
ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АНАЛИЗА РЫНОЧНОГО ОКРУЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

Коробейникова Лариса Сергеевна, канд. экон. наук, доц.

Смолевская Диана Юрьевна, маг.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж,
Россия, 394018; e-mail: korobeinikova@vsu.ru; dianasmolevskaa@gmail.com

Предмет: для обеспечения эффективного управления рыночным потенциалом экономического субъекта важное значение приобретает аналитический процесс формирования информационных основ принятия обоснованных управленческих решений, направленных на укрепление рыночной позиции субъекта на функционирующем рынке и осуществления контрольных функций их исполнения. Экономический анализ помогает выявить сильные и слабые стороны ведения бизнеса, сгруппировать внешние факторы, влияющие на деятельность организации и ее конкурентоспособность. Системный подход к формированию информационной базы анализа рыночного окружения предполагает изучение информационных потоков по всем направлениям окружения субъекта хозяйствования, включая составляющие макроэкономического, микроэкономического и конкурентного уровней окружения. *Цель:* разработать классификацию источников информационного обеспечения анализа рыночного окружения экономического субъекта на основе системного подхода, сформировать единые требования к качественным характеристикам информации, используемой при анализе рыночного окружения экономического субъекта, что позволит повысить технико-организационный уровень производства и внешних условий функционирования экономического субъекта. *Дизайн исследования:* традиционно выделяемые в экономической литературе признаки классификации информационного обеспечения экономического анализа требуют дополнения признаками, позволяющими учесть уровень формирования информации на принятие управленческих решений, продолжительность анализируемого периода, направлений использования информации и направлений проведения аналитической работы. Предложения по усовершенствованию существующих классификаций имеют важное значение на этапе формирования информационного обеспечения анализа рыночного окружения. *Результаты:* перед использованием информации

необходимо осуществить проверку ее качественных характеристик: точность, актуальность, полнота, объективность, доступность, релевантность, сопоставимость. В статье рассмотрены возможные способы проверки качественных параметров информации (обоснование периода формирования, возможности сравнения и сопоставления данных из нескольких информационных источников), что позволит повысить точность и достоверность выводов и рекомендаций по результатам аналитической работы.

Ключевые слова: рыночное окружение, информационно-аналитическое обеспечение, классификация информации, внешняя информация.

DOI: 10.17308/meps/2078-9017/2025/7/114-124

Введение

Проанализируем состав и содержание основных источников информации, используемой при анализе рыночного окружения организации, так как достоверность результатов анализа во многом зависит от объема, характера, полноты сведений, находящихся в распоряжении аналитика. Соответственно, чем более качественными данными мы располагаем, тем выше ценность проделанной работы, объективность и целесообразность принятых управленческих решений [8]. Внешняя информация, используемая при анализе рыночного окружения экономического субъекта, включает в себя следующие виды показателей: макроэкономические показатели; показатели, характеризующие вид экономической деятельности; региональные показатели; рыночные показатели [11].

Макроэкономические показатели являются базовыми индикаторами развития экономики и социальной сферы, так как они характеризуют эффективность функционирования экономических субъектов вне зависимости от вида деятельности. К таким показателям целесообразно отнести: темп роста/прироста ВВП, уровень инфляции, динамика курса валют.

Показатели, характеризующие вид экономической деятельности, в котором функционирует экономический субъект, позволяют оценить деятельность экономического субъекта по сравнению с аналогичными показателями деятельности конкурентов и обосновать его положение на функционирующих рынках.

Региональные показатели отражают особенности функционирования региона, в котором экономический субъект осуществляет деятельность, их расчет и интерпретация позволяют оценить информацию о среднем уровне жизни в регионе, особенности регионального налогообложения, уровне предоставляемых регионом льгот по отдельным видам налогов, в частности, налогу на имущество и транспортный налог.

Использование рыночных показателей позволяет дополнить общую картину региональных показателей деятельности, включая характеристику

особенностей рыночной или маркетинговой деятельности экономического субъекта. К числу основных рыночных показателей, определяющих эффективность рыночной деятельности экономического субъекта, стоит отнести: объем продаж, доля рынка, которую занимает экономический субъект, величина отпускных цен за поставляемую продукцию, величина затрат на закупку товаров, материалов. При анализе рыночных показателей необходимо детально проанализировать особенности формирования ценовой, кредитной политик, методов стимулирования сбыта, дать характеристику видов и каналов распределения товаров, продукции, работ, услуг.

Методы и результаты исследования

К источникам внешней информации, используемой при анализе рыночного окружения экономического субъекта, следует отнести:

- официальные статистические данные о демографии, экономических показателях, товарообороте и других аспектах;
- доклады и исследования, созданные специализированными агентствами или аналитическими центрами, содержащие информацию о тенденциях, рыночных долях, конкурентах и потребительских предпочтениях;
- статьи, диссертации и другие научные работы, изучающие различные аспекты рынка и потребительского поведения;
- заказные исследования, проводимые специализированными компаниями, которые могут предоставить ценную информацию о рынке, предпочтениях потребителей и конкурентах;
- публикации в прессе, интернет-ресурсах, социальных сетях, которые могут дать представление о текущих тенденциях на рынке и изменениях в потребительских предпочтениях;
- финансовые отчеты, пресс-релизы и другие материалы от конкурентов, которые могут помочь в оценке их стратегий и позиций на рынке;
- опросы, отзывы и комментарии клиентов, которые могут дать представление о мнении потребителей о товарах и услугах;
- прогнозы профессиональных сообществ о политико-экономических тенденциях и их влиянии на функционирующие рынки.

Сбор и анализ информации из этих источников помогают лучше понять рыночное окружение, выявить возможности и угрозы, а также сформулировать эффективные стратегии для бизнеса.

В зависимости от порядка предоставления или распространения информация, используемая при анализе рыночного окружения экономического субъекта, подразделяется на: общедоступную и информацию ограниченного доступа. Перечень общедоступной информации приводится в ст. 10 Федерального закона РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 г. №149-ФЗ¹. К общедоступной инфор-

¹ Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите инфор-

мации относятся данные государственных, муниципальных и иных информационных систем, созданных специально для информирования граждан и юридических лиц². В частности, Единой информационной системе закупок (ЕИС) представлена информация о потребностях государственных заказчиков в товарах, работах, услугах³, а также о результатах уже исполненных контрактов различными юридическими и физическими лицами. На основе данной информации можно оценить участие организации в контрактной системе закупок для государственных нужд.

Зачастую при оценке рыночного окружения экономического субъекта перечисленных источников общедоступной информации бывает недостаточно. Для проведения более глубоких исследований, например, связанных с получением информации об объемах производства конкурентов, номенклатуре товаров, планах развития, используется конфиденциальная информация ограниченного доступа⁴. Для получения такой информации используются специальные методы исследований – конкурентная разведка.

Конкурентная разведка в отличие от конкурентного анализа не единовременная, а непрерывная, заблаговременно спланированная операция, во время которой исследуются различные сведения о конкурентах [4]. Данные, полученные в ходе конкурентной разведки, используются для оптимизации внутренних бизнес-процессов, пересмотра маркетинговой политики, совершенствования ассортимента реализуемой продукции [3]. Выделяют следующие направления конкурентной разведки:

- финансовое – исследуются различные индикаторы финансового состояния организации, сведения о политике ценообразования конкурентов, их финансовых результатах, заработной плате персонала;
- структурное – оценка организационной структуры управления конкурентов, схемы подчинения сотрудников;
- стратегическое – обоснование миссии субъекта хозяйствования, стратегических целей и задач, видение дальнейшего развития организации;
- техническое – исследуются особенности осуществления технологического процесса, оценка уровня конкурентного статуса других организаций [12].

В зависимости от источника информация, используемая в анализе рыночного окружения организации, может быть разделена на первич-

мации» от 27.07.2006 г. №149-ФЗ (в ред. от 24.06.2025 г.).

² Приказ ФАС РФ «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» от 28.04.2010 №220 (в ред. от 12.03.2020 № 261/20).

³ Постановление Правительства РФ «О мерах по информационному обеспечению контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, по организации в ней документооборота, о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации и признании утратившими силу актов и отдельных положений актов Правительства Российской Федерации» от 27.01.2022 № 60 (ред. от 10.06.2025).

⁴ Приказ ФАС РФ «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» от 28.04.2010 №220 (в ред. от 12.03.2020 № 261/20).

ную и вторичную⁵. К первичной информации относятся данные, которые используются аналитиком без предварительной аналитической обработки [8]. Основными методами сбора такой информации являются: наблюдение, опросы, интервью, эксперименты, панельные исследования, двойная запись. Основным преимуществом первичной информации являются незначительные затраты времени на получение данных и их обработку, к ограничениям следует отнести их низкую информативность. Вторичная информация формируется на основе данных, прошедших первичную аналитическую обработку посредством процедур выбора, ранжирования, компиляции, классификации, сравнения⁶. Наиболее распространенными методами сбора вторичной информации являются изучение данных, представленных в сети интернет, аналитических обзорах, статистических, справочных и профессиональных изданиях [8]. Основным преимуществом вторичной информации является высокая степень аналитичности, в то же время для ее использования требуется специальная обработка, следовательно, период времени между сбором данных и их использованием увеличивается.

Обобщенная классификация информации, которая может быть использована при проведении экономического анализа рыночного окружения экономического субъекта, отражена в табл. 1.

Таблица 1

Классификация источников информационного обеспечения анализа
рыночного окружения экономического субъекта

Выделенный признак	Виды информации	Краткая характеристика содержания информации
Признаки классификации, традиционно используемые в экономической литературе		
1. По отношению к экономическому субъекту	внутренняя	Формируется самим экономическим субъектом в процессе финансово-хозяйственной деятельности и отражении ее результатов в системе учета
	внешняя	Формируется вне экономического субъекта (данные Росстата, аналитических и консалтинговых агентств, интернет, СМИ и др.)
2. По способу формирования	первичная	Используемая при реализации аналитических процедур без предварительной обработки
	вторичная	Используется после обработки аналитическими способами
3. По доступности	общедоступная	Официально публикуемая информация, доступ открыт для всех пользователей
	ограниченного доступа	Круг пользователей такой информацией четко определен, санкционирован
	закрытая	За несанкционированное разглашение данных грозит правовая ответственность

⁵ Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учебное пособие / П.С. Завьялов. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 336 с.

⁶ Ендовицкий Д.А. Экономический анализ расчетов корпораций / Д.А. Ендовицкий, Л.С. Коробейникова, И.В. Полухина. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2017. – 246 с.

Выделенный признак	Виды информации	Краткая характеристика содержания информации
4. По типу информации	учетная	Формируется учетной системой (данные бухгалтерского, управленческого, статистического, оперативного учета и отчетности)
	внеучетная	Порядок формирования такой информации не регулярный (например, деловая переписка, договоры, результаты контрольно-ревизионной деятельности, результаты тематического анализа и др.)
	нормативно-плановая	Все виды планов (стратегические, тактические, оперативные), нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность экономического субъекта
Предлагаемые авторами признаки классификации		
5. По уровню формирования	макроэкономическая	Характеризуют состояние макроэкономических факторов (политических, экономических, социальных, технологических) и их влияние на деятельность экономического субъекта
	региональная	Характеризует уровень развития региона функционирования экономического субъекта
	по виду экономической деятельности	Дают оценку отдельным показателям, характеризующим деятельность экономического субъекта относительно уровня функционирующего рынка и определяющим его положение в нем
	внутриорганизационная	Информация, формируемая на уровне отдельного экономического субъекта
6. По продолжительности анализируемого периода	ретроспективная	Характеризует показатели экономического явления за прошлый период времени. Эта информация имеет важное значение для изучения тенденции развития и составления прогноза на будущее
	текущая (отчетная)	Информация, представленная в отчетах, составленных на последнюю дату. Характеризует текущее состояние экономического субъекта
	прогнозная	Информация, имеющая вероятностный характер реализации, составленная специалистами как результат исследования тенденций развития конкретного экономического явления
7. По направлениям использования	стратегическая	Используется при стратегическом планировании и принятии управленческих решений, направленных на долгосрочное развитие организации
	тактическая	Используется для выбора тактических решений, направленных на среднесрочную перспективу
	оперативная	Необходима для текущего управления и принятия оперативных управленческих решений
8. По направлениям анализа	потенциал субъекта анализа	Информация, характеризующая экономический, производственный, рыночный потенциал субъекта анализа, способствующая выявлению сильных и слабых сторон
	рыночное окружение	Информация, характеризующая состояние рыночного окружения, возможности и угрозы внешней среды

Традиционно выделяемые в экономической литературе признаки классификации информационного обеспечения экономического анализа предложено дополнить следующими признаками: уровень формирования информации (макроэкономическая, региональная, отраслевая, внутри-организационная); анализируемый период (ретроспективная, текущая и прогнозная); направление использования (стратегическая, тактическая и оперативная); направление анализа (информация, используемая для анализа потенциала субъекта анализа, информация, характеризующая рыночное окружение).

Заключение

В заключение следует отметить, что перед использованием информации необходимо провести оценку ее качественных характеристик (рис. 1).



Рис. 1. Требования к качественным характеристикам информации, используемой при анализе рыночного окружения экономического субъекта

Проверка качественных характеристик информации, указанных на рис. 1, может быть осуществлена посредством использования следующих приемов:

- проверка публикации информации и периода ее формирования – актуальные и свежие данные имеют большее значение для анализа;
- сопоставление и сравнение данных с альтернативными источниками для подтверждения соответствия информации;

- использование статистических методов для проверки соответствия информации заданным критериям (гистограммы, контрольные карты, контрольные листы, диаграмма Ишикавы, диаграмма разброса, стратификация и др.);
- проверка репрезентативности данных и их соответствия целям анализа (например, если данные собраны по определенной выборке, то они должны отражать общую тенденцию);
- оценка полноты данных – отсутствие пропусков в периодах;
- проверка надежности данных – при повторном сборе данных или использовании разных методов должны получиться схожие выводы;
- использование специального программного обеспечения для автоматизированной сборки, проверки и анализа данных.

Использование указанных подходов позволит повысить качество информации, используемой в экономическом анализе рыночного окружения субъекта хозяйствования.

Таким образом, нами была проведена систематизация источников информации, используемых при анализе рыночного окружения экономического субъекта, определены требования к качественным характеристикам информации.

Список источников

1. Абидарова А.А. Виды источников информации и меры повышения информационной безопасности // *Известия ТулГУ. Технические науки*, 2021, no. 5, с. 213-220.
2. Бобрышев А.Н. Формирование бизнес-модели экономического субъекта в условиях кризисных процессов в экономике как способ повышения его конкурентоспособности // *Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствования правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы: материалы VII Междунар. научн.-практ. конф.* Воронеж, Издательский дом ВГУ, 2017, с. 8-12.
3. Габдуллина Г.К. Информационное обеспечение экономического анализа деятельности корпораций и критерии ее оценки / Г.К. Габдуллина, В.К. Аюпова, С.В. Хусаинова // *Журнал прикладных исследований*, 2022, no. 6-3, с. 258-265.
4. Ендовицкий Д.А. Организационные этапы экономического анализа экспертной деятельности в условиях конкурентной среды / Д.А. Ендовицкий, С.А. Подлесных // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2023, no. 4, с. 58-70.
5. Колетвинов Д.С. Обзор научных методов сбора и обработки информации / Д.С. Колетвинов, А.А. Мельникова, К.В. Борзилов // *Молодой ученый*, 2020, no. 3 (293), с. 157-159.
6. Коробейникова Л.С. Анализ рыночного окружения организаций здравоохранения / Л.С. Коробейникова, А.И. Гущина // *Современная экономика : проблемы и решения*, 2021, no. 11 (143), с. 65-75.
7. Коробейникова Л.С., Попов М.И. Эффективность деятельности в системе оценки конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта // *Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствования правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы: материалы VI Междунар. научн.-практ. конф.* Воронеж, Издательский дом ВГУ, 2016, с. 74-46.
8. Полухина И.В. Классификация и анализ информационных источников оценки конкурентоспособности организации / И.В. Полухина, М.С. Хоц //

Материалы IX Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы учета, экономического анализа и финансово-хозяйственного контроля деятельности организации»; в 2-х частях; [под ред. Д.А. Ендовицкого, Н.Г. Сапожниковой, Т.Н. Панковой]. Часть II. Воронеж, ВГУ, 2022, с. 119-124.

9. Полухина И.В. Финансовая устойчивость как гарант конкурентоспособности организации // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2017, no. 3 (87), с. 81-98.

10. Полухина И.В. Экономический анализ резервов повышения конкурентной устойчивости и эффективности деятельности коммерческой организации // *Со-*

временная экономика: проблемы и решения, 2019, no. 4, с. 98-119

11. Соколова Е.И. Аналитические возможности бухгалтерской отчетности // *Статья в сборнике трудов LIII International correspondence scientific and practical conference «International scientific review of the problems and prospects of modern science and education»*, Boston, (23–24 декабря 2018 года). *Problems of science*. 2018, с. 48-52.

12. Учет, анализ и контроль в корпорациях: монография / [под ред. Д.А. Ендовицкого]; Воронежский государственный университет. Воронеж, Издательский дом ВГУ, 2018. 332 с.

INFORMATION SUPPORT FOR ANALYSIS OF THE MARKET ENVIRONMENT OF AN ECONOMIC ENTITY

Korobeinikova Larisa Sergeevna, Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.
Smolevskaya Diana Yuryevna, M. D.

Voronezh State University, Universitetskaya sq., 1, Voronezh, Russia, 394018; e-mail: korobeinikova@vsu.ru; dianasmolevskaa@gmail.com

Importance: to ensure effective management of the market potential of an economic entity, the analytical process of forming the information bases for making informed management decisions aimed at strengthening the market position of the entity in the functioning market and implementing control functions for their execution is of great importance. Economic analysis helps to identify the strengths and weaknesses of doing business, group external factors that affect the organization's activities and its competitiveness. A systems approach to forming an information base for market environment analysis involves studying information flows in all areas of an economic entity's environment, including components of the macroeconomic, microeconomic and competitive levels of the environment. *Purpose:* to develop a classification of sources of information support for analyzing an economic entity's market environment based on a systems approach, to formulate uniform requirements for the qualitative characteristics of information used in analyzing an economic entity's market environment, which will improve the technical and organizational level of production and external conditions of the economic entity's functioning. *Research design:* the classification features of information support for economic analysis traditionally identified in the economic literature require supplementing with features that take into account the level of information generation for making management decisions, the duration of the analyzed period, areas of information use and areas of analytical work. Proposals for improving existing classifications are of great importance at the stage of forming information support for market environment analysis. *Results:* before using information, it is necessary to check its qualitative characteristics: accuracy, relevance, completeness, objectivity, accessibility, relevance, comparability. The article considers possible ways of checking the qualitative parameters of information (justification of the period of formation, the possibility of comparing and contrasting data from several information sources), which will improve the accuracy and reliability of conclusions and recommendations based on the results of analytical work.

Keywords: market environment, information and analytical support, classification of information, external information.

References

1. Abidarova A.A. Vidy istochnikov informacii i mery povysheniya informacionnoj bezopasnosti. *Izvestiya TulGU. Tekhnicheskie nauki*, 2021, no. 5, pp. 213-220. (In Russ.)
2. Bobryshev A.N. Formirovanie biznes-modeli ekonomicheskogo sub"ekta v usloviyah krizisnyh processov v ekonomike kak sposob povysheniya ego konkurentosposobnosti. *Aktual'nye voprosy razvitiya konkurentnoj politiki, sovershenstvovaniya pravoprimenitel'noj praktiki presecheniya nedobrosovestnoj konkurencii i nenadlezhashchej reklamy: materialy VI Mezhdunar. nauchn.-prakt. konf.* Voronezh, Izdatel'skij dom VGU, 2016, pp. 74-46. (In Russ.)
3. Gabdullina G.K. Informacionnoe obespechenie ekonomicheskogo analiza deyatel'nosti korporacij i kriterii ee ocenki / G.K. Gabdullina, V.K. Ayupova, S.V. Husainova. *Zhurnal prikladnyh issledovanij*, 2022, no. 6-3, pp. 258-265. (In Russ.)
4. Endovickij D.A. Organizacionnye etapy ekonomicheskogo analiza ekspertnoj deyatel'nosti v usloviyah konkurentnoj sredy / D.A. Endovickij, S.A. Podlesnyh. *Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya*, 2023, no. 4, pp. 58-70. (In Russ.)
5. Koletvinov D.S. Obzor nauchnyh metodov sbora i obrabotki informacii / D.S. Koletvinov, A.A. Mel'nikova, K.V. Borzilov. *Molodoj uchenyj*, 2020, no. 3 (293), pp. 157-159. (In Russ.)
6. Korobejnikova L.S. Analiz rynochnogo okruzheniya organizacij zdavoohraneniya / L.S. Korobejnikova, A.I. Gushchina. *Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya*, 2021, no. 11 (143), pp. 65-75. (In Russ.)
7. Korobejnikova L.S., Popov M.I. Efektivnost' deyatel'nosti v sisteme ocenki konkurentnyh preimushchestv hozyajstvuyushchego sub"ekta. *Aktual'nye voprosy razvitiya konkurentnoj politiki, sovershenstvovaniya pravoprimenitel'noj praktiki presecheniya nedobrosovestnoj konkurencii i nenadlezhashchej reklamy: materialy VI Mezhdunar. nauchn.-prakt. konf.* Voronezh, Izdatel'skij dom VGU, 2016, pp. 74-46. (In Russ.)
8. Poluhina I.V. Klassifikaciya i analiz informacionnyh istochnikov ocenki konkurentosposobnosti organizacii / I.V. Poluhina, M.S. Hoc // *Materialy IX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii «Aktual'nye problemy ucheta, ekonomicheskogo analiza i finansovohozyajstvennogo kontrolya deyatel'nosti organizacii»*; v 2-h chastyah; [pod red. D.A. Endovickogo, N.G. Sapozhnikovoj, T.N. Pankovoj]. CHast' II. Voronezh, Izdatel'stvo Voronezhskij gosudarstvennyj universitet, 2022, pp. 119-124. (In Russ.)
9. Poluhina I.V. Finansovaya ustojchivost' kak garant konkurentosposobnosti organizacii. *Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya*, 2017, no. 3 (87), pp. 81-98. (In Russ.)
10. Poluhina I.V. Ekonomicheskij analiz rezervov povysheniya konkurentnoj ustojchivosti i effektivnosti deyatel'nosti kommercheskoj organizacii. *Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya*, 2019, no. 4, pp. 98-119. (In Russ.)
11. Sokolova E.I. Analiticheskie vozmozhnosti buhgalterskoj otchetnosti. *Stat'ya v sbornike trudov LIII International correspondence scientific and practical conference «International scientific review of the problems and prospects of modern science and education»*, Boston, (23–24 dekabrya 2018 goda). *Problems of science*, 2018, pp. 48-52. (In Russ.)
12. Uchet, analiz i kontrol' v korporacijah: monografiya / [pod red. D.A. Endovickogo]; Voronezhskij gosudarstvennyj universitet. Voronezh, Dom VGU, 2018. 332 p. (In Russ.)