

УДК 339.137.2

***КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ***

Логинев Д.А.

д.э.н., профессор,

Вятский государственный университет,

Киров, Россия

Наговицына В.П.

студент,

Вятский государственный университет,

Киров, Россия

Лузянина Е.Ю.

студент,

Вятский государственный университет,

Киров, Россия

Аннотация

В статье воплощается изучение теоретических основ понятия «конкурентная разведка», рассматриваемого в научных работах ряда авторов. Актуальность исследования подтверждается растущей значимостью информации в каждой сфере жизнедеятельности человека – не исключением является и бизнес, в котором компании, сталкиваясь с жесткой конкуренцией, вынуждены прибегать к использованию законных инструментов противодействия, позволяющих идентифицировать преимущества и недостатки соперников с целью выстраивания высокоэффективной модели поведения на рынке и, как следствие, получения максимального значения прибыли. В результате проведенного анализа, направленного на систематизацию и обобщение тематического материала, было выявлено, каким образом на экономическую безопасность предприятия оказывает влияние конкурентная разведка.

Ключевые слова: конкурентная разведка, разведывательный цикл, методы, промышленный шпионаж, утечка данных, экономическая безопасность.

***COMPETITIVE INTELLIGENCE AS AN INSTRUMENT FOR ENSURING THE
ECONOMIC SECURITY OF A COMPANY***

Loginov D.A.

doctor of economic sciences, professor,

Vyatka State University,

Kirov, Russia

Nagovitsyna V.P.

student,

Vyatka State University,

Kirov, Russia

Luzyanina E.Yu.

student,

Vyatka State University,

Kirov, Russia

Abstract

The article embodies the study of the theoretical foundations of the concept of «competitive intelligence», considered in the scientific works of a number of authors. The relevance of the study is confirmed by the growing importance of information in every sphere of human activity – business is no exception, in which companies, faced with fierce competition, are forced to resort to using legitimate counteraction tools that allow them to identify the advantages and disadvantages of rivals in order to build a highly effective model of behavior in the market and, as a result, maximize profit. As a result of the analysis aimed at systematization and generalization of thematic material, it was revealed how competitive intelligence affects the economic security of an enterprise.

Keywords: competitive intelligence, intelligence cycle, methods, industrial espionage, data leakage, economic security.

С зарождением в начале 1990-х годов на территории Российской Федерации рыночных отношений, сменивших некогда главенствующую плановую систему хозяйствования, между производителями, предлагающими покупателям разнообразные товары и услуги, разразилась конкурентная борьба за получение лучших условий продаж, не утратившая своей актуальности и к настоящему моменту времени ввиду признания ценности соперничества на рынке как одного из основных инструментов развития экономики.

Для того, чтобы противостоять угрозам, возникающим со стороны конкурентов, необходимо владеть определенными сведениями об их состоянии, что реализуется благодаря изучению открытых источников информации, сбору, оценке и анализу представляющих особый интерес данных.

Описанные возможности присущи такому инструменту, как конкурентная разведка, которая в различных источниках именуется, в том числе, маркетинговой, коммерческой, стратегической, деловой или бизнес-разведкой.

Ввиду отсутствия закрепления данного понятия на законодательном уровне, среди авторов научных статей развернулась дискуссия на тему правильности его интерпретации.

В первую очередь, стоит отметить, что каждый ученый формирует предмет исследуемого понятия исходя из собственного видения, в частности, Л.В. Суворова [8], Е.С. Грошева [3] и Н.И. Баяндин представляют конкурентную разведку в качестве стратегического инструмента, необходимого не только для своевременного получения актуальной информации, но и для принятия грамотных управленческих решений; Н.В. Беляев, С.В. Кунев и Я.Н. Недомолкина [6] характеризуют деловую разведку с точки зрения вида деятельности или работы, позволяющего осуществлять сбор сведений о состоянии конкурентной среды; Н.Е. Якушкина [10] и Р.А. Котанджян [5]

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

подразумевают под рассматриваемым явлением совокупность стратегических или оперативно-тактических методов, причем с указанием на обязательное условие их легальности, а М.В. Плешакова, А.А. Гонин, Е.А. Головкова [2] и А.А. Загребина придерживаются позиции, что конкурентной разведкой является непосредственно сам процесс сбора информации.

Наиболее грамотно с точки зрения достаточности признаков составлено понятие, предложенное Я.Н. Недомолкиной [6], согласно которому в качестве конкурентной разведки признается «особый вид информационно-аналитической работы, позволяющий собирать информацию о юридических и физических лицах (конкурентах) без применения специальных методов оперативно-розыскной деятельности, в рамках законодательства из общедоступных источников и с соблюдением этических норм. Однако в определении отсутствует условие систематического извлечения информации, а также не выделены цель и средства осуществления подобной деятельности. К цели, согласно Л.В. Суворовой [8], можно отнести снижение деловых рисков и обеспечение конкурентных преимуществ, а ее достижение, по мнению Н.В. Беляева и С.В. Кунева, осуществляется благодаря смягчению неопределенности внешней среды и преодолению асимметрии информации.

В общем виде цель конкурентной разведки определяется исходя из получения достаточного объема информации о производителях аналогичных товаров, работ, услуг, выявлении их конкурентных преимуществ и недостатков для обеспечения достижения собственного превосходства.

Одновременно, перед конкурентной разведкой ставятся следующие задачи:

- 1) Анализ эффективности деятельности и финансового состояния конкурентов;
- 2) Определение возможностей, сильных и слабых сторон конкурента для выстраивания стратегии поведения на рынке;

3) Выявление целесообразности либо ее отсутствия относительно сотрудничества с поставщиками и покупателями конкурентов;

4) Исследование основных факторов деятельности конкурентов (уникального торгового предложения, ценовой политики, методов продвижения товаров, условий сервисного обслуживания и др.).

В свою очередь, среди функций деловой разведки выделяют наращивание эффективности предпринимательской деятельности, обеспечение раннего «предупреждения» о потенциальных рыночных угрозах, идентифицирование возможностей, сильных и слабых сторон, а также помощь отделу безопасности в выявлении попытки конкурентов получить доступ к сведениям, содержащим коммерческую тайну компании [10].

Обращаясь вновь к определению понятия конкурентной разведки, стоит отметить, что данное явление рассматривается авторами не только как стратегический инструмент или вид деятельности, но и как непосредственный процесс ее осуществления, представляющий собой разведывательный цикл, традиционно состоящий из четырех (постановка задачи, сбор информации, анализ информации, представление результатов) или пяти (целеполагание и планирование, сбор данных, их обработка, хранение, анализ и распространение информации) этапов в зависимости от выстроенных внутри компании процессов. Однако, ввиду того, что перечисленные модели не предусматривали наличие фазы использования результатов конкурентной разведки, значительно снижалась ценность полученной информации для принятия управленческих решений и предполагалось нанесение ущерба компании из-за напрасного использования ресурсов.

В связи с этим, Н.Е. Якушкиной была предложена обновленная модель разведывательного цикла, включающая в себя уже 9 этапов (рисунок 1).

Во-первых, было произведено разбиение этапа целеполагания и планирования на отдельные фазы – «постановка задачи», «анализ и постановка проблемы» и «планирование процедуры принятия решения». Во-вторых, в цикл Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

включена фаза «обработка данных». И, в-третьих, реализовано деление этапа «распространение информации» на «составление отчета в соответствии с требованиями клиента» и «распространение отчета среди уполномоченных получателей».

Также цикл дополнен фазой «использование информации и обратная связь», в связи с чем после принятия какого-либо решения руководство компании предоставляет оценку качества и эффективности проведенной конкурентной разведки.



Рисунок 1 – Разведывательный цикл Н.Е. Якушкиной [10]

Вместе с тем, хотелось бы внести некоторые корректировки в этапы разведывательного цикла, представленного Н.Е. Якушкиной, – так, на первой стадии целесообразно определить проблему, требующую определенного решения, а в дальнейшем формировать задачу, которая будет обращена в его пользу. Кроме того, третий этап следует преобразовать в «инициирование

конкурентной разведки», поскольку данное описание в большей степени отражает сущность «планирования процедуры принятия решения».

Переходя непосредственно к рассмотрению методов, используемых в конкурентной разведке, необходимо отметить, что в зависимости от способов получения информации они подразделяются на полевые (первичные) и кабинетные (вторичные) [7].

Полевой метод конкурентной разведки подразумевает использование первичных сведений, добывание которых происходит напрямую в момент возникновения, то есть путем посещения открытых выставок, промышленных собраний и лекций, посредством интервьюирования потребителей, поставщиков, относящихся к предприятию и его основному конкуренту, а также в ходе организации попытки сотрудничества под видом подрядчика или устройства на вакантную должность.

Наиболее сложным и в то же время самым эффективным методом конкурентной разведки является беседа с людьми, однако в потоке разговора довольно просто перейти границу как правовых, так и этических норм общества, в связи с чем данная деятельность может быть квалифицирована как промышленный шпионаж.

Главным преимуществом полевого метода выступает возможность получения исключительной, ценной информации о деятельности конкурента, а основным недостатком является необходимость крупного финансирования и временных затрат.

Принцип кабинетных методов конкурентной разведки заключается в анализе вторичной информации на основании данных, взятых из открытых, ранее опубликованных ресурсов.

Примерами использования метода могут являться исследования информации, полученной путем анализа общедоступных статей в СМИ и рекламной кампании конкурента.

Анализируя публикации, сайты компаний-конкурентов и их страницы в социальных сетях, делают выводы о предпочтениях и интересах потенциальных покупателей. Таким образом, основываясь на «поражениях и победах» конкурентов, на отзывах о них в независимых источниках, можно использовать собственную эффективную маркетинговую стратегию в социальных сетях.

Главным преимуществом кабинетного метода служит легкость в использовании, отличающемся своей бюджетностью и малой энергозатратностью, а основным недостатком выступает работа с избыточным количеством недостоверной и бесполезной информации.

Тем временем, Я.Н. Недомолкина отказывается от подобного деления методов и предлагает к использованию собственный перечень, среди которого присутствуют как уже известные – метод исследования отчетности конкурентов и публикаций о них, метод опроса (беседы), метод посещения семинаров, специализированных выставок, конференций, метод мнимого поиска вакансий у конкурента и мнимой организации сотрудничества с конкурентом, так и впервые обнаруженные – метод закупки продуктов конкурента, основанный на приобретении товара (работы, услуги) у конкурента при обычных условиях в целях сравнения с собственной продукцией и, соответственно, выделения преимуществ и недостатков, а также метод сбора отходов или покупки документов/архивов, в том числе разрезанных, порванных, частично сожженных, смятых [6].

Дополнительно, М. Латушко и М. Радыко выделяют в качестве метода конкурентной разведки бенчмаркинг – концепцию, в основе которой лежит идея изучения, проведения аналогии и использования полезного делового опыта организаций для совершенствования деятельности собственного предприятия.

Кроме того, оценить конкурентные преимущества позволяют специальные методы анализа, среди которых С.А. Иванов и С.Ю. Микадзе выделяют SWOT-анализ, SPACE-анализ, PEST-анализ и анализ конкурентов по Портеру. Стоит Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

отметить, что полученные вследствие проведения какого-либо анализа результаты сильно зависят от полноты и качества исходной информации, предоставленной подразделением деловой разведки [4].

Незаконным аналогом конкурентной разведки, использующим методы, нарушающие действующее законодательство, принято называть промышленный шпионаж, характеризующийся также, как недобросовестная практика, которая заключается в получении конфиденциальной информации о компании или ее продуктах в целях коммерческой выгоды путем кражи, взлома, подкупа и другими известными способами [1].

Соответственно, можно выделить следующие отличия между промышленным шпионажем и конкурентной разведкой:

1) при осуществлении промышленного шпионажа используют нелегальные, неэтичные и силовые методы, в то время как реализация конкурентной разведки предполагает исключительно законные способы получения информации;

2) организация промышленного шпионажа предусматривает завладение сведениями, находящимися в закрытых источниках, в то время как путем проведения конкурентной разведки информацию получают из открытых источников.

Тем не менее, исходя из социологических исследований, 77% опрошенных руководителей российских компаний считают промышленный шпионаж чрезвычайно эффективным методом рыночной борьбы, поскольку, по их мнению, информация, получаемая при конкурентной разведке из 100 открытых источников может быть менее ценной, чем информация, полученная при промышленном шпионаже из 1 конфиденциального источника [8].

Доказательством могут служить следующие статистические данные: согласно генеральному директору F.A.C.C.T. Валерию Баулину, за первые четыре месяца 2023 года произошло 75 утечек из российских коммерческих

компаний и госорганизаций, что в 1,5 раза больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, когда было зафиксировано 49 утечек.

В числе крупнейших похищений информации по результатам 2023 года оказались двойная утечка данных бонусной программы «СберСпасибо» (суммарно 52,5 млн записей), сети магазинов «Спортмастер» (46 млн записей) и интернет-аптеки zdravcity.ru (8,9 млн записей).

По мнению руководителя направления «Расследование инцидентов информационной безопасности» FBK CyberSecurity Игоря Собецкого, одним из оснований для такой тенденции является отсутствие оборотных штрафов за утечки персональных данных, вследствие чего многие предприниматели безответственно отнеслись к формированию системы защиты информационных активов своих компаний. Соответствующий законопроект, обсуждаемый с весны 2022 года, предполагает введение в КоАП поправок, по которым компания, допустившая утечку данных, может быть оштрафована на 1% годового оборота.

В целях избежания подобного рода угроз предпринимателю необходимо знать все сильные и слабые стороны инструментов и методов проведения промышленного шпионажа.

К методам промышленного шпионажа традиционно относят похищение документов (ч. 1 ст. 183 УК РФ, ст. 325 УК РФ), подкуп (ст. 204 УК РФ), угрозы (ст. 119 УК РФ, ст. 179 УК РФ), фрикинг (ч. 2 ст. 138 УК РФ), а также слежку, использование специальных технических средств для негласного получения информации, внедрение или вербовка сотрудника, разведывательный опрос, посягательство на собственность конкурента [8].

Какие же необходимы меры для противодействия используемым промышленным шпионажем методам завладения коммерчески значимой информацией?

В первую очередь, речь идет о реализации мероприятий по охране конфиденциальной информации, изложенных в ст. 10 Федерального закона от 29 июля 2004 года №98 «О коммерческой тайне», в том числе составление и

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

подписание сотрудниками договора о неразглашении конфиденциальной информации и возможные санкции в случае нарушений условий договора, а также использование авторского права, патентной системы, товарного знака и пр. [8].

Особую значимость в настоящее время приобретает создание на территории хозяйствующего субъекта подразделения конкурентной разведки, обеспечивающего как информационную, так и экономическую безопасность бизнеса, причем на постоянной основе, поскольку разовое или краткосрочное использование разведывательных методов не приводит к достижению высоких показателей эффективности.

С точки зрения Е.Э. Ручкиной и Е.В. Печерицы, можно выделить несколько подходов к созданию подразделения конкурентной разведки на предприятии [7]:

– «вертикальный» подход, когда инициатива исходит от руководства, которое осознает необходимость внедрения подразделения конкурентной разведки для более успешного ведения бизнеса;

– «эволюционный» подход, заключающийся в том, что развитие подразделения конкурентной разведки имеет постепенный характер;

– подход «энтузиастов», заключающийся в том, что некий сотрудник-энтузиаст начинает добровольно заниматься конкурентной разведкой для повышения эффективности бизнес-процессов компании, связанных обычно с реализацией проектов, за которые отвечает этот работник.

В результате проведения конкурентной разведки организация может получить следующие преимущества:

- Улучшение позиций на рынке: определение сильных и слабых сторон компании, ориентация на опыт конкурентов и, как следствие, адаптация собственной стратегии;

- Предотвращение рисков: выявление актуальных трендов рынка с целью своевременного принятия решения о корректировке курса деятельности,

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

обнаружение недобросовестных практик ведения конкурентной борьбы, предупреждение их реализации или устранение последствий с минимальным ущербом для компании;

- Развитие инновационной активности: знание о возможностях и сильных сторонах конкурента формирует стремление работать на опережение, способствующее созданию качественно новых продуктов, обладающих исключительными характеристиками [6].

Однако необходимо учитывать и возможные риски для экономической безопасности компании, выраженные в неправомерном получении информации или нарушении авторских прав, приводящим к судебным разбирательствам и ущербу репутации компании [2].

Существует множество реальных примеров применения конкурентной разведки в современных условиях с положительным исходом. Так, на один из них указывает компания по производству подсластителей NutraSweet [9].

Ее конкурентные преимущества в сфере маркетинга, производства, организационной структуры и финансов связаны со способностью команды конкурентной разведки находить необходимую информацию.

Так, для отдела маркетинга собирались данные о действиях конкурентов в области рекламы, продвижения, стратегии ценообразования, а для отдела производства представлялась информация о производственных возможностях соперников. В свою очередь, финансовая служба получала отчеты о том, кто может предложить более низкие цены на товар и обладает достаточными средствами для достижения уровня мировых стандартов.

В целом, сотрудники подразделения конкурентной разведки, отвечая исключительно за профессиональный сбор, классификацию, анализ и распространение информации о действиях конкурентов, давали сбалансированную оценку маркетинговым стратегиям фирмы, оказывали помощь при принятии правильных решений.

Таким образом, деловая разведка служит способом сбора информации о деятельности конкурентов и условиях рынка сбыта, которая может способствовать повышению уровня экономической безопасности предприятия ввиду получения им определенных конкурентных преимуществ.

Библиографический список

1. Галстян, С.С. Современные особенности проведения конкурентной разведки / С.С. Галстян. – Текст: электронный // Вестник Евразийской науки. – 2023. – №S1. elibrary.ru: научная электронная библиотека. – URL: <https://www.elibrary.ru/>. – Дата публикации: 2023.

2. Головкова, Е.А. Конкурентная разведка в структуре экономической безопасности организации / Е.А. Головкова, А.В. Котанджян, А.А. Загребина. – Текст: электронный // Вектор экономики. – 2023. – №11 (89). elibrary.ru: научная электронная библиотека. – URL: <https://www.elibrary.ru/>. – Дата публикации: 2023.

3. Грошева, Е.С. Конкурентная разведка в структуре современной организации / Е.С. Грошева. – Текст: электронный // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2020. – №4 (36). elibrary.ru: научная электронная библиотека. – URL: <https://www.elibrary.ru/>. – Дата публикации: 2020. – С. 5-13.

4. Иванов С.А., Микадзе С.Ю. Основы деловой (конкурентной) разведки. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – 182 с.

5. Котанджян, Р.А. Деловая разведка, использование ее методов в конкурентной борьбе / Р.А. Котанджян. – Текст: электронный // Вызовы цифровой экономики: импортозамещение и стратегические приоритеты развития. – 2022. elibrary.ru: научная электронная библиотека. – URL: <https://www.elibrary.ru/>. – Дата публикации: 2022. – С. 270-280.

6. Недомолкина, Я.Н. Конкурентная разведка как вид информационного обеспечения принятия решений в области формирования и поддержания конкурентоспособности экономического субъекта / Я.Н. Недомолкина. – Текст: электронный // Современная экономика: проблемы и решения. – 2023. – №4 (160). eLibrary.ru: научная электронная библиотека. – URL: <https://www.elibrary.ru/>. – Дата публикации: 2023. – С. 101-117.

7. Ручкина, Е.Э. Методы конкурентной разведки и их влияние на конкурентоспособность предприятия / Е.Э. Ручкина, Е.В. Печерица. – Текст: электронный // Национальная безопасность и стратегическое планирование. – 2020. – №4 (32). eLibrary.ru: научная электронная библиотека. – URL: <https://www.elibrary.ru/>. – Дата публикации: 2020. – С. 62-67.

8. Суворова, Л.В. Обеспечение безопасности бизнеса в современной России / Л.В. Суворова. – Текст: электронный // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – №11-1 (81). eLibrary.ru: научная электронная библиотека. – URL: <https://www.elibrary.ru/>. – Дата публикации: 2021. – С. 214-221.

9. Шарипова, Н.А. Международный опыт использования конкурентной разведки в практике бизнеса / Н.А. Шарипова. – Текст: электронный // Вестник Омского университета. Серия: экономика. – 2009. – №3. eLibrary.ru: научная электронная библиотека. – URL: <https://www.elibrary.ru/>. – Дата публикации: 2009. – С. 147-150.

10. Якушкина, Н.Е. Деловая разведка как инструмент обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия / Н.Е. Якушкина. – Текст: электронный // Научный формат. – 2020. – №3 (6). eLibrary.ru: научная электронная библиотека. – URL: <https://www.elibrary.ru/>. – Дата публикации: 2020. – С. 18-22.

Оригинальность 76%