

Ю.А. Лукаш

**БИЗНЕС-РАЗВЕДКА
КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ
ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ
И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**

Учебное пособие



ФЛИНТА

Юрий Александрович Лукаш Бизнес-разведка как составляющая обеспечения безопасности и развития бизнеса. Учебное пособие

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=3168105

Бизнес-разведка как составляющая обеспечения безопасности и развития бизнеса [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю.А. Лукаш:

Флинта; Москва; 2012

ISBN 978-5-9765-1378-5

Аннотация

Для выживания любого предприятия в условиях конкурентной борьбы первоочередную роль начинает играть разведка намерений конкурентов, изучение основных тенденций бизнеса, анализ возможных рисков и т. д. На Западе даже существует учебная дисциплина *business intelligence*, изучающая эти аспекты бизнеса. В западных странах культура бизнес-разведки настолько распространена и так задействована, что этот процесс подразумевается сам собой.

Содержание

Бизнес-разведка	4
Конец ознакомительного фрагмента.	8

Ю. А. Лукаш

Бизнес-разведка

как составляющая

обеспечения безопасности

и развития бизнеса

Бизнес-разведка

Под бизнес-разведкой (прямой перевод с английского – business intelligence) в мире понимается сбор и анализ сведений о партнерах и конкурентах. Родиной современной бизнес-разведки является Европа поскольку именно здесь в XIX в. были изданы первые учебники, описывающие алгоритмы сбора и анализа информации. Цель бизнес-разведки состоит в том, чтобы выявить реальное положение дел в конкурентной среде, определить сильные и слабые стороны бизнеса конкурентов. Бизнес-разведкой занимаются банки, инвестиционные, аудиторские, исследовательские, консалтинговые компании, рейтинговые агентства. Одни делают это в интересах собственного бизнеса, другие – по заданию клиентов. Фактически любое маркетинговое исследование со-

держит элементы бизнес-разведки. К такого рода процессам нередко применяют термины «маркетинговая разведка» или «конкурентная разведка», однако при этом надо иметь в виду, что:

– маркетинговая разведка – понятие очень широкое уже потому, что сам термин «маркетинг» подразумевает не только изучение конкурентов, но и продвижение продукта, рекламу, ценообразование, начиная с начальной стадии разработки продукта до его продажи. Однако отсутствие различий между разведкой и маркетингом можно постулировать, только если считать маркетингом всю работу фирмы с внешней информацией. С практической точки зрения это нецелесообразно.

– конкурентная разведка (competitive intelligence) – это узкое направление деловой разведки, которое отвечает основной цели: построению системы взаимоотношений с конкурентами, т. е. создания комплекса мероприятий по получению и обработке данных о конкуренте: имущественных, финансовых и управленческих ресурсах, возможностях и уязвимости, а также об оперативных и стратегических планах.

Конкурентная разведка производится в интересах бизнеса и только бизнеса, в отличие от разведки в интересах государства.

В сфере информационных технологий термин «бизнес – разведка» имеет несколько иное значение и был введен в оборот Говардом Дреснером в 1989 г. для обозначения на-

бора концепций и методик повышения эффективности принятия бизнес – решений при помощи фактографических информационных систем. Бизнес-разведка определяется как широкая категория технологий, связанных со сбором, хранением, анализом и обеспечением доступа к информации с целью принятия оптимальных деловых решений. В данном случае бизнес-разведка не имеет непосредственного отношения только к обеспечению экономической безопасности. Впрочем, здесь многое зависит именно от того, что подразумевается под экономической безопасностью.

Анализ инструментария конкурентной и деловой разведок на Западе (прежде всего в США, где они развиты в наибольшей степени) свидетельствует о том, что первая направлена на исследования непосредственного окружения организации (или микроокружения) и исследование макроокружения через призму конкуренции, тогда как вторая на первый план ставила макроокружение. Понимание необходимости анализа внешней среды как единого целого повлекло за собой размывание границ между двумя понятиями.

На сегодняшний день бизнес-разведка – составная часть корпоративной культуры ведения современного бизнеса. Для выживания любого предприятия в условиях конкурентной борьбы первоочередную роль начинает играть разведка намерений конкурентов, изучение основных тенденций бизнеса, анализ возможных рисков и т. д. На Западе даже существует учебная дисциплина «бизнес – разведка», изучаю-

щая эти аспекты бизнеса. В западных странах культура бизнес-разведки настолько распространена и так задействована, что этот процесс подразумевается сам собой.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.