

УДК 331

**ВЫБОР РАЦИОНАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЗАЩИТЫ
КОРПОРАТИВНЫХ СЕТЕЙ
ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**THE CHOICE OF EFFICIENT INFORMATION SECURITY
OF CORPORATE NETWORKS
TO IMPROVE COMPETITIVENESS**

А. П. ГАЛКИН, Е.Г. СУСЛОВА, АЛЬ-ДЖАБЕРИ РАМЗИ ХАМИД, ОБАДИ ХЕЗАМ МОХАММЕД АЛИ
A.P. GALKIN, E.G. SUSLOVA, R.H. AL-JABERY, H.M. OBADY

**(Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых,
Йемен)**

**(Vladimir State University named after Alexander and Nikolai Stoletovs,
Yemen)**

E-mail: galkin@vlsu.ru

Рассматривается конкурентоспособность предприятий и влияние на ее уровень информационной защиты в корпоративных сетях. Предложены рациональные системные подходы к выбору основных хозяйственных параметров предприятий.

Discusses the competitiveness of enterprises and the level of information security in corporate networks. Proposed rational system approaches to the choice of the main economic parameters of the enterprises.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятий, защита информации в корпоративных сетях.

Keywords: the competitiveness of enterprises, safe information in the corporate networks.

Считаем, что одной из основных целей любого предприятия в рыночной экономике является повышение своей конкурентоспособности и выпускаемой продукции. Полагаем, что одним из главных условий управления конкурентоспособностью предприятия является разработка методов ее 1) анализа и 2) измерения, что в свою очередь позволит управлять ее уровнем и проводить сравнительный анализ конкурентоспособности субъектов рынка. Таким образом, задача количественного измерения и анализа конкурентоспособности – одна из актуальных задач маркетинга в системе управления любого предприятия. В рыночных отношениях только то предприятие получает возможность дальнейшего развития, которое осуществляет эффективную хозяйственную деятельность. Этот принцип подчиняет все стороны деятельности предприятия учету конъюнктуры рынка, обуславливает необходимость разработки стратегии обеспечения конкурентоспособности предприятия, ее постоянного анализа и оценки.

На микроуровне необходимо различать два понятия конкурентоспособности: конкурентоспособность предприятия как эффективность его производственно-сбытовой деятельности на определенном рынке; конкурентоспособность продукции как потенциальное отличие в потребительском спросе между ней и аналогичной продукцией. Многие авторы связывают конкурентоспособность предприятия только с конкурентоспособностью продукции, полагая ее базовым понятием в системе конкурентоспособности, считая при этом остальные аспекты ее производными.

В то же время конкурентоспособность продукции и предприятия соотносятся между собой как часть и как целое. Конкурентоспособность продукции – одна из важнейших характеристик, которая обеспечивает конкурентоспособность предпри-

ятия. Между этими категориями существует тесная взаимосвязь. Возможность предприятия конкурировать на определенном товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы. Необходимо сказать, что конкурентоспособность продукции является необходимым, но недостаточным условием конкурентоспособности предприятия. Это обстоятельство следует, в частности, из различий данных категорий:

– во-первых, конкурентоспособность продукции определяется за короткий с экономической точки зрения период времени, а оценивание конкурентоспособности предприятия осуществляется за продолжительный период;

– во-вторых, уровень конкурентоспособности продукции определяется для каждого его вида, а оценка конкурентоспособности предприятия охватывает всю номенклатуру продукции (и не только номенклатуру);

– в-третьих, конкурентоспособность предприятия интересует только его хозяина, который определяет целесообразность производственной деятельности, исходя из конкретных условий. Потребителя же при оценивании конкурентоспособности продукции затраты и эффективность производства не интересуют, а вот уровень информационной защиты от несанкционированного доступа на них сильно влияет.

Большинство оперативных методов оценки конкурентоспособности предприятия основано на портфельном и SWOT-анализах, или на применении различных производственных показателей и финансовых коэффициентов, характеризующих производственную деятельность, финансовое положение, эффективность инвестиций и т.д. Иногда за основные показатели кон-

курентоспособности предприятия предлагается принимать показатели: экономического потенциала и эффективности деятельности; уровня управления; производственного и сбытового потенциалов; научно-исследовательского потенциала; финансового положения; репутации предприятия, его рыночной стратегии и инновационной деятельности; состояния и квалификации трудовых ресурсов, как правило, не учитывая информационную защищенность.

Можно конкурентоспособность рассматривать как многомерную концепцию в рамках комплекса маркетинга, а для ее измерения использовать переменные конкурентных преимуществ, адаптивности и результатов экономической деятельности предприятия. Для измерения конкурентных преимуществ предлагается использовать следующие переменные: конкурентное ценообразование; преимущества в издержках; качество, дизайн, упаковка, эксплуатационные характеристики продукта; послепродажное обслуживание; скорость реакции на запросы потребителей; имидж; ассортимент продукции; контакты с поставщиками; широта распределительной сети; реклама; техника личных продаж; система маркетинговой информации; маркетинговые исследования; уровень информационной защиты от несанкционированного доступа.

Измерение адаптивности рекомендуется проводить с помощью переменных адаптационных мер следующих политик: потребительской, ценовой, продуктовой, стимулирования и распределения.

При этом результаты экономической деятельности предприятия измеряются с помощью следующих показателей: финан-

совых (доход на инвестиции и прибыль); рыночных (объем продаж и рыночная доля предприятия); выживаемости (денежные поступления).

Для оценки конкурентоспособности предприятия можно выбрать систему показателей эффективности его производственной деятельности, финансового положения, эффективности организации сбыта и продвижения товара, конкурентоспособности товара и эффективности инновационного проекта, с учетом информационной защищенности.

Поскольку один из факторов конкурентоспособности предприятия – время, а оно прямо и сильно зависит от уровня защиты от несанкционированного доступа к информации. В качестве отдельных направлений оптимизации временных параметров деятельности предприятия им предлагаются: скорость адаптации, сроки платежей, продолжительность производственного цикла, скорость принятия решений и т.д.

Обычно, с небольшими различиями на основе анализа международного опыта, классифицированы основные подходы и методы оценки конкурентоспособности предприятия. Одним из наиболее распространенных методов является исследование конкурентоспособности предприятия на основе теории международного разделения труда. Предпосылкой для завоевания предприятием прочных конкурентных позиций является наличие сравнительных преимуществ, которые дают возможность обеспечить относительно низкие затраты производства по сравнению с конкурентом, что возможно только при хорошей информационной защите.

Рекомендована кафедрой менеджмента и маркетинга. Поступила 02.07.14.