемой агентством «Moody's» (<http://www.moody.com/>), занимающимся присвоением кредитных рейтингов, исследованиями и анализом рынков. Агентство издает также «Справочник Муди» (Moody's Manuals), состоящий из отдельных томов, таких как «Муниципальные и правительственные ценные бумаги», «Акции банков и финансовых компаний», «Акции промышленных компаний» и др.: http://mirslovarei.com/content_eco/AGENTSTVO-MUDI-PO-OBSLUZHIVANIJU-INVESTOROV-68020.html. Наиболее известен ежегодно издаваемый в США «Moody's Industrial Manual», содержащий сведения о промышленных фирмах США и других стран, акции которых котируются на американских фондовых биржах. В этом справочнике приводятся данные об изменениях в наименовании фирмы, поглощениях, производственной деятельности и производственных мощностях, затратах на капиталовложения, расходах на проведение научно-исследовательских работ, перечень основных дочерних компаний, действующих в США и других странах, статистические данные о производстве продукции и ряд других сведений. В справочнике публикуется финансовая отчетность фирм: баланс, счет прибылей и убытков, счет поступления и расходования средств. Общеизвестен международный справочник по акционерным компаниям «Moody's International Manual», охватывающий более 55 тыс. фирм почти 100 стран.

Большинство представителей бизнеса заинтересованы в информации о фирмах, специализирующихся в определенных отраслях народного хозяйства. Среди отраслевых справочников (Интернет-проекта «АСУ-импульс») - «Химическая промышленность России и СНГ», в котором содержится адресная информация о предприятиях-производителях и компаниях, занимающихся оптовой продажей химической продукции: <http://chemicalindustry.ru/>.

На основе сведений, приводимых в отраслевых справочниках, можно более полно и точно установить круг фирм, действующих в данной отрасли, и получить подробные сведения об их производственной деятельности. В таких справочниках обычно публикуется информация в виде целого ряда различных списков, например, фирм, выпускающих отдельные товары, или фирм, поставляющих сырье и оборудование для определенной отрасли и т.п. В некоторых справочниках публикуются перечни союзов

предпринимателей, различных ассоциаций и научно-исследовательских учреждений, действующих в отдельных отраслях. Число отраслевых справочников, выпускаемых в капиталистических странах, очень велико.

Задача справочников о персональных связях (директорских справочников) - дать возможность установить связи между фирмами на основе участия одного лица или группы лиц в руководящих органах различных фирм. Справочники этого типа помещают в алфавитном порядке фамилии руководителей и владельцев компаний, указывая, в правления каких фирм, банков или ассоциаций они входят. Эти справочники издаются отдельными выпусками или включаются в справочники других типов в виде приложений.

Использование биографических справочников позволяет получить краткие сведения о политических, общественных деятелях и представителях делового мира. Справочники издаются отдельными выпусками или в виде самостоятельных разделов в других справочниках. Наибольшую известность приобрела серия "Who's Who", издаваемая в большинстве капиталистических стран. Справочник содержит (в алфавитном порядке) фамилии и имена известных лиц - государственных деятелей, деятелей науки и культуры, деловых людей с краткими биографическими данными: дата рождения, образование, род деятельности, занимаемые должности, опубликованные работы, звания, награды, членство в клубах, любимые занятия на отдыхе, адрес. В фонде ГПНТБ СО РАН представлено свыше 150 п.ед. справочных изданий под заглавием WHO's WHO /Кто есть кто/: в мире, Европе, Австралии, Америке, Германии, Индии, Канаде, Китае, России, Югославии и др. странах. Они подразделяются на издания универсального содержания и отраслевые.

В том числе:

- на иностранных языках – 80 названий;
- на русском – свыше 70 названий.

Если потребителю необходимо узнать реквизиты фирм, библиотека предлагает адресные справочники. Наиболее известные из них: «Тельюропе» («Teleurope»), выпускаемый в ФРГ, и «Марконис интернэшнл реджистер» («Marconis International Register»), издаваемый в Англии, а также «Желтые страницы» («Yellow Pages»), телефонный справочник со сведениями о предприятиях и организациях по различным странам мира: «Yellow Pages Directory» (USA): <http://www.yellow.com/>, <http://www.theyellowpages.com/>; «Yellow Pages» (Canada) : <http://www.yellowpages.ca/>; «Желтые страницы России» - региональный бизнес-справочник предприятий: телефоны, почтовые адреса, информация о деятельности более чем 1 100 000 компаний России: <http://www.ypag.ru/yellow-pages/> и др.

Наиболее полное представление о фирмах, существующих только в форме акционерных обществ, дают справочники по акционерным обществам. На основе публикуемых акционерными обществами балансов, счетов прибылей и убытков, годовых отчетов справочники этого типа приводят наиболее подробную информацию о фирмах. Публикуемые в этих справочниках сведения включают кроме общих данных о фирме такие, например, как сведения о номенклатуре выпускаемой продукции, характеристике производственных предприятий, объеме производства, оборотах по продаже продукции, размерах капиталовложений. В некоторых справочниках этого типа существует приложение, в котором приводятся сведения об участии представителей руководящих органов фирм в различных компаниях (с указанием занимаемого положения).

Рынок товаров повседневного спроса в России быстро взростает, и вместе с ним должны взростать и его участники. Но сегодня многие компании просто не успевают за темпом изменений, и скоро окажется, что они не соответствуют запросам потребителей. Но тех, кто готов изменяться и идти в ногу со временем, ждет большое будущее. За последние 10-15 лет на рынке товаров повседневного спроса в России произошли значительные изменения. Время серых, низкосортных «совковых» продуктов и непривлекательных потребителей безвозвратно ушло, и теперь Россия живет совсем в другом мире: в этом отношении она мало отличается от развитых стран. Перемены, которые мы

наблюдали здесь, коснулись всех основных составляющих рынка товаров повседневного спроса:

- Потребительский ландшафт преобразился с точки зрения сегментации по уровню доходов и покупательной способности, географической концентрации благосостояния, разборчивости потребителей, дифференциации их нужд и предпочтений.

- Изменились категории товаров и их производители; многие рынки сейчас довольно сильно консолидированы, и на них начинают доминировать транснациональные корпорации; в некоторых товарных категориях бешеные темпы роста предыдущих лет уже замедлились и наступает спад.

- Самые глубокие изменения, пожалуй, произошли в розничной торговле и методах вывода товаров на рынок: в огромном количестве открываются новые магазины, появляются новые форматы; чтобы повысить качество и увеличить объем обслуживания, розница реструктурирует и консолидирует каналы дистрибуции. Разумеется, все эти тенденции оказывают и будут оказывать огромное воздействие на функционирование рынка товаров повседневного спроса, на то, кто и за счет чего преуспеет на нем, как приспособятся к изменениям отрасли.

При проведении различных исследований все более важную роль играют современные информационные системы и, прежде всего, информационные ресурсы Интернета. Следует отметить, что при использовании документов из Интернета можно усомниться в достоверности. Современные технологии позволяют изменять предоставленные в сети страницы. В то же время, полученные сведения из источников на бумажном носителе, сформированных в библиотеках, также нуждаются в переосмыслении, поскольку помещенная там информация устаревает, и материал претерпевает постоянные изменения. Поэтому важно владеть разными поисковыми стратегиями и понимать возможные последствия их использования.

Разные категории потребителей находят здесь свои пути адаптации к сложившейся ситуации. Пользователи малых и средних предприятий, не располагающие возможностью обращения к коммерческим БД, предпочитают поиск по фондам деловой информации в библиотеках, а также обращаются к бесплатным службам Интернета. Такая стратегия поиска полезна для исходной оценки имеющихся данных. Однако, когда возникает необходимость принятия ответственных решений, целесообразно использование более надежных БД коммерческих служб.

Таким образом, при комплексном использовании различных видов справочников можно получить систематизированные сведения об истории компании, её производственной базе, результатах производственной и торговой деятельности, составе Правления и Наблюдательного совета, о персональных связях руководителей компании. Справочники помогают установить правильное название фирмы, её почтовый, телефонный и электронный адрес. По справочникам можно выяснить, какие фирмы производят, продают или покупают тот или иной товар.

Опытные потребители обращаются к навигатору «Бизнеслоция», который создан в ГПНТБ СО РАН, с тем, чтобы наиболее результативно использовать весь доступный им арсенал информационных ресурсов, сформированный на бумажном и электронном носителе. Комплексное использование современных телекоммуникационных возможностей будет, несомненно, способствовать более эффективному выполнению задачи информационного обеспечения конкурентоспособности предпринимательства.