

Роль и место конкурентной разведки в современном предпринимательстве

Денисов А.А.¹

Статья написана по обращению Российского общества профессионалов конкурентной разведки

Опубликовано на сайте: <http://www.rscip.ru/loaded/denisov.pdf>

Как бы нам всем ни хотелось, чтобы Россия уже сегодня являла пример самой передовой в технологическом отношении державы мира, но, к сожалению, постиндустриализм пока к нам так и не пришел. До сих пор за очень незначительными исключениями, преимущественно касающихся использования технических аспектов сетевых технологий сбора, хранения данных и управления сложными процессами – общая **идеология управления** конкурентным столкновением², используемая российскими компаниями, государственными и правительственными организациями – а именно она определяет передовой уровень развития экономики и страны в целом – по-прежнему остается старой, заимствованной из времен Советского Союза. А ведь стоит напомнить, что СССР проиграл «холодную войны» вовсе не из-за «предательства» Горбачева или «происков империализма», а потому что оказался невосприимчивым к новым технологиям. В первую очередь – к новым технологиям управления. И не смотря на все это, не смотря на самый трагический социальный опыт целой империи, воз, как говорится, и ныне там.

Технологические поколения в современном мире меняется раз в 2-3 года. То есть со времен распада СССР произошло 5-7 смен поколений технологий. Правда, могут возразить, что смена технологий гораздо более простое и часто случающееся событие, чем смена технологических идеологий. Но в том-то и дело, что в середине 90-х годов произошла еще и смена идеологий управления [1]. А мы с вами были ужасно заняты: то перестройка у нас, то гкчп, то ходарковских сажают, то березовские сбегают. У нас всегда что-нибудь свершается.

Складывается впечатление, что пока мир занимался серьезными делами, мы игрались со «стеклянными бусами». Поэтому тот, кто сегодня первым осознает и найдет в себе силы исправить³ сложившееся положение, получит неопределимые конкурентные преимущества перед другими.

Два ключевых обстоятельства, упущенных из внимания российскими компаниями

Рассматривая роль и место конкурентной разведки в современном предпринимательстве, мы можем, подобно тому, как в капле воды можно увидеть целый океан, наметить к рассмотрению и весь комплекс проблем внедрения новой технологической идеологии управления в практику российского бизнеса. (Еще раз напомним и особо подчеркнем, что мы рассматриваем идеологию управления бизнесом и идеологию управления конкурентным столкновением как синонимы.)

¹ Автор статьи – Денисов Александр Альбертович, канд. техн. наук, ст. науч. сотр. Института конструкторско-технологической информатики РАН, руководитель группы по управлению рисками в инвестиционной деятельности ГК «Никколо М». Специализируется в области системного проектирования производств, конкурентной разведки и новых информационных технологий управления поведением.

² Оно же и есть методология развития бизнеса, против признания чего нередко восстают разного рода моралисты, идеологи гуманизма, рынка, сторонники «нравственного бизнеса» или прав человека.

³ Исправит для себя, только для себя, любимого, иначе не будет ему никакого конкурентного преимущества!

Произошедшая смена технологических идеологий управления наиболее ярко проявляется в изменениях двух ключевых моментов, полностью упущенных из внимания руководителей российских компаний:

1. в кардинальном изменении характера и структуры основных групповых конфликтов внутри современного предприятия по сравнению со старым советским и российским акционированным предприятиями;
2. в появлении принципиально новых технологий управления конкурентным столкновением и, как следствием, возникновение совершенно новых угроз, целей, сил и средств управления (конкурентным) конфликтом.

Оба указанных момента, кумулятивно складываясь и взаимно влияя друг на друга, создают абсолютно новую ситуацию, в которой приходится развиваться современному предприятию. В России же эта новая ситуация совершенно не осознана и вынужденно проявляется в том, что закрытый сектор российской экономики в последнее время развивается более быстрыми темпами, чем сама российская экономика. «Лучшая стратегия – притвориться мертвым тараканом» [2]. Иными словами, не умея, да и вообще не понимая сути новых технологий управления, российские владельцы и менеджеры компаний «принимают позицию страуса»: вместо того, чтобы открыть книги, закрывают свои компании.

Для практиков в области современных технологий управления такая позиция – просто подарок. Что может быть лучше противника, который а la Троцкий объявляет: «Ни мира, ни войны, а армию распустить»! Однако для российской экономики в целом подобная стратегия глубоко порочна, поскольку превращает закрытую непубличную компанию, а нередко целые отрасли в легкую добычу для тех, кто располагают реальным доступом к современным технологиям управления конкурентным столкновением. А последние, собственно говоря, не будь дураками, этим вовсю и пользуются.

Первое упущенное обстоятельство

Старое советское предприятие, если отбросить пропагандистскую «шелуху», основывалось на относительно простой схеме группового конфликта, бывшей основой всех процессов управления коллективом: «менеджмент предприятия – трудовой коллектив».



Рисунок 1. Основной групповой конфликт на старом советском предприятии.

На основе именно этой схемы конфликта и были построены основные приемы саботажа, в массовом масштабе использовавшихся в конце 80-х – начале 90-х годов для разрушения советского ВПК. Помните, выборы директоров, «ваучеризация» и т.п. Это потом жулики и аферисты разного рода воспользовались последствиями саботажа, чтобы «разграбить могилу барона», но сперва был именно саботаж.

Возможно, что кто-то искренне надеялся, что приватизация естественным порядком приведет к внедрению новых технологий управления на уровне предприятия, хотя на практике этого не произошло. Но то, что не произойдет вообще ничего – вот этого не

предполагал, видимо, никто. А между тем схема структуры основных групповых конфликтов на российском акционированном предприятии показывает, что дело обстоит именно так.



Рисунок 2. Основной групповой конфликт на российском акционированном предприятии.

Поскольку в абсолютном большинстве случаев количество реальных владельцев на российском акционированном предприятии минимально, чему в наибольшей степени способствует российское корпоративное законодательство и правоприменительная практика, то приходится констатировать, что фактически единственным изменением по сравнению со старым советским предприятием является прибавление нового звена управления в группе «менеджеры предприятия». Теперь роль старого советского директора и одновременно чуть-чуть от роли отраслевого министра де-факто выполняет владелец. Ему подчиняются менеджеры во главе с генеральным директором. А на старом советском предприятии «Главным» был только директор. При этом совершенно не важно, официально ли заявлен настоящий владелец или он тайно руководит компанией через лично преданных лиц. В обоих случаях существо **структуры** основного конфликта остается по-прежнему советской. А это означает, что на таком предприятии в принципе не может быть внедрена никакая новая идеология управления, поскольку объективная структура ее оторгнет.

Строительство же вертикально интегрированных отраслевых холдингов вообще полностью скопировало структуры советских отраслевых министерств с полным воспроизводством структуры групповых конфликтов на отдельном предприятии..

Таким образом, мы приходим к выводу, что за все годы перестройки и постперестройки в управлении российским предприятием ничего нового не возникло. Вот отсюда-то и появляется идея «претвориться мертвым тараканом». А учитывая, что «таракан» «сдох» еще к середине 80-х годов, притворяться, пожалуй, не так уж и сложно.

Между тем в мире современное предприятие имеет совершенно иную, гораздо более сложную внутреннюю структуру основных групповых конфликтов (рисунок 3). Ключевым отличием такого предприятия от старого советского и российского акционированного предприятий является наличие большого количества акционеров, которые из-за большой своей численности формируют особую групповую общность, отличную по целям деятельности и от менеджеров, и трудового коллектива⁴.

Новая структура основных конфликтов совершенно по-новому ставит задачу информационного обеспечения управленческих решений. При минимальном количестве ре-

⁴ Все дело именно в численности. Российская практика подавления или даже полного игнорирования интересов миноритарных акционеров неизбежно ведет к жизненной необходимости концентрации власти в руках минимального числа владельцев. Именно это обстоятельство ограничивает численность реальных акционеров и не дает сформироваться особой группе «Множество акционеров». Интересно, что это же обстоятельство как следствие ведет к провоцированию постоянного передела собственности, с одной стороны, и к устойчивой тенденции вывода прав собственности под международную юрисдикцию в виде вывоза капитала или слияний с иностранными компаниями, как, например, только что довольно неудачно попытался сделать Мордашев («Северсталь»), с другой стороны.

альных владельцев, т.е. лиц принимающих решения, необходимым является использование предельно закрытых каналов получения информации, не доступной по этой причине для всех остальных заинтересованных лиц. Это позволяет не допустить к процессам планирования и управления бизнесом посторонних лиц.

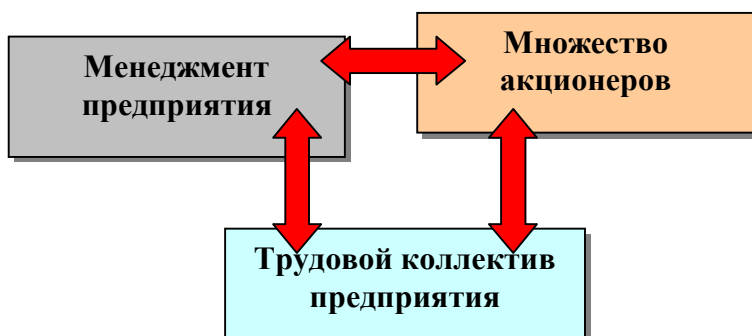


Рисунок 3. Основные групповые конфликты на современном предприятии.

Наиболее адекватным методом информационного обеспечения в такой постановке задач управления развитием бизнеса, является оперативная разведка со всеми ее атрибутами, включая и агентурную работу с предателями из числа сотрудников других организаций и компаний, которых сегодня называют более модным термином «инсайдеры».

Напротив, при наличии оформленной группы «Множество акционеров» менеджмент предприятия обязан публично отчитываться перед акционерами о причинах и методиках принятия управленческих решений. При этом использование оперативной информации становится крайне затруднительным, потому что раскрытие ее содержания может легко привести и к раскрытию «источника», т.е. к провалу агента. В результате возникает необходимость перехода от оперативной разведки к разведке деловой или конкурентной.

Деловая или конкурентная разведка⁵ не имеет никакого отношения к оперативной разведке. Так же как геологоразведка не имеет никакого отношения к Джеймсу Бонду или Штирлицу. Главное отличие этих двух технологий информационного обеспечения наиболее легко представить в виде гипотетической «шкалы легальности», на противоположных концах которой отложены как два предельных случая:

1. «оперативная разведка», основанная на полностью нелегальные методы добычи первичной информации;
2. «деловая или конкурентная разведка», основанная на исключительно легальных методах добычи первичной информации.

Оперативная разведка

Полностью нелегальная деятельность

Деловая или конкурентная разведка

Полностью легальная деятельность

Рисунок 4. Гипотетическая «Шкала легальности» деятельности по информационному обеспечению управленческих решений.

⁵ В данной статье мы исходим из того, что деловая разведка и конкурентная разведка – синонимы, обозначающие одну и ту же информационную технологию поиска и анализа прикладных данных в сложно структурированных системах баз данных осуществляемых для целей информационного обеспечения принятия и реализации управленческих решений в экономике и политике.

Естественно, что на практике оперативная разведка никогда не ограничивается только нелегальными методами. Однако деловая или конкурентная разведка **всегда** ограничена только легальными источниками и формами деятельности.

Главные хранилища информации, с которыми работает деловая или конкурентная разведка – гипербиблиотеки типа «Lexis-Nexis» [3]. Существо же самого подхода, который реализован в этой технологии, состоит в использовании исключительного уровня развития и массового распространения в современном обществе методов сбора, хранения, поиска и анализа открытой информации обо всех сторонах жизни современного гражданина или организации. Грубо говоря, мы сами подаем на себя данные, которые накапливаются в гипербиблиотеках и которые на основе анализа могут быть преобразованы в информацию разведывательного характера. При этом и первичные данные являются полностью открытыми, и методики анализа широко известными и доступными для любого гражданина. Возникает своего рода «общество без тайн и секретов», в том смысле, что больше ничего и никаким образом невозможно засекретить. Этаким «паноптикум»⁶.

Мы знакомы с этой ситуацией на основе попыток российского ФСБ осудить некоторых российских ученых, которые под видом научной работы передавали чувствительную информацию зарубеж. Все подобные процессы фактически были полностью обоснованы, но юридически носили характер искусственно инспирированных, «высосанных из пальца» и потому дискредитирующих и государство и сами спецслужбы.

Причина такого крайне неприятного положения заключена в том, что сегодня благодаря распространению технологий деловой или конкурентной разведки невозможно засекретить практически никакие данные. Любой специалист с минимальной квалификацией может получить крайне чувствительную информацию из открытых источников. И предъявить ему обвинения на основе анализа состава и события преступления невозможно, так как в его действиях с точки зрения юриспруденции в принципе **отсутствует событие преступления**. Это и есть **главный юридический признак деловой или конкурентной разведки**.

Помимо этого вполне уместным будет также добавить, что деловая или конкурентная разведка, будучи рассмотренной с экономической точки зрения, снижает издержки получения оперативной информации путем исключения из технологической цепочки шпиона, т.е. путем снижения затрат на оплату его труда⁷.

Шпионаж без шпионажа. Никаких претензий. Все полностью корректно, этично, легально. И благодаря этому менеджеры современного зарубежного предприятия совершенно спокойно могут открыть перед акционерами источники информации, на основе которой они принимали управленческие решения.

А вот их коллеги на российском предприятия так поступить не могут. Им остается только «претворяться мертвым тараканом» и заниматься классическим шпионажем. Как следствие возникают вполне обоснованные спекуляции относительно «закрытости российского бизнеса», его связях с криминалитетом или КГБ и т.д. – кому как удобнее давить

⁶ Бентам мечтал создать новую тюрьму как полную противоположность старой тюрьме, т.е. темнице. В ней должны были быть совершенно прозрачные стены, чтобы все заключенные были видны. Эту тюрьму он назвал «паноптикум», т.е. пан-оптикум, все видно, все прозрачно. При этом, мало кто задумывался, что в паноптикуме видны становятся и сами тюремщики. Создавая всеобщее информационное общество, представители национальных элит долгие годы никак не могли сложить два и два, чтобы получить четыре. В результате возникло новое общество, в котором не только они могут отследить любого гражданина, но и любой гражданин может отследить их самих. Вот уж шок-то у бедолаг возник: «черный пиар», «заговор жидов и масонов», «мировое правительство»! Ан поздно, батеньки! Поезд ушел!

⁷ Это, естественно, крайне неприятно для всех бывших шпионов, поскольку при массовом распространении методов деловой или конкурентной разведки они остаются не у дел. Осознание данного обстоятельства заставляет их всячески тормозить внедрение данной технологии, что делает компании, попавшие под их влияние, все более и более уязвимыми для современных технологий конкурентного противоборства.

русского конкурента, тот ту тему и выбирает. О других издержках мы уже упоминали выше.

Второе упущенное обстоятельство

Второе важнейшее обстоятельство, упущенное из внимания владельцами и руководителями российских компаний, состоит в появлении совершенно новых технологий управления конкурентным противоборством. Собственно говоря, нельзя сказать, что эти технологии как черт из табакерки выскочили «ниоткуда». Многие их важнейшие элементы уже давно существуют и широко используются в практике. Но в середине 90-х произошел качественный скачок, приведший к формированию принципиально новой ситуации. То, что раньше было доступно только крупным государствам в силу огромной ресурсоемкости, теперь стало доступным даже для очень небольших компаний.

О чем идет речь? О появлении нового поколения технологий управления жизненным циклом человеческой организации. Или, говоря по-простому, управления поведением отдельных людей, небольших групп или целых наций. Если еще совсем недавно предполагалось, что для того, чтобы вызвать революцию, нужно обладать контролем над СМИ, захватить «почту-телеграф-телефон», и иметь хотя бы 2-3 миллиарда долларов, то сегодня все это – глубоко устаревшие представления «прошлого века». Достаточным является наличие пары миллионов долларов и группы специально подготовленных специалистов. Доступ к таким специалистам и есть доступ к технологиям.

Кроме «революций» и прочих мелких скандалов эти технологии призваны обеспечивать наилучшие условия для повышения стоимости компаний, создавая совершенно новые сферы спекулятивного обращения капитала. Это – основное средство конкурентной борьбы за инвестиционный капитал. Собственно ради этого они и были созданы. А революции – это так, в качестве «тренировочных полетов» или чтобы «развести» заказчика на те самые 2-3 миллиарда долларов. В конце концов, за глупость и необразованность нужно платить. Вот пусть и платит.

Возникновение новых технологий управления конкурентным противоборством уже в середине 90-х годов привело к возникновению так называемой «конкурентной войны» как особой технологии управления конкурентным противоборством. Рассмотрим ее чуть более подробно, чтобы глубже понять существо этих пресловутых «новых технологий».

Конкурентная война представляет собой доведенную до крайних форм конкурентную борьбу частных компаний. В отличие от конкурентной борьбы в конкурентной войне не ставится задача корректного или некорректного захвата рынков сбыта продукции, добросовестного или недобросовестного принуждения к слиянию или захвату монопольного положения на рынке. Это – все еще методы конкурентной борьбы. В конкурентной же войне перед компанией стоит одна - единственная цель: полное уничтожение компании-конкурента как совокупности людей, способных к целевому единству деятельности, и стирание памяти о ее существовании.

На рисунке 5 в самом общем виде показано отношение концепции конкурентной войны в общей схеме технологических идеологий управления развитием бизнеса.

Наиболее ярко особенности конкурентной войны и вообще всех современных технологий управления конкурентным противоборством можно проиллюстрировать на примере «психополитической диверсии».

Психополитическая диверсия (ППД) представляет собой тактическую реализацию деструктивных аспектов методов психоинжиниринга. Это – пик конкурентной войны. На этом этапе предприятие, подвергающееся агрессии, должно быть уничтожено необратимо, а окружающие сторонние наблюдатели, видя внешние эффекты ППД но не понимая их истинной причины, должны проникнуться глубоким убеждением, что ЛПР этого предпри-

ятия настолько неадекватны, что нет и не может быть никакой возможности защитить их или помочь им.



Рисунок 5. Место концепции конкурентной войны в общей схеме технологических идеологий управления развитием бизнеса.

Целью *психополитической диверсии* (ППД) является создание “эффекта деменции” в сознании руководителя или коллективном сознании группы лиц, принимающих решения (ЛПР), и осуществляемое для блокирования процесса выработки, принятия и реализации управленческого решения.

ППД основывается на осуществлении ряда распределенных психоинформационных ударов, которые, как правило, наносятся по местам стыков систем должностных инструкций разных структурных подразделений организации. Психоинформационные удары представляют собой внедрение извне в коллективное сознание ЛПР предприятия информационных сообщений, содержащих фрагменты чужеродных для него логик или систем классификации. Фактически, при совершении ППД удары происходят не по самой организации как структуре или группе лиц, а по логике, на основе которой функционирует ее коллективное сознание, разрушая и само коллективное сознание организации, и индивидуальные психические способности ее руководителей.

В результате применения ППД у руководящего состава компании, а затем и у большинства сотрудников развивается временное слабоумие (деменция), выражающееся в существенной либо катастрофической потере самокритичности мышления, огрублении

(сверхбыстрой примитивизации) высших психических реакций и – как следствие – приводящее к временному разрушению способности к адекватной оценке реальной ситуации, выработке и реализации управленческих решений.

Приведенное описание конкурентной войны, конечно, может произвести впечатление на «неокрепшие умы». Однако для специалистов гораздо интереснее проследить ее научно-технологические истоки (рисунок 6).

Развитие информационных технологий прошло 3 уровня: **Computation** – выполнение вычислений; **Communication** – это, прежде всего, Сеть и все, что с ней связано; и **Cognition** – быстро зарождающийся сегодня третий уровень, ориентированный на поддержку мыслительной, интеллектуальной деятельности. Область действия этого уровня – знания. Существо его – управление процессами создания и обмена новыми знаниями в коллективном сознании организации.

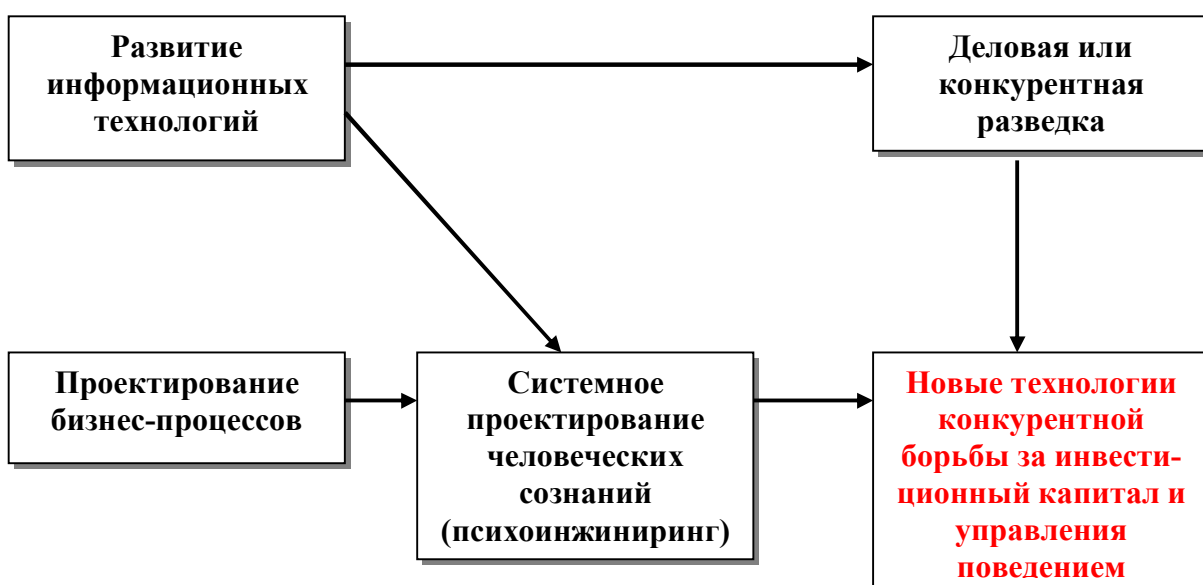


Рисунок 6. Генезис современных информационных технологий конкурентной борьбы и управления поведением выбора.

“Управление знаниями” имеет две технологические составляющие:

- ♦ собственно программно-техническую, в которую входят такие технологии, как добыча данных и добыча текстов, корпоративные порталы знаний, системы управления документооборотом, экспертные системы и проч.;
- ♦ технологии превращения “скрытого” знания в “явное” – назовем их условно “психоинжиниринг”

“Скрытое” знание – это личные знания, навыки и опыт отдельного человека. Задача руководителя – создать такие условия, чтобы личные (скрытые для организации) знания работника превратились в составную часть общего коллективного опыта организации, зафиксированного и перенесенного на те или иные носители, т.е. в “явные” знания.

Но управлять знаниями нельзя. Можно управлять лишь той средой, в которой происходит отчуждение “скрытых” знаний работников и превращение их в “явные”. Поэтому главная задача психоинжиниринга – управление процессами взаимодействия коллективного сознания организации с индивидуальными сознаниями людей.

В этом смысле все процессы создания целевого единства деятельности (человеческих организаций), направления его на достижение определенных внешних или внутрен-

них целей, а также и управляемое разрушение организаций является сферой приложения и предметом психогенных технологий.

Принципиальное преимущество психоинжиниринга по сравнению с традиционными технологическими направлениями, используемыми в управлении развитием человеческих сообществ, основывается на 2-х его уникальных особенностях.

Первая особенность. Базовая концепция этого и только этого вида технологий. Суть этой концепции состоит в разделении двух видов сознания: индивидуального сознания и коллективного сознания (так называемого **квасисознания**). Причем – и это самое важное! – квасисознание по своим свойствам противоположно сознанию индивидуальному, одно из другого не возникает и одно к другому не может быть сведено. Это – две абсолютно разные постоянно конфликтующие между собой сущности, каждая из которых неповторимо, совершенно специфически определяет поведение людей.

Традиционные же представления о психических процессах, напротив, основываются на том, что все коллективные феномены поведения в конечном итоге являются производными от деятельности индивидуального сознания.

Новый подход к описанию и управлению психическими феноменами позволяет получить доступ к процессам управления коллективным поведением не только через воздействия на индивидуальные сознания людей-участников организации, что является сутью традиционных методов управления, но и путем прямого воздействия на квасисознание (коллективное сознание), минуя стадию воздействия на сознание индивидуальное. В итоге создание нужных эффектов коллективного поведения осуществляется:

1. в гораздо более широких пределах, но без нанесения ущерба сознанию отдельного человека;
2. обходя все известные меры защиты от внешнего наблюдения за процессами внутри системы влияния, подвергающейся воздействию (скрытность), и меры защиты от внешнего вмешательства в эти процессы (эффективность).

Вторая особенность. В психоинжиниринге впервые за всю историю развития психологии удалось создать и использовать инженерные измерительные шкалы. Это открывает удивительные возможности для проектирования и построения коллективных сознаний организаций с заранее заданными свойствами. Аналогично тому, как инженеры могут проектировать и строить мосты или радиотехнические устройства.

Объединение двух технологических составляющих “управления знаниями” – программно-технических комплексов и психоинжиниринга – позволило достичь резкого сокращения времени и удешевления цикла проектирования и создания новых человеческих организаций.

Время, необходимое для создания и вывода на технические параметры самокупаемости реально действующей коммерческой организации, в условиях современной России с помощью методов психоинжиниринга может быть сокращено в 2-4 раза и даже более.

Эти цифры кажутся фантастическими, но они реальны.

Использование комплексных технологий “управления знаниями”, и, прежде всего, психоинжиниринга, для деструктивных целей делает процесс уничтожения организации-конкурента настолько малобюджетным, быстрым и скрытным, что в ряде случаев становится гораздо дешевле полностью уничтожить конкурента и захватить его клиентуру, чем развивать свою собственную компанию⁸.

Применение новых технологий управления конкурентным столкновением, включая и конкурентную войну, открывает возможность оказывать скрытные воздействия на стоимость компании-конкурента, действуя при этом так, как если бы, входя в осажденный го-

⁸ Если кто-то действительно поверил в то, что «экономика знаний» – это новые методы организации творческого труда инженеров, врачей или дизайнеров моды, новые формы образования населения и т.п., то следует признать его очень наивным человеком, слишком далеко оторванным от реальной действительности.

род, мы были одеты в плащ-невидимку и проходили через ворота, о существовании которых защитники города ничего не знали.

На рисунке 7 показана обобщенная схема основных структур предприятия. Защищенными квадратами с текстом красного шрифта показаны те из них, которые используются новыми технологиями дополнительно к остальным и которые оказываются абсолютно не защищенными у российских компаний. Не защищенными только потому, что о возможностях оказания воздействий на них владельцы и менеджеры этих компаний ничего не знают. Это делает их даже не легкой добычей, а просто гамбургерами на блюде мировой конкуренции: Ешь – не хочу!



Рисунок 7. Описание предприятия посредством выделения в нем различных структур.

Основные воздействия при использовании современных технологий управления конкурентным противоборством, как уже было показано выше, приходится на систему коллективного осознания ситуации, принятия и реализации управленческого решения. На рисунке 8 показаны конкретные уровни приложения этих технологий. Учитывая, что уровень приложения психоинжиниринга на единицу выше, чем у традиционных технологий научной деятельности, становится понятным, почему в новых технологиях управления конкурентным противоборством с такой легкостью и с настолько низкими издержками создаются новые знания и новые организационные структуры. Именно это обстоятельство отражается, кстати говоря, на известном всем сегодня процессе потери интереса к фундаментальной научной деятельности. А зачем она нужна, если есть психоинжиниринг? Его возможности намного выше, его технологии намного дешевле и путь, который он открывает, намного короче и сулит несравненно более высокие прибыли на вложенный в производство новых знаний капитал, чем классическая наука.



Рисунок 8. Уровни приложения новых информационных технологий конкурентной борьбы и управления поведением выбора в общей цепочке обобщенных процедур принятия и реализации управленческих решений.

Выводы: или пан, или пропал

Теперь вернемся к тому, с чего мы начали. В середине 90-х годов в мире произошла смена технологических идеологий управления развитием бизнеса или конкурентным противоборством, что одно и то же.

В специальной литературе эта идеология носит название «управление стоимостью». Она происходит из раздела общей теории систем, известного как «системное проектирование». Но при этом является объективным порождением информационных технологий, а конкретнее – третьей волны информационных технологий, известной как «управление знаниями».

Особо следует подчеркнуть, что **управление знаниями, управление стоимостью, психонжиниринг или системное проектирование – чисто инженерные дисциплины.** В этих областях не могут работать люди, не имеющие очень серьезного базового инженерно-технического, инженерно-физического и т.п. образования. Причем просто диплома об окончании ВУЗа тут явно не достаточно⁹.

Произошедшая смена технологических идеологий наиболее яркое выражение находит в двух принципиальных для владельцев и менеджеров российских компаний обстоятельствах:

1. в кардинальном изменении характера и структуры основных групповых конфликтов внутри современного предприятия по сравнению со старым советским и российским акционированным предприятиями;
2. в появлении принципиально новых технологий управления конкурентным столкновением и, как следствием, возникновение совершенно новых угроз, целей, сил и средств управления (конкурентным) конфликтом.

Взаимно влияя и усиливая друг на друга, они позволяют создавать крайне опасные угрозы развитию российских компаний. На сегодняшний день этого совершенно не учитывают, а нередко и просто боятся осознавать представители обеих перечисленных выше групп лиц. Но попытка «спрятать голову в песок», переждать, мол, «глядишь беременность и рассосется как-нибудь», что было не самой плохой тактикой во все предыдущие эпохи, сегодня не может привести к хорошему результату, потому что объектом атак стали не состояния или права собственности, а структуры сознания. От деменции почти невозможно защититься, уж коли она возникла. Классический пример – старческий маразм. Кстати, если эту статью прочитал врач-психиатр, то наверняка он отметил для себя, что описанные признаки совершения психополитической диверсии практически полностью совпадают с деменцией сосудистого типа, т.е. со старческим маразмом.

Таким образом, если руководство российской акционированной компании не принимает своевременных мер по обеспечению доступа к современным технологиям управления конкурентным противоборством, а опирается на идею, что «Лучшая стратегия – притвориться мертвым тараканом», то это означает, что либо эти люди уже были подвергнуты психоинформационным ударам извне и тогда самым гуманным было бы оставить их на попечение врачам, либо они – «лакомый кусочек на подносе», полностью подготовленный к «съедению». Цена, которую придется при этом заплатить – одна: деменция.

Напротив, освоение новых технологий открывает двери в новый мир бесконечной борьбы за богатство и дележа власти. Конца и краю этой борьбе не будет. Но это все-таки лучше искусственно приобретенного маразма.

Литература

- [1]. Том Коупленд, Тим Коллер, Джек Муррин. Стоимость компаний: оценка и управление. // М., ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003.
- [2]. Почему они частные? //Forbes. – Окт. 2005, № 10 (19). С. 116-118.
- [3]. См., например, Н.П.Лиходеев, Л.Е.Товстых. Информационные ресурсы для бизнеса. //СПб., ЗАО «Электроника, бизнес, информатика», 1998

⁹ Уточнение данного обстоятельства позволит менеджерам и владельцам российских компаний избежать «подстав», которых им, конечно же, будут предлагать в качестве источника новых технологий и знаний. Учитывая это короткое замечание, можно избежать хотя бы наиболее грубых провокаций и подставок.