

Тема. Информация в стратегическом анализе

1. Информирование и информация
2. Виды информации в теории принятия решений
3. Сбор информации и ее обработка

«На западе совершаются два
смертных греха: сначала ищут
то, что уже давно найдено, а
затем покупают то, что можно
иметь бесплатно»

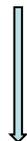
Коносукэ Мацусита (1990 г.)

Сообщение - информация

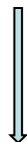
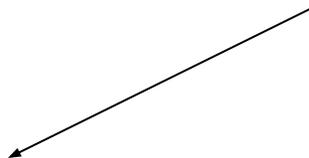
Сообщение = информация, если
имеется намерение (замысел),
цель

Информация = намерение +
внимание

Намерение



Отношение



Сообщение

Внимание



∞



Информация

Основные проблемы работы с сообщениями

1. Как обеспечить сбор информации, если еще не известно какие решения потребуются принимать?
2. Какую информацию следует собирать с учетом ее потенциальной полезности?

Проблема «3В»

Buts – besoins – bases

Цели – потребности - базы

Уровень 1. Стратегические цели

- **Потребность:** ориентирование
- **База для наблюдений:** положение по отношению к чему-либо или кому-либо

Уровень 2. Тактические цели

- **Потребность:** альтернативные действия в окружении
- **База для наблюдений:** характер и свойства окружения

Уровень 3. Оперативные цели

- **Потребность:** факторы, мешающие реализации действий
- **База для наблюдений:** отношения в окружении с чем-либо или кем-либо

2. Виды информации

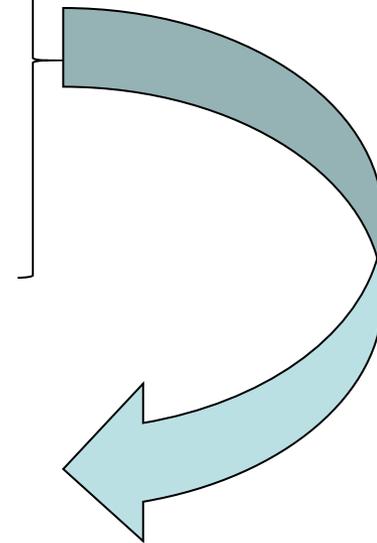
«Абсолютной информации не существует. Есть информация по отношению к намерениям лица, которое опрашивает внешний мир для того, чтобы действовать в этом мире и воздействовать на него»

Ч. Хант

Стратегические базы (области)

- Непосредственная сфера действий
- Сфера влияния
- Сфера интересов

Направления



Пример 1. Фирма «Trident»

1. Тенденции по странам

Развитие экономики

Культивируемые виды спорта

Динамика моды и вкусов

Пример 1. Фирма «Trident»

2. Технологический процесс

Сырьё

Производство

Окружающая среда

Пример 1. Фирма «Trident»

3. Действующие лица

Конкуренты

Потенциальные конкуренты

Пример 1. Фирма «Trident»

4. Диверсификация

Пожарные

Химическая промышленность

Армия

Авиация и космонавтика

Пример 2. Фирма «...сетьстрой»

1. Тенденции в Иркутской области и республике Бурятия

Программа электрификации

Программа газификации

Развитие нефте- и газодобычи

Частота ремонта на электросетях

Программа «Семейная усадьба»

Пример 2. Фирма «...сетьстрой»

2. Производственный процесс

Техника и оборудование

Комплектующие

Кадры

Технологии

Пример 2. Фирма «...сетьстрой»

3. Конкуренты

Действующие

Потенциальные

Тактическая информация

Практические потребности

Первого типа
(общие характеристики)

Второго типа
(выявление препятствий
и проблем)

Разовая потребность

Постоянная потребность

Тактические базы

По запросу

Мониторинг

Пример 1. Новая продукция

- Какие изделия конкурируют на рынке сейчас?
- Есть ли информация от конкурентов о выпуске новой продукции этого же типа?
- Проекты конкурентов?
- Скорость ответной реакции конкурентов?
- Могут ли конкуренты заблокировать каналы сбыта?

Пример 2. Наращивание мощностей

- Рост спроса краткосрочный?
- Рост затрагивает всех производителей?
- Есть попытки увеличить мощность у других производителей?
- Если будет переизбыток мощностей, каковы будут затраты?
- Можно ли будет новые мощности после переналадки использовать для другого производства?

Мониторинг – всеобъемлющее
наблюдение окружающей среды

Направления стратегического уровня

+

Основные области деятельности и
продуктов

Зоны и территории деятельности

Патентная и лицензионная активность

Оперативная информация

Потребности — точная, надежная, свежая информация

Базы — ближайшее окружение фирмы:

коммерческая политика конкурентов;

поставщики;

клиенты;

продвижение.

3. Сбор информации и ее обработка

«Новый продукт не возникает внезапно. Как же хранить секретность, если вовлечены: поставщики, покупатели, подсобные рабочие, рекламные агенты, консультанты?»

Вахе Зартарьян

Жизненный цикл информации

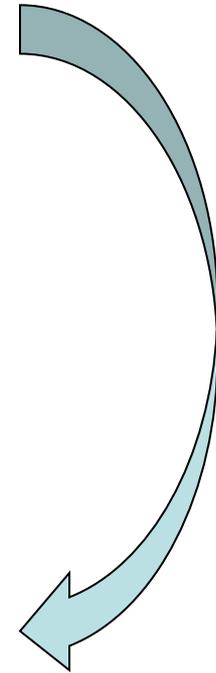
Зарождение

Рост

Замедленный рост

Зрелость

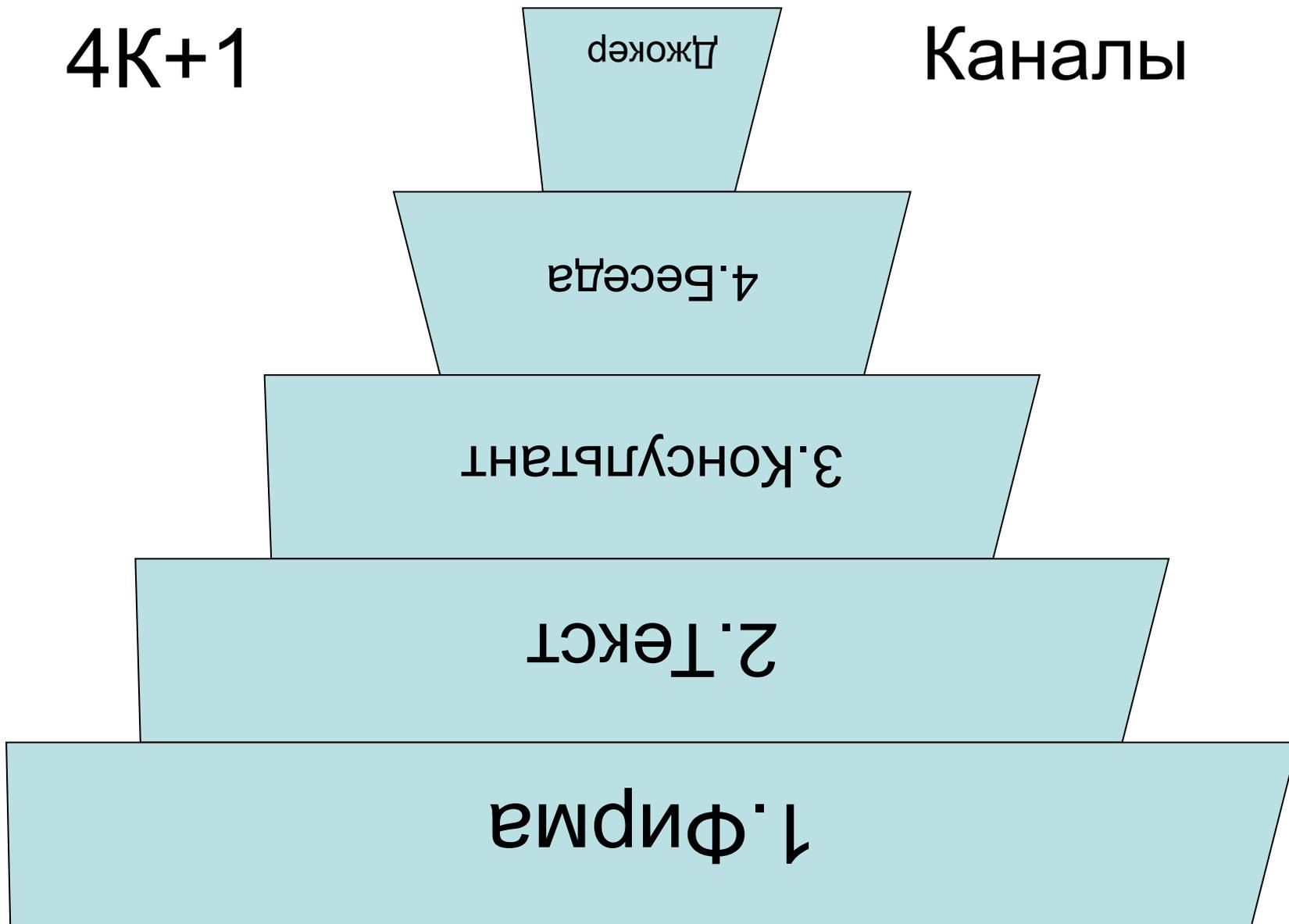
Спад





$4K+1$

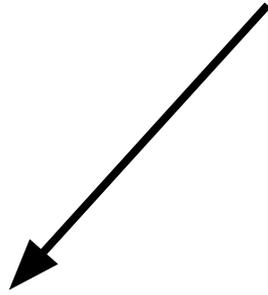
Каналы



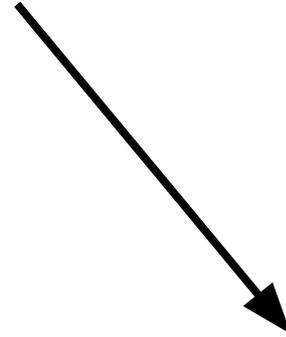
Связь баз с каналами

Базы	Каналы по мере убывания значимости			
Конкуренция	Ф	Т	КС	Б
Рынок	Ф	Т	КС	Б
Технология	Ф	Т	Б	КС
Тенденции	Т	КС	Ф	Б
Регламентация	КС	Т	Ф	Б
Ф –фирма; Т-текст; КС- консультант; Б-беседа				

Организация поиска



- «Моросящий
ДОЖДЬ»



- «Гроза»

Обработка информации

1. Представление
2. Оценка важности
3. Оценка точности

База (сфера)

№

Источник

Дата

Предельная дата

Резюме

Ключевые
слова
(подсказки)

Лабораторная работа

1. Определиться со сферой деятельности
2. Купить (взять в библиотеке)
 - а) газету с общей политико-экономической информацией («Коммерсантъ», «РБК-Daily» и ...?);
 - б) профессиональный журнал.
3. Указать области:
 - Непосредственная сфера действий
 - Сфера влияния
 - Сфера интересов;
 - Указать базы.
4. Заполнить карточки. Размер А5.

Конкуренция (сфера действий)

№ 1

Текст. «Коммерсантъ»
от 19.05.2016

Дата 30.10.2016

Резюме

Ключевые
слова