

3. ПРОЦЕСС БИЗНЕС-РАЗВЕДКИ

3.1. Осуществление процесса бизнес-разведки

Модель «Разведывательный цикл обработки информации» включает:

1. Планирование и выбор объекта;
2. Сбор опубликованной информации;
3. Сбор информации из первичных источников;
4. Анализ собранной информации и создание готового продукта.

Модель Эштона и Стейси является одним из примеров организации процесса бизнес-разведки. Основными элементами, оказывающими влияние на процесс, являются потребности заказчика и возможности информационной системы. К основным этапам цикла бизнес-разведки в рамках данной модели относят:

1. Планирование разведывательных мероприятий;
2. Сбор первичных материалов;
3. Анализ собранных материалов;
4. Получение результата;
5. Использование результата (оказание воздействия на объект);
6. Оценка результата.

Сильные стороны:

Модель подчеркивает необходимость перехода к первичным источникам информации после того, как проведена работа с публикациями.

Слабые стороны:

1. Модель не акцентирует внимание на ключевой идее бизнес-разведки о необходимости включить информацию в процессы принятия решений на предприятии.
2. Отсутствие элемента внедрения сформированных результатов.
3. Модель упускает из виду потребности своей целевой аудитории, акцентируя внимание на стандартный алгоритм действий

Основные элементы **модели «4С»** процесса бизнес-разведки:

1. **Сбор информации** – определение потребностей пользователя или «ключевых вопросов», определение объекта и планирование мероприятий.
2. **Обработка информации** включает систематизацию и анализ данных, объединение полученных данных с уже имеющимися, интерпретацию обработанных данных.
3. **Взаимодействие с автором задачи** подразумевает доставку данных соответствующим пользователям, выработку механизмов обратной связи.
4. **Встречный процесс** означает включение бизнес-разведки в систему управления организации и оказание влияние на процесс постановки целей.

Особенностью данной модели является учет того положения, что конечный получатель информации оказывает влияние на реализацию практически каждого этапа процесса бизнес-разведки.

Модель «4С» является упрощенным вариантом модели Эштона и Стейси, но отличается от нее тем, что признает зависимость информации, собираемой в ходе выполнения процесса разведки, от изменения потребностей.

Список использованных источников

Степанов Д. А., Крючков В. Н. Бизнес-разведка как информационная основа стратегического маркетинга // Вестник Омского университета. – Серия «Экономика». – № 3. – 2009.