

Список використаних джерел

1. Фаминский И.П. Глобализация — новое качество мировой экономики. - М.: Инфра - М, 2010.- 420 с.
2. Філіпенко А.С. Економічна глобалізація / А.С. Філіпенко. — К.: ВПЦ «Київський університет», 2009. - 543 с.
3. Кваснюк Б.Є. Конкурентоспроможність національної економіки./ Б.Є. Кваснюк - К.: 2005. - 385 с.
4. Остапенко Т. Міжнародний обмін технологіями у формуванні конкурентних переваг національної економіки./ Остапенко Т. - Київ, 2012. - 188 с.
5. Філіпенко А.С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність./ А.С. Філіпенко - К.: Знання. 2007.- 670 с.

УДК 338.242.2

Жебка В.В., к.е.н., проф.,
Новикова І.В., к.е.н., доц.
Державний університет
телекомунікацій

ВПРОВАДЖЕННЯ МОНІТОРИНГУ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ОЦІНКИ КОНКУЕНТОСПОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

В статті розглянуто основні підходи до впровадження моніторингу в діяльність підприємств телекомунікацій та проведено оцінку інформаційної системи телекомунікаційних підприємств та розроблено шляхи вдосконалення інформаційної системи.

Постановка проблеми. Система моніторингу конкурентоспроможності підприємств, на наш погляд, повинна виконувати одночасно кілька функцій. Тому чим більш повним і якісним буде склад показників, за якими цей моніторинг здійснюється, тим ефективнішими будуть заходи, плановані і здійснювані керівництвом підприємства для підвищення його конкурентоспроможності. У цьому зв'язку, ми вважаємо за доцільне розглянути складові частини системи моніторингу стану телекомунікаційного підприємства. З урахуванням специфіки галузі телекомунікацій, постійного посилення конкуренції між підприємствами, особливої актуальності набуває вдосконалення системи досліджень

реального стану підприємства і його положення на конкурентному ринку шляхом доповнення дослідження системою моніторингу підприємства.

Мета дослідження. Основним завданням статті є огляд існуючих підходів до впровадження моніторингу в діяльність телекомунікаційних підприємств та розробці шляхів вдосконалення інформаційної системи підприємств.

Виклад основного матеріалу. Моніторинг підприємств, на нашу думку, - це інформаційно - аналітичний інструмент, що зв'язує між собою підприємства реального сектора економіки і призначений для розробки раціональних рішень, заходів впливу на діяльність підприємства відповідно до цілей і завдань самого підприємства в умовах удосконалення економічної політики в цілому. Система моніторингу телекомунікаційного підприємства дозволяє практично в режимі реального часу робити незалежні оцінки тенденцій розвитку його економічного стану, отримувати інформацію про стан кон'юнктури на ринку телекомунікацій та її можливі зміни, оперативно проводити оцінку конкурентного становища підприємства і найважливіших факторів, що визначають його ділову активність у взаємозв'язку із змінами тенденцій економічного розвитку країни або регіону. Для цього, ми вважаємо за доцільне, використовувати три основних компоненти моніторингу конкурентоспроможності підприємства: на рівні економіки в цілому; на рівні підприємства; на рівні підрозділів.

Керівництво підприємства може не тільки відстежувати найважливіші тенденції розвитку економічних процесів, а й оперативно оцінювати вплив основних факторів, що визначають можливу зміну цих процесів. Тим самим система моніторингу телекомунікаційного підприємства формує необхідну основу для раннього виявлення керівництвом виникаючих в діяльності підприємства диспропорцій, що дозволяє підвищити ефективність системи управління і не допустити зниження рівня конкурентоспроможності.

Основними суб'єктами системи моніторингу телекомунікаційного підприємства є: саме підприємство, його управління і центральний апарат, а також виробничі та допоміжні підрозділи. Участь всіх підрозділів в моніторингу є обов'язковим, а керівництво підприємства забезпечує конфіденційність і достовірність представленої ними інформації. Система моніторингу підприємства, повинна, на наш погляд, включати в себе три основних взаємопов'язаних блоку, які базуються на відповідній методології:

- щомісячний аналіз зміни кон'юнктури ринку, що дозволяє оцінювати поточні тенденції в динаміці попиту на телекомунікаційні послуги у взаємодії з попитом і пропозицією на ринку та іншими факторами;

- щоквартальний аналіз конкурентного становища підрозділів підприємства, що дозволяє оперативно оцінювати результати діяльності підприємства з позицій формування конкурентних переваг ;
- щоквартальний аналіз інвестиційної активності у взаємозв'язку з результатами господарської діяльності підрозділів, а також попитом і пропозицією на ринку телекомунікаційних послуг.

Таким чином, в рамках створюваної системи моніторингу телекомунікаційного підприємства можна вирішувати такі завдання:

- оцінювати ефективність проведеної товарної і фінансової політики з урахуванням реального розвитку загальноекономічних процесів як по країні в цілому, так і в рамках самого підприємства;

- оцінювати системні ризики в галузі, що виникають, насамперед, під впливом структурних зрушень в реальному секторі економіки;
- вирішувати практичні завдання, пов'язані з функціями підприємства в напрямку утримання та підвищення рівня конкурентоспроможності як послуг підприємства, так і самого телекомунікаційного підприємства в цілому;
- проводити аналіз і прогноз попиту на вироблені підприємством телекомунікаційні послуги на основі оцінки фінансової ситуації на ринках, зміни попиту та пропозиції на мікрорівні, а також змін інвестиційної активності під впливом зазначених процесів.

Створення системи моніторингу на телекомунікаційному підприємстві доцільно, на наш погляд, здійснювати в два етапи.

I етап - розробка та апробація пілотного проекту "Моніторинг підприємства" на базі одного з підрозділів, наприклад, відділення або управління.

II етап - створення системи моніторингу на базі інших підрозділів підприємства та забезпечення функціонування системи моніторингу на рівні всього підприємства з макроекономічними блоками.

Відмінності між підприємствами в положенні на ринку і стані обумовлюють необхідність переробки методичних матеріалів для більш повного виявлення специфічних особливостей діяльності кожного конкретного підприємства. Це залежить від сегмента ринку, на якому діє підприємство, від економічних процесів, від конкуренції в кожному окремому регіоні і т.д. Для включення в систему моніторингу конкретних підрозділів може використовуватися методика визначення вибіркової сукупності підрозділів. На підставі даної методики виділяються основні види послуг і найбільш важливі напрямки діяльності телекомунікаційного підприємства і проведений розрахунок обсягу вибіркової сукупності в цілому по підприємству і в розрізі видів послуг.

З метою аналізу отриманої в рамках моніторингу інформації здійснюється відпрацювання методологічних підходів і методики обробки анкет і баз даних; складаються макети вихідних аналітичних таблиць, схем

і графіків; розробляються алгоритми розрахунку кожного показника вихідних аналітичних таблиць. Визначаються основні напрямки аналізу змін конкурентного становища підприємства на основі змін фінансових показників, інвестиційної активності підприємства та інших складових, які підприємство визначає самостійно. Для цього можуть бути розроблені основні вимоги до програмного забезпечення системи моніторингу підприємства. Можлива схема представлена на рис. 1.

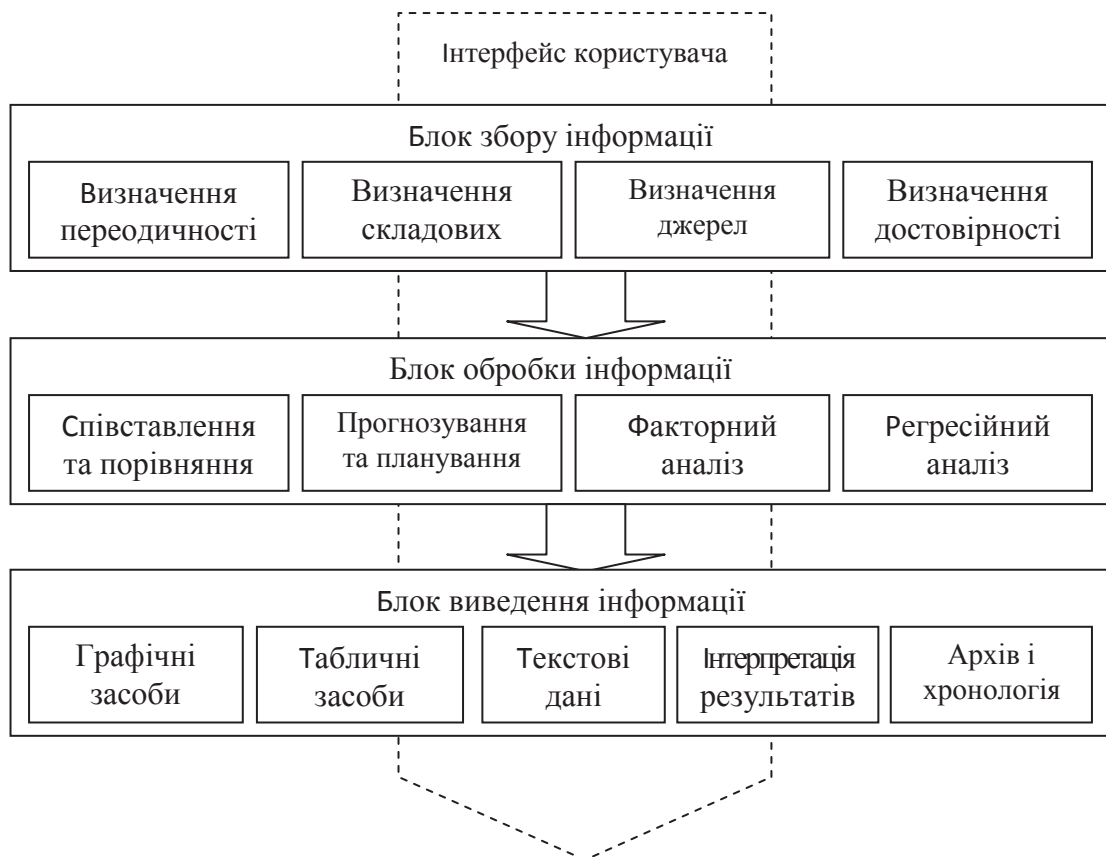


Рис. 1. Схема системи моніторингу телекомунікаційного підприємства

Для створення системи моніторингу телекомунікаційного підприємства також необхідно підготувати фахівців відповідного підрозділу з питань методології та методики, провести зустрічі з керівництвом основних підрозділів підприємства, а також з керівниками допоміжних підприємств для надання ними своєчасної та достовірної інформації в повному обсязі. У ході реалізації пілотного проекту системи моніторингу телекомунікаційного підприємства співробітниками відділу моніторингу підприємства щомісяця проводиться аналіз поточного стану підприємства і щокварталу - оцінка змін конкурентного становища підприємства на ринку. Як правило, зіставлення отриманих вже в рамках пілотного проекту даних з даними аналогічних підприємств дозволяють виявити "больові точки" у стані підприємства, оцінити зміни кон'юнктури в галузі, зробити оцінки впливу на конкурентне становище підприємства

ряду факторів, включаючи інструменти і заходи фінансової і виробничої політики.

На наступних етапах створення, функціонування і розвитку системи, як правило, вирішуються проблеми, пов'язані із створенням цілісної системи моніторингу на рівні всього підприємства. Насамперед, це стосується підвищення якісного рівня методологічного, методичного та інших елементів функціонування системи, посилення практичної спрямованості використання результатів моніторингу, синхронізації надання даних, а також підвищення контролю їх достовірності. При досягненні позитивних результатів по всьому підприємству може бути виданий наказ про якісний розвиток системи моніторингу підприємства на основі відпрацювання методології та методики аналізу результатів моніторингу. У рамках процесу впровадження системи моніторингу обов'язково має бути здійснено підвищення ефекту використання системи за рахунок факторів, не пов'язаних безпосередньо з діяльністю самої системи.

До основних заходів, на наш погляд, відносяться:

- навчання представників всіх підрозділів підприємства по збору, перевірці достовірності та функціонуванню системи моніторингу підприємств, методології і методикам аналізу результатів моніторингу;
- визначення складу підрозділів для пілотного і основного проектів створення системи моніторингу - учасників моніторингу по кожному виду послуг у розрізі різних споживачів і конкретних підрозділів;
- проведення роботи та нарад з керівниками всіх зацікавлених підрозділів, запрошених до участі в моніторингу, та керівниками всіх структурних елементів: бригад, відділів і т. п. на предмет їхнього сприяння в організації робіт щодо створення та забезпечення функціонування системи.

Після впровадження пілотного проекту проведення моніторингу, а також з урахуванням його помилок і недоробок, в основному проекті може бути створена єдина система отримання, зберігання і обробки первинної інформації, отриманої від підрозділів - учасників моніторингу, включаючи департаменти, відділи, управління та центральний апарат телекомунікаційного підприємства. Одночасно вдосконалюється структура первинної та аналітичної інформації в рамках системи моніторингу підприємства. У результаті вдосконалення і додаткової структуризації система моніторингу розширюється і поглиблюється. У неї входять показники, що охоплюють більш широкий спектр даних. У підсумку система моніторингу враховує не тільки дані самого підприємства, а й основні макроекономічні показники. При використанні системи моніторингу протягом певного періоду у підприємства з'являється можливість більш виважено позиціонувати себе серед підприємств конкурентів, а також здійснювати спостереження і аналіз зміни не тільки своєї конкурентної, але і відстежувати галузеві тенденції. Це дає

можливість розробляти конкурентну стратегію, коригувати інвестиційні плани, а також більш чітко формулювати цілі та завдання підприємства.

Моніторинг підприємства, а також його можлива інтеграція в єдину інформаційну систему дозволяє, на наш погляд, вирішити ряд макроекономічних проблем :

- підвищити якість аналізу і прогнозу загальноєкономічних процесів на галузевому та регіональному рівнях, поглибити цей аналіз за рахунок визначення фактичного та очікуваного індексу бізнес-клімату в країні, по галузях і регіонах ;

- своєчасно виявляти диспропорції в економіці, причини їх появи і вживати заходів щодо зменшення їх впливу на діяльність підприємства в цілому, та рівень його конкурентоспроможності зокрема.

Крім того, завдяки створенню системи моніторингу у підприємства з'являється можливість точніше оцінювати економічну кон'юнктуру в галузі, відстежувати і прогнозувати динаміку і тенденції фінансово-господарської діяльності підприємства, зіставляти їх з макроекономічними показниками по галузі та національній економіці. Також виявляти і усувати негативно впливають фактори, забезпечувати вироблення і прийняття оптимальних управлінських рішень з проблем розвитку підприємства. Позитивними результатами використання даних моніторингу підприємства є:

- принципове підвищення ступеня незалежності, об'єктивності та оперативності в оцінці процесів діяльності;

- створення необхідної основи для подальшого вдосконалення інструментів стратегічного управління підприємством, зокрема, при проведенні інвестиційних операцій;

- формування необхідної інформаційно-аналітичної бази для вирішення практичних питань з реструктуризації та диверсифікації діяльності, в першу чергу на рівні окремих виробництв, з позиції покращення конкурентоспроможності підприємства.

Система моніторингу є основою комплексної реструктуризації та диверсифікації діяльності підприємства, здійснюваної через реінжиніринг бізнес-процесів. Основна ідея реінжиніринга полягає у фундаментальному переосмисленні і радикальному перепроєктуванні бізнес-процесів підприємства для досягнення корінних поліпшень в основних показниках його діяльності. Необхідність реінжиніринга обґрунтовується високою динамічністю розвитку галузі телекомунікацій. Безперервні і досить істотні зміни в технологіях, ринках збуту і потребах клієнтів стали звичайними явищами, і підприємства, прагнучи вижити і зберегти конкурентоспроможність, змушені безперервно перебудовувати свою стратегію і тактику.

Інформаційні технології є основою реінжинірингу бізнес-процесів підприємства телекомунікацій. Інформаційна підтримка вирішальним чином впливає на функціонування процесів і при правильному використанні призводить до багаторазового підвищення їх

результативності і як наслідок, підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку. З урахуванням сучасного підходу до проведення подібних змін інформаційна система підтримки реінжинеринга телекомунікаційного підприємства повинна надавати наступні можливості:

- розробка бізнес-моделі підприємства безпосередньо менеджерами;
- створення динамічних моделей, що адекватно описують діяльність підприємства;

- автоматизація основних етапів реінжинеринга - розробка образу майбутнього підприємства і специфікація завдань і цілей, розробка моделі існуючого бізнесу, розробка моделі нового бізнесу, створення інформаційної системи підтримки ;

- впровадження нового проекту або цілого бізнесу.

Для цього ми пропонується створення інформаційної системи, що включає систему моніторингу та складається з :

- інструментального комплексу для створення динамічних інтелектуальних систем в управлінні і моделюванні діяльності підприємства;

- створення на базі інтелектуальної системи інструментального багатофункціонального комплексу для проведення реінжинеринга.

Запропонована система зможе дозволити прискорити процес прийняття управлінського рішення і зробити його максимально ефективним. Таким чином, доцільно розвивати і розширювати можливості системи моніторингу в наступних напрямках:

1. Сценарії та прогнози безпечного розвитку підприємства в рамках міждержавних, регіональних, національних і галузевих ринків.

2. Аналіз та моделювання бізнес-процесів в умовах реструктуризації та диверсифікації підприємства .

3. Економічні та математичні моделі конкурентоспроможного розвитку технологій та інвестиційних проектів з урахуванням комерційних ризиків, економічних, екологічних та соціальних аспектів розвитку підприємства .

4. Інтегровані інформаційні системи підтримки управління інвестиційними проектами на всьому життєвому циклі технологій та управління підприємством .

5. Інформаційна безпека , інтернет-технології.

6. Використання результатів моделювання основних характеристик розвитку підприємства і прогнозних результатів можливостей підприємства для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Як нами було визначено, моніторинг та аналіз процесів, як частина управлінського циклу, мають на увазі наявність наступних послідовних етапів: збір необхідних первинних даних, обробка даних, аналіз отриманих результатів. Результати аналізу є основою для прийняття управлінських рішень, а моніторинг є спеціально організоване спостереження і збір даних з метою управління і контролю. Моніторинг особливо актуальний в

області оцінки конкурентоспроможності підприємств, оскільки використання інструментів моніторингу та аналізу, найчастіше, дозволяє піти від абсолютних значень показників і перейти до відносних величин, експертних оцінок, які дозволять оцінити не тільки рівень конкурентоспроможності телекомунікаційного підприємства в даний момент, а й побачити тенденції поліпшення або погіршення становища підприємства на ринку .

Висновки. При проведенні моніторингових досліджень складного багатоаспектного процесу важливий обґрунтований вибір і чітке визначення спостережуваних об'єктів всередині процесу. Необхідно визначити процеси, найбільш значущі для даного етапу і виділити його ключові елементи. Залежно від вибору параметром можна вибирати методики проведення моніторингу. Існуючі методики моніторингу не завжди дають адекватні оцінки і часто мають високу складність у використанні. Ми пропонуємо звернути увагу на те, що часто використовують для оцінки самі значущі показники діяльності підприємства. Такими показниками, як правило, є: обсяг збуту послуг, доходи або прибуток підприємства. Кожен з цих показників є ключовим, але поступово, у зв'язку з посиленням конкуренції на ринку, стає вже не таким значущим. Істотними зараз стають ті показники, які демонструють динамічні зміни . Моніторинг та визначення, наприклад, прибутковості підприємства за показниками попередніх етапів, на сьогоднішній день не може дати абсолютно адекватних оцінок. Таким чином, об'єктом моніторингового дослідження доцільно вибирати такі комплексні елементи і такі їх характеристики та властивості, які на даному етапі дають підстави для оцінки результативності процесів діяльності підприємства, і, як наслідок, допоможуть більш об'єктивно оцінити ступінь конкурентоспроможності телекомунікаційного підприємства.

Список використаних джерел

1. Алещенко В.В. Теоретико-методологические вопросы конкурентоспособности экономической системы / В.В. Алещенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005 . - №1. – С.106-112. – режим доступу - <http://www.mavriz.ru/articles/2005/1/4334.html>
2. Васконселлос Ж. Стратегические ходы: 14 наступательных и оборонительных стратегий для достижения конкурентного преимущества / Ж. Васконселлос . - Д. : Баланс Бизнес Букс, 2007. - 223 с.
3. Літвінов Є.І. Здобуття конкурентних переваг у глобальній економіці / Є.І. літвінов // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2008 . - №4. – С.120-128.
4. Новицький В. Інформаційно-інноваційні детермінанти сучасних глобальних конкурентних стратегій / В. Новицький //Проблеми розвитку внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект Сборник научных трудов. - Донецк: ДонНУ - 2009. – Ч.2. – С.536-542.