

## КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА КАК ЭЛЕМЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

### Автор

© Диана Магомедова, 2010

### 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

**И**з-за стремительных изменений в мировой экономике, происходит смена ценностей и ориентаций у потребителей, поэтому каждое десятилетие специалистам приходится пересматривать методы ведения бизнеса. Становится недостаточным просто совершенствовать товары и технологии, появляется необходимость пересмотра методов и стратегий и поиска новых форм конкурентных преимуществ. Поэтому возникает потребность в максимальной полной эксплуатации всех имеющихся ресурсов, сохранении существующих, а также усилении и реализации новых.

Одним из инструментов, позволяющих результативно совершенствовать и развивать бизнес, является конкурентная разведка (КР), которая служит средством обеспечения руководства компании актуальной информацией (прежде всего упреждающего характера) по следующим ключевым объектам:

- поставщики,
- клиенты (настоящие и потенциальные),
- конкуренты (отдельные структурные подразделения фирмы – конкурента, особенности организации производства, кадровая политика, перспективы, возможности и пути их выбора, слабые и сильные стороны),
- партнеры,
- инвесторы,
- потребители (в том числе факторы, определяющие потребительское поведение),
- административные органы,
- исполнительные и законодательные органы власти (городского, областного, федерального уровней),
- население в целом,
- демографическая обстановка,
- персонал
- СМИ, журналисты,
- новые технологии,
- вопросы интеллектуальной и промышленной собственности;

- патенты,
- ресурсы,
- тендеры,
- гранты, и т.д.

Итогом исследования перечисленных объектов, является бизнес информация (разведывательная информация), сущность которой заключается в том, что бы служить достаточным основанием для принятия правильных тактических и стратегических решений с целью увеличения доходов, избегания неоправданных расходов, сохранения положения на рынке или получения иной коммерческой выгоды.

К разведывательной информации предъявляется ряд критериев, на основании которых производится оценка ее эффективности:

- Важность – характеристика информации, которая заслуживает внимания, имеющая ценное значение в процессе понимания и решения проблемы.
- Точность – говорит о достоверности (корректности) и безошибочности информации.
- Полнота – достаточная для понимания и принятия решений информация, соответствующая целям КР.
- Проверяемость – это критерий подтверждаемости информации.
- Актуальность – своевременность информации.
- Объективность – способность информации к отражению реальности.
- Понятность - оправданная, объяснимая информация, выраженная на доступном получателю языке.
- Полезность - способность информации удовлетворять потребности.

Не менее важную роль в эффективности аналитической деятельности, играет процесс отбора подходящих источников необходимой информации, который происходит на основе их влияния на поставленную цель. Важным фактором этого процесса является скорость получения и верифицирование материалов, т.е. оценка надежности источника, достоверности и точности.

Количество источников огромно, поэтому процесс их выбора должен иметь четкие критерии, не отражающиеся на ценности. Для оптимизации затрат, времени и средств работа начинается с наиболее доступных источников, которыми могут являться:

- клиенты;
- партнеры;
- поставщики;
- эксперты в какой-либо профессиональной области;
- работники банков и других кредитных учреждений, работающих с компанией;
- работники общественных служб, рекламные агенты, кадровые агентства;
- консультанты и эксперты;
- сотрудники компании;
- официальная отчетность организации;
- патенты и материалы стандартизации;
- материалы технического характера;
- материалы средств массовой информации: газеты, журналы, реклама;
- ярмарки, выставки, конференции, симпозиумы;
- Интернет

Одним из наиболее популярных и технологически совершенных каналов доступа к информации на сегодняшний день, является Internet. Доказательством этого служат следующие показатели (Рис. 1) (Прим.: показатели зарубежных стран рассчитаны по данным Nielsen/

NetRatings за 4 квартал 2006 г. В этих данных, в отличие от России, учтены пользователи Интернета в возрасте 16-17 лет и не учтены – не имеющие домашнего телефона):

Интернет – современный, массовый, дешевый и доступный интерактивный информационный инструмент. Удобен для получения справочной информации по тем или иным вопросам, позволяющий отслеживать динамику изменений различного рода процессов. “Интернет часто незаменим в начале операции КР, потому что он обычно позволяет быстро и недорого “прицелиться”, то есть сориентироваться в ситуации в целом, наметить объекты, располагающие нужной информацией, а также источники, которые позволяют эту информацию получить” [1].

Исследуя перечисленные источники, КР по разрозненным данным имеет возможность прогнозировать развитие рынка, выявляя риски, угрозы и барьеры. Полученная информация служит вспомогательным элементом в формировании стратегии и является основой для принятий правильных управленческих решений, а так же может быть использована для разработки оптимальной кризисной программы, которая будет являться впоследствии важным фактором конкурентной борьбы, дающим предприятию прямой экономический эффект. В связи с этим можно говорить о том, что будучи эффективным инструментом ведения и развития бизнеса, КР позволяет минимизировать временные затраты, по-

высигать эффективность деятельности компании и, в конечном счете, - обеспечить компанию конкурентными преимуществами. А малый срок окупаемости и низкий объем капиталовложений делает технологии КР в современных рыночных условиях эффективным оружием борьбы за выживание. ▲

Ссылки

1. Ющук Е. Интернет-разведка. – Москва: Вершина, 2007. -С.8-9

Число пользователей Интернета в странах, млн.чел.

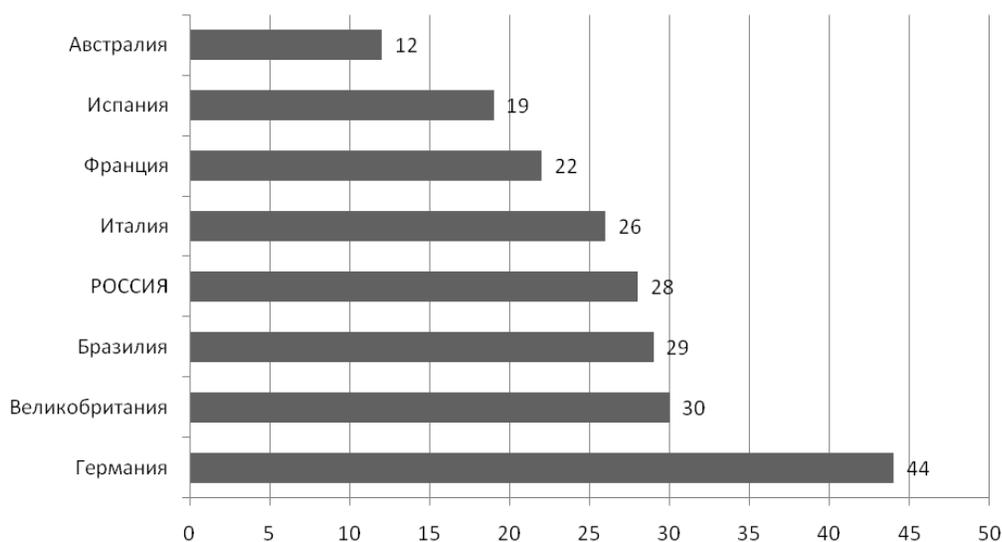


Рис. 1. Число пользователей Интернета в странах (источник: Важенина И.С. Интернет-маркетинг имиджа и репутации территории/ Важенина И.С. –Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2007. С.9)

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.