



Белорусский Государственный Университет
Экономический факультет
Кафедра менеджмента

ПРЕЗЕНТАЦИЯ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

на тему «Анализ развития конкурентной разведки на предприятии и
пути ее совершенствования»

Магистрант кафедры менеджмент

М.Б. Жданович

Руководитель

В.В. Рыдкий

Минск – 2011



Структура презентации

- ОБЛАСТЬ ПРИМИНЕНИЯ
- Краткая характеристика предприятия
- Организационная структура предприятия ООО «Аристокль»
- Динамика объема производства и реализации продукции ООО «А...
- Основные экономические категории
- Кадровый вопрос для КР аргументы ЗА и ПРОТИВ
- Глобальный бенчмаркинг (БМ)
- ЦЕЛИ СОЗДАНИЯ КР
- Упрощенная модель управления кадрами
- МОДЕЛЬ ИНСТИТУТА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ (Strategic ...
- Спасибо за внимание!



ОБЛАСТЬ ПРИМИНЕНИЯ

- **Объектом исследования** магистерской диссертации является деятельность предприятия ООО «Аристоль».
- **Предметом исследования** является конкурентная среда предприятия.
- **Целью исследования** магистерской диссертации является разработка путей совершенствования конкурентной разведки и анализ конкурентной среды предприятия.
- **Исходя из поставленной цели**, необходимо решить следующие задачи:
 - -создание службы (отдела) КР на предприятии;
 - -рассмотреть основные положения КР на предприятии;
 - -проанализировать работу КР на предприятии;
 - -предложить направления совершенствования деятельности предприятия на внешних рынках.

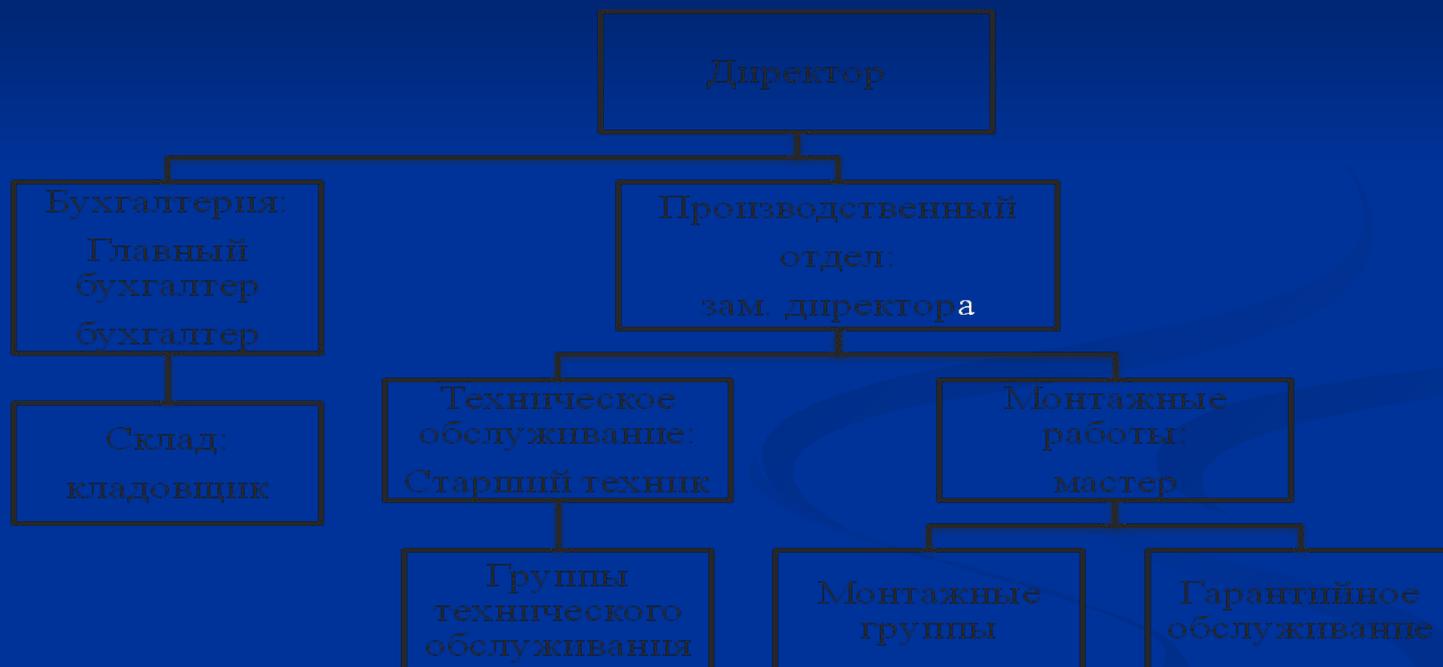


Краткая характеристика предприятия

- ООО «АРИСТОЛЬ» Зарегистрировано 6 января 2008 года Минским городским исполнительным комитетом.
- Согласно Уставу сферой деятельности организации является монтаж, наладка и техническое обслуживание охранно-пожарной (СПС и ОПС) сигнализации. Лицензия предоставляет организации право на осуществление следующих видов деятельности:
- Разработка специальных разделов проектов (сметная документация), проектирование систем пожарной автоматики;
- Работы по устройству внутренних инженерных систем-сетей (установок пожаротушения, пожарной сигнализации, охранно-пожарной сигнализации систем наружного и внутреннего оповещения людей о пожаре);
- Пуско-наладочные работы (наладка).
- Техническое обслуживание (ТО)
- ООО «Аристоль» также осуществляет монтаж, наладку и техническое обслуживание систем видеонаблюдения, систем голосового оповещения, систем контроля управления доступом (СКУД), систем активного пожаротушения, периметральной сигнализации, а также предоставляет услуги по проектированию систем охранной-пожарной сигнализации и составлению проектно-сметной документации. С развитием деятельности предприятия среди перечисленных видов услуг значительно увеличилась доля услуг по техническому обслуживанию объектов охранной, пожарной сигнализации.



Организационная структура предприятия ООО «Аристоль»



Динамика объема производства и реализации продукции ООО «Аристокль»

Показатель	2008 год	2009 год	Абсолютное отклонение (+/-)	Относительное отклонение, %
Произведено работ, в т.ч.	16 556 477,83	21 175 329,43	4 618 851,60	127,9
- за 1 квартал	2 290 602,21	3 932 536,41	1 641 934,20	171,7
- за 2 квартал	4 098 718,60	3 099 452,64	- 999 265,96	75,62
- за 3 квартал	5 469 344,18	5 136 242,04	- 333 102,14	93,91
- за 4 квартал	4 697 812,84	9 007 098,34	4 309 285,55	191,73
Реализовано работ, в т.ч.	18 571 089,92	24 071 434,47	5 500 344,55	129,62
- за 1 квартал	2 977 187,13	4 488 104,89	1 510 917,76	150,75
- за 2 квартал	4 262 811,86	3 723 424,73	- 539 387,13	87,35
- за 3 квартал	5 818 846,68	5 784 295,25	- 34 551,43	99,41
- за 4 квартал	5 512 244,25	10 075 609,60	4 563 365,35	182,79

Основные экономические категории

- **Конкурентная разведка (Бенчмаркинг)** - это постоянное изучение лучшего в практике конкурентов, предприятий из смежных отраслей, непрерывное сравнение компании с собственной моделью бизнеса. Словом, искусство выявлять и использовать в своем бизнесе то, что другие делают лучше.
- Англоязычное слово "бенчмаркинг" пришло в экономику из геодезии, где оно означает опорную отметку. В наиболее общем смысле benchmark - это нечто, обладающее определенным количеством, качеством и способностью быть использованным как стандарт или эталон при сравнении с другими предметами.



Кадровый вопрос для КР

аргументы **ЗА** и **ПРОТИВ**

Возложение функций конкурентной разведки на маркетолога, более того - подготовка специалиста из числа собственных сотрудников нередко оказывается предпочтительнее. Попытаюсь обосновать свое мнение.

Вот мои аргументы:

- 1. Маркетологи и безопасники принципиально по-разному относятся к проведению коммерческой сделки. Само восприятие коммерческой сделки у них довольно часто может кардинально отличаться.
- 2. Маркетологи, работая в конкурентной разведке, чаще стоят на позициях разведки, тогда как многие безопасники более склонны заниматься контрразведкой
- 3. Маркетологи способны увидеть информацию по намекам и слабым сигналам, тогда как безопасники могут пройти мимо огромного пласта ценной коммерческой информации, не заметив ее.
- 4. Маркетологи чаще могут быть набраны из уже известных и проверенных в совместной работе людей, тогда как безопасники - почти всегда люди со стороны.

Таким образом, на мой взгляд, можно сделать некоторые выводы.

- 1. Как маркетологи, так и безопасники имеют свои плюсы и минусы, поэтому нельзя говорить, что кто-то из них однозначно и в любой ситуации лучше по всем параметрам. Возможны ситуации, когда с функциями конкурентной разведки достаточно неплохо справятся как маркетологи, так и безопасники, а бывают ситуации, когда маркетологи предпочтительнее, или наоборот, только безопасник может обеспечить нужный результат.
- 2. Для целей информационного обеспечения тактических управленческих решений руководства предприятия, а также работы отделов маркетинга и сбыта предпочтительнее маркетологи, тогда как с работой по информационному обеспечению деятельности службы безопасности предприятия безопасники справляются лучше. При этом вопросы организации службы безопасности лучше получаются у выходцев из одних силовых структур, а вопросы информационного обеспечения деятельности службы безопасности – у выходцев из других.



Глобальный бенчмаркинг (БМ)

Новое явление глобализации



Маркетинговые и консультационные компании-услуги по БМ
Обучающие центры - семинары по БМ
СМИ-публикации по БМ

Термин «бенчмаркинг»



Геодезия-отметка уровня высоты горы, здания, паводка
Контрольная точка - точка отсчета - начало отсчета
Точка визирования (из нее –измерения, стандарты)
С 70-х-референтная точка для проведения сравнений
80-х – объект измерения, точка отсчета, сравнения себя с другими

Что из себя представляет?



Бенчмаркинг- система методов и способов получения информации.
БМ – инструмент исследований и открытий операционных процедур.
БМ– сопоставление, оценка, сравнение с процессами компаний лидеров.
БМ – процесс оценки деятельности в сравнении с лучшими в своей отрасли компаниями.
БМ – стандарт совершенства или достижений, по сравнению с которым оцениваются соответствующие показатели.
БМ – поиск отраслевых примеров образцовой практики.

Задачи



1. Сравнить свои показатели с показателями других организаций: конкурентов и лидеров рынка.
2. Постоянно искать, изучать и активно адаптировать и внедрять чужой успешный опыт у себя в организации.



ЦЕЛИ СОЗДАНИЯ КР

Помочь
предприятию
стабильно
развиваться.
Достичь и
закрепить
конкурентные
преимущества
Не допустить
потери бизнеса
(или вовремя
уйти)
из-за угроз (вне
и внутри)

Научить понимать и
предвосхищать угрозы
внешние и внутренние

Помочь руководству найти лучшие
варианты и направления действий

Предприятие
Руководство
Конкурентна
я - Разведка

Научить
работать в
рамках
законодательств
а

Пересмотреть
свои взгляды
на слово
«разведка» с
точки зрения
экономических
угроз и целей

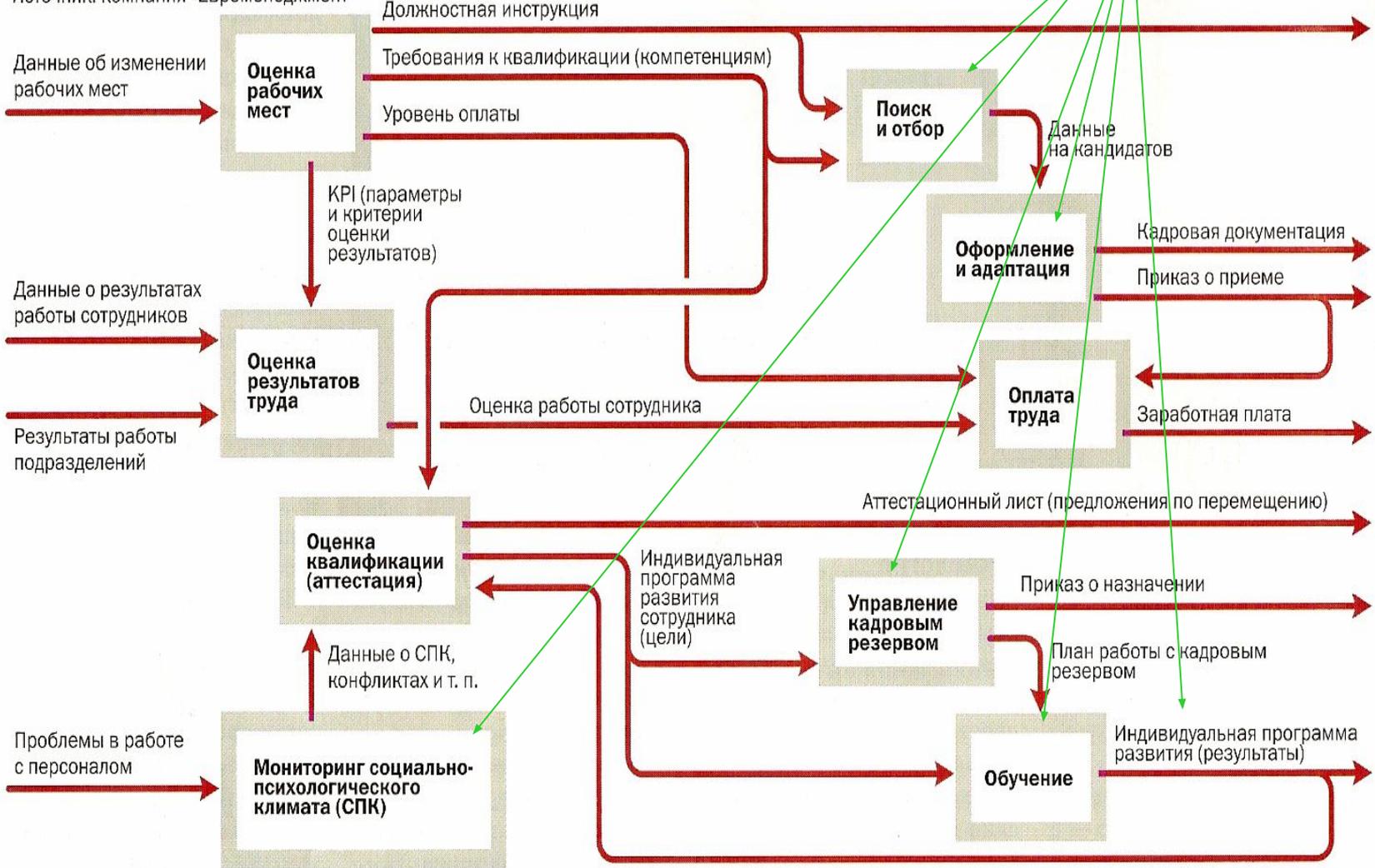
Научить сотрудников работать с открытыми
Источниками информации



Упрощенная модель управления кадрами

КР и возможности

Источник: компания «Евроменеджмент»



Спасибо за внимание!

