

# 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»

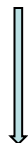
Коносукэ Мацусита (1990 г.)

# Сообщение - информация

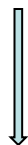
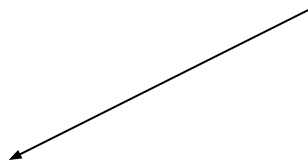
Сообщение = информация, если  
имеется намерение (замысел),  
цель

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

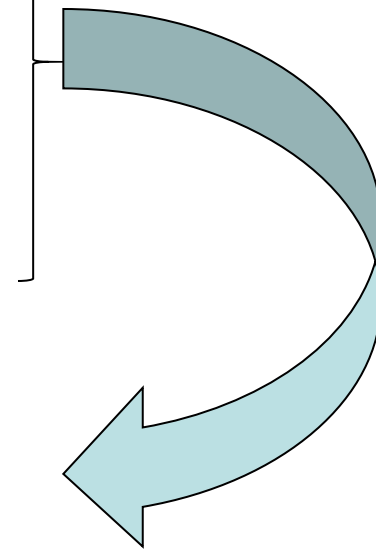
«Абсолютной информации не существует. Есть информация по отношению к намерениям лица, которое опрашивает внешний мир для того, чтобы действовать в этом мире и воздействовать на него»

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

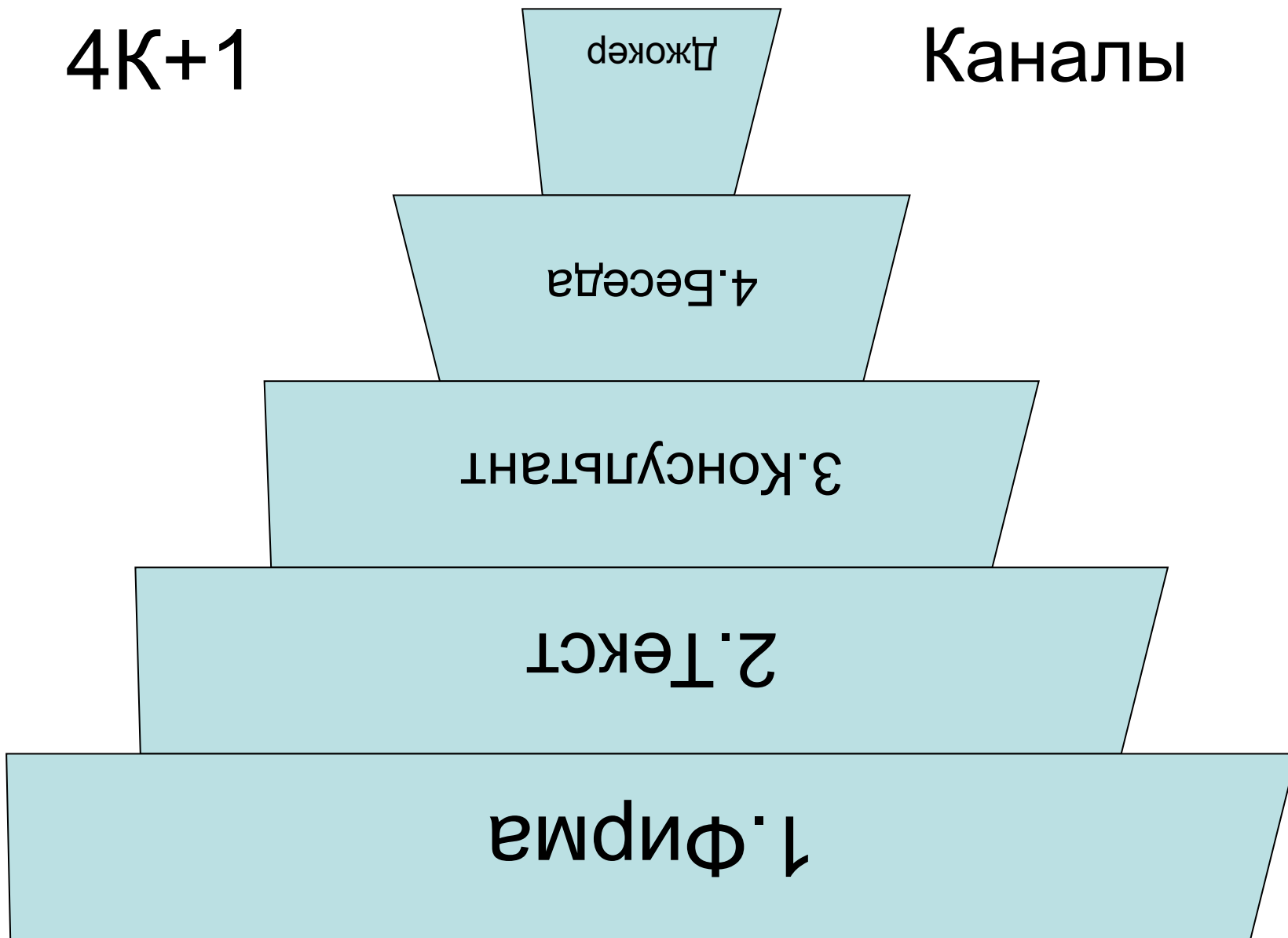
Спад





$4K+1$

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