

Казанцева С.Ю., к.э.н., доцент кафедры «Экономическая безопасность, учет и право» ДГТУ, Ростов-на-Дону, Россия;
Семернинова Д.О., студент 5 курса кафедры «Экономическая безопасность, учет и право» ДГТУ, Ростов-на-Дону, Россия;
Городинская И.Ю., студент 5 курса кафедры «Экономическая безопасность, учет и право» ДГТУ, Ростов-на-Дону, Россия;

РОЛЬ И МЕСТО КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ В СИСТЕМЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. В главе анализируются понятие и особенности конкурентной разведки, цели, принципы, масштабы и формы ее проведения. Особое внимание уделяется конкурентной разведке как процессу (сбор, накопление, структурирование, обработка, анализ данных), определяющему внутреннюю и внешнюю среду компании.

Ключевые слова: конкуренция, разведка, правовые основы, бизнес-среда, бенчмаркинг.

Kazantseva S. Yu., Ph. D., associate Professor of the Department "Economic security, accounting and law" DSTU, Rostov-on-don, Russia;
Semerninova D. O., 4 nd year student of the Department of economic security, accounting and law of the DSTU, Rostov-on-Don, Russia;
Gorodinskaya I. Yu., 5nd year student of the Department of economic security, accounting and law of the DSTU, Rostov-on-Don, Russia;

THE ROLE AND PLACE OF COMPETITIVE INTELLIGENCE IN THE SECURITY SYSTEM

Annotation. The article analyzes the concept and features of competitive intelligence, goals, principles, scope and forms of its implementation. Special attention is paid to competitive intelligence as a process (collection, accumulation, structuring, processing, analysis of data) that determines the internal and external

environment of the company.

Keywords: competition, intelligence, legal framework, business environment, benchmarking.

Конкурентная разведка занимает важное место в подразделениях фирм, где руководители контролируют собственные ресурсы и имеют право ими распоряжаться (бизнес-единицы)[1].

Руководители и менеджеры компаний, обладая полной информацией о конкурентной среде и своих конкурентах, могут разрабатывать стратегии развития, позволяющие вывести компанию на более высокий уровень, и, тем самым, обойти основного конкурента. В будущем конкурентная разведка позволит компании занять желаемую позицию на целевом рынке, быстро реагируя на существенные изменения рыночной среды[2, с.11].

До сих пор компании регулярно проводят сбор и анализ внутренней информации, чтобы понять свои бизнес-процессы и улучшить алгоритм принятия решений на оперативном и тактическом уровне. В последние несколько лет они начали собирать и изучать внешнюю информацию из корпоративной среды (информация о конкурентах, отраслях и странах для стратегии управления).

Чтобы обойти конкурента по организации и бизнес-процессам, эффективности и производительности, необходимо знать показатели, а также формы и методы их применения. То есть в этом быстро развивающемся информационном обществе будут преобладать организации, которые способны понимать окружающую их среду, своих конкурентов и разрабатывать конкурентные стратегии управления.

Опираясь на ложные слухи на рынке, можно привести организацию к неверным решениям. Информацию всегда следует проверять перед использованием [2, с.12].

Когда КР оформляется как деятельность внутри компании, она предоставляет средства, необходимые для прогнозирования изменений в ее

среде и у конкурентов. Компании, стремящиеся предвидеть изменения в конкурентной среде, часто являются лидерами рынка. Это дает компаниям преимущество действовать, а не реагировать [4].

Конкурентная разведка признана многими организациями как эффективный инструмент для достижения стратегических целей, повышения прибыльности, удовлетворенности клиентов и обеспечения соответствия нормативным требованиям, поэтому она и считается жизненно важным инструментом для обеспечения победы в рыночной конкуренции.

Как и в любой относительно новой области исследований, существует множество определений того, что же такое конкурентная разведка.

Итак, КР– это:

- непрерывный процесс (сбор, накопление, структурирование, обработка и анализ данных);
- подготовка информации для высшего руководства компании: информация из конкурентной разведки позволяет своевременно принимать решения по управлению рисками, реализовывать соответствующие меры для удовлетворения потребностей клиентов и поддержания прибыльности в будущем [7].

Выделяют два основных принципа конкурентной разведки:

- 1) отказ от обмана и шантажа как средства получения информации;
- 2) недопустимость противоправного поведения [6].

Конкурентная разведка начинает свое происхождение от профессора Майкла Портера и его новаторской работы 1980 года «Конкурентная стратегия: методология анализа отраслей и конкурентов». В данной работе описывается создание системы конкурентного анализа [11].

Зарубежные авторы в своих определениях КР выделяют следующие ее признаки, представленные на рисунке 1.1:

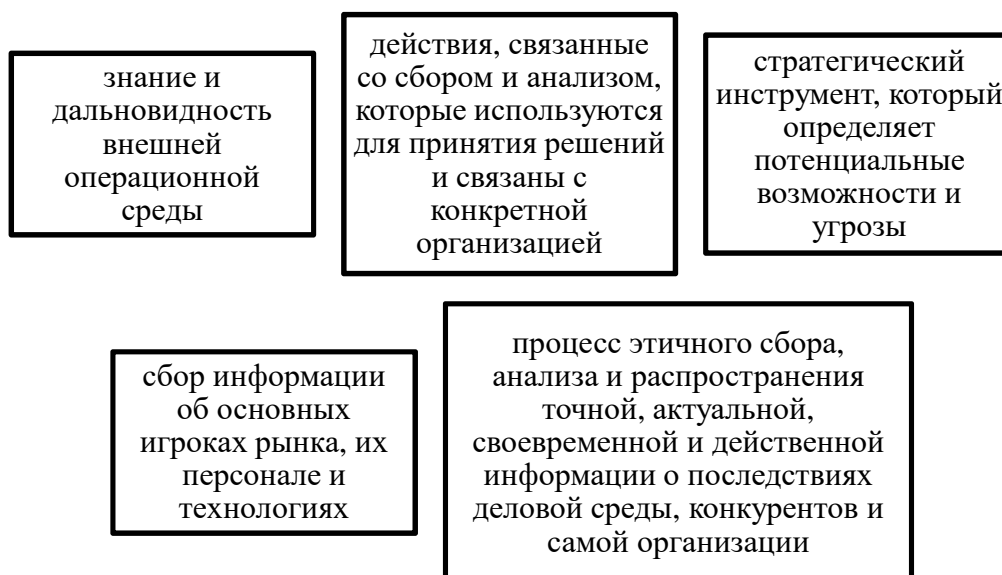


Рисунок 1.1 – Основные признаки конкурентной разведки[8]

Но все же более точным определением конкурентной разведки является: использование разведывательных методов и методов для сбора правовой и этической информации, которая может использоваться для анализа с целью повышения конкурентоспособности и процессов принятия решений экономического оператора.

В зависимости от направления различают несколько форм КР[9, с.2]:

1. Конкурентная разведка ориентируется только на конкурентов;
2. Стратегическая разведка – поддержка разработки и реализации корпоративной стратегии и стратегического планирования;
3. Маркетинговое наблюдение – продажи и поддержка;
4. Сканирование окружения– изучение и интерпретация политических, экономических, социальных и технологических событий или тенденций, влияющих на бизнес, отрасль или рынок;
5. Технологическая разведка или конкурентная техническая разведка – это деятельность, которая позволяет компании реагировать на вызовы конкуренции или распознавать и использовать возможности, возникающие в результате технических и научных изменений;
6. Конкурентный бенчмаркинг – метод сравнительного анализа конкурента без его участия, то есть деятельность по разработке долгосрочной

бизнес-стратегии, основанной на успешном опыте конкурентов и партнеров на разных уровнях: промышленном, межотраслевом, национальном и международном[9, с.3].

Основная область применения КР– это конкурентная среда (юридическое лицо – коммерческая организация, банк; физическое лицо – руководство конкурирующей компании); бизнес-ситуация – закономерности в определенной области рынка в условиях неопределенности.

Целями конкурентной разведки являются (рисунок 1.2):

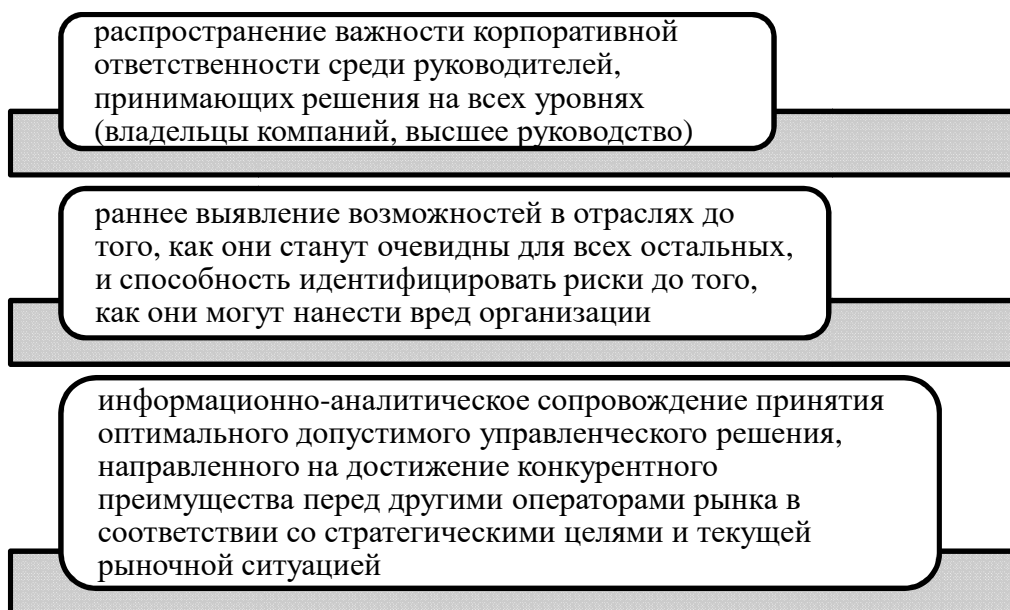


Рисунок 1.2 – Цели конкурентной разведки[10]

К главным задачам КР можно отнести:

- 1) постоянный мониторинг, сбор и предварительный анализ открытой информации о конкурентной среде на регулярной основе;
- 2) скоординированный и целенаправленный мониторинг конкурентов, продуктов и клиентов на определенном рынке или секторе;
- 3) оперативное информирование лиц, принимающих решения о критических событиях для принятия управленческих решений;
- 4) архивирование и распространение результатов[10].

В связи с отсутствием в России специального закона о конкурентной разведке, ее отдельные аспекты регулируются следующими нормативными правовыми актами:

- а) Федеральный закон от 29 июля 2004 г. N 98-ФЗ «О коммерческой тайне»;
- б) Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ;
- в) Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ;
- г) Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ.

Специалисты КР используют аналитическими данными для принятия решений, то есть они специально создаются для анализа информации о конкурентах в постоянно меняющейся конкурентной среде, что позволяет руководству компании прогнозировать бизнес-поведение основных конкурентов и тем самым принимать соответствующие меры для повышения уровня конкурентоспособности компании [2].

Таким образом, можно сказать, что конкурентная разведка имеет три определяющие ее характеристики:

- она ориентирована на внешнюю бизнес-среду, а не на внутренние проблемы;
- она включает сбор информации и преобразование ее в информацию, которая может быть использована организацией;
- в отличие от незаконного промышленного шпионажа, КР считается законной и этичной деловой практикой.

Конкурентная разведка всегда актуальна. Особенно при запуске нового бизнеса или продукта, создании новых компаний, серьезных изменениях в стратегии.

Секрет успешной КР заключается в знании (где и когда искать; как получить информацию, не искажая ее и не используя незаконные методы; как новую информацию связать с ее другими частями, чтобы создать целостную картину).

Именно последний аспект превращает информацию о конкурентах и

бизнес-среде в конкурентную разведку[1].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Вакулин, М. В. Конкурентная разведка [Текст]: учебное пособие / М. В. Вакулин.– Санкт-Петербург: Интермедия, 2019.– С.5.
2. Кравцов, А. А. Использование конкурентной разведки для повышения конкурентоспособности предприятия [Текст] / А. А. Кравцов // Актуальные вопросы экономических наук. –2019.– №6-1. – С. 11–12.
3. Романов, В. В. Бизнес:Конкурентная разведка [Текст] / В. В.Романов, А. М. Потапенко, В. В. Романов // Известия ЮЗГУ. Серия: Экономика. Социология.Менеджмент.– 2018. – №3(16).– С. 17.
4. Саватеев В.П. Конкурентная разведка [Текст]: / В. П.Саватеев,А.В.Петринцкий, И.Л.Трунов[и др.].–Москва: Юрайт,2018.
5. Таболин А.Д. Конкурентная разведка всистеме обеспечения стратегического развития предприятия [Текст] / А. Д. Таболин, Р. И. Макаренко // Новая наука: проблемы иперспективы. – 2019. –№6-1.
6. Ульченко М.В. Принципы конкурентной разведки [Текст] / М.В. Ульченко // Проблемы теории и практики управления. – 2018. – № 3. – С.11.
7. Уфимский, Ю. А. Конкурентная разведка: новый взгляд в условиях глобализацииэкономики [Текст] / Ю. А. Уфимский, А. О. Егоренко // Управление экономическими системами: электронный научный журнал.
8. Шпотов, Б. Признаки конкурентной разведки [Текст] / Б. Шпотов // Проблемы теории и практики управления. – 2019. – № 3. –С.15.
9. Шаталов А. Основные формы конкурентной разведки / А.Шаталов, // Новая наука: проблемы иперспективы развития. – 2019. –№8.–С.2-3.
10. Щербаков Л.И. Цели и задачи конкурентной разведки [Текст] / Щербаков Л.И., З. А. Дивненко [и др.] // Экономические науки

фундаментальные исследования. – 2018. – №5.

11. Портер, М. Е. Конкурентная стратегия: Методы анализа отраслей и конкурентов [Текст] / М. Е. Портер. – Нью-Йорк: Свободная пресса, 1980. – 422 с.

References:

1. Vakulin, M. V. Competitive intelligence [Text]: textbook / M. V. Vakulin. – Saint Petersburg: InterMedia, 2019. – S. 5.
2. Kravtsov, A. A. the Use of competitive intelligence for increase of competitiveness of the enterprise [Text] / A. A. Kravtsov // Actual problems of Economics. – 2019. No. 6-1. – P. 11-12.
3. Romanov, V. V. Business: Competitive intelligence [Text] / V. V. Romanov, A. M. Potapenko, V. V. Romanov // proceedings of the SWSU. Series: Economics. Sociology. Management. – 2018. – № 3(16). – P. 17.
4. The Savateev VP Competitive intelligence [Text] / V. A. Savateev, A. V. Petrinski, I. L. Trunov [and others]. – Moscow: Yurayt, 2018.
5. Tabolin A. D. Competitive intelligence in the system to ensure the strategic development of the enterprise [Text] / A. D. Tabolin, R. I. Makarenko // Modern science: problems and prospects. - 2019. - No. 6-1.
6. Ulchenko M. V. Principles of competitive intelligence [Text] / M. V. Ulchenko // Problems of management theory and practice. - 2018. - No. 3 – - p. 11.
7. Ufimsky, Yu. A. Competitive intelligence: a new view in the conditions of economic globalization [Text] / Yu. A. Ufimsky, A. O. Egorenko // Management of economic systems: electronic scientific journal.
8. Shpotov, B. Signs of competitive intelligence [Text] / B. Shpotov // Problems of theory and practice of management. - 2019. - No. 3.- p. 15.
9. Shatalov A. The main forms of competitive intelligence / A. Shatalov, // New science: problems and prospects of development. - 2019. - No. 8.- p. 2-3.
10. Shcherbakov L. I. Goals and objectives of competitive intelligence [Text] /

Shcherbakov L. I., Z. A. Divnenko [et al.] // Economic Sciences fundamental research. – 2018. – № 5.

11. Porter, M. E. Competitive strategy: Methods of analyzing industries and competitors [Text] / M. E. Porter. - New York: Free Press, 1980. - 422 p.