



**Повышение эффективности анализа деятельности предприятия на
основе данных конкурентной разведки**

Банк С.В., д.э.н., профессор кафедры финансового учета и контроля,
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «МИРЭА – Российский технологический университет»,
Москва, Россия

Графов Ю.Г., аспирант, Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования «МИРЭА – Российский
технологический университет», Москва, Россия

Аннотация. Ведение бизнеса всегда сопровождается возникновением рыночных рисков с различными экономическими результатами. Возможность предотвращения таких угроз основана на грамотной стратегии, базирующейся на анализе литературы по данной тематике и на наличии достаточного опыта в предпринимательстве.

В настоящее время большую угрозу для предприятия несут в себе неэкономические риски, как результат деятельности организации по систематизированному сбору, анализу и использованию конфиденциальных сведений о бизнесе конкурента. Владение актуальной информацией о ресурсах, планах и слабых сторонах конкурента дает преимущество другому предприятию в ходе его производственно-сбытовой деятельности, позволяя минимизировать возможные риски и увеличить конкурентоспособность в сфере рыночной экономики, с целью увеличения прибыли.

Таким образом, все большее стратегическое значение в бизнесе принимает конкурентная разведка, как основной инструмент повышения эффективности коммерческих предприятий.

Ключевые слова: конкурентная разведка, конкурентоспособность, информация.

Improving the efficiency of enterprise activity analysis based on competitive intelligence data

Bank S.V., Doctor of Economics, Professor of the Department of Financial Accounting and Control, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «MIREA – Russian Technological University», Moscow, Russia

Grafov Yu.G., postgraduate student, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «MIREA – Russian Technological University», Moscow, Russia

Annotation. Doing business is always accompanied by the emergence of market risks with various economic results. The possibility of preventing such threats is based on a competent strategy based on the analysis of literature on this topic and on the availability of sufficient experience in entrepreneurship.

Currently, non-economic risks pose a great threat to the enterprise, as a result of the organization's activities for the systematic collection, analysis and use of confidential information about the competitor's business. Possession of up-to-date information about the resources, plans and weaknesses of a competitor gives an advantage to another enterprise in the course of its production and sales activities, allowing it to minimize possible risks and increase its competitiveness in the market economy in order to increase profits.

Thus, competitive intelligence is becoming increasingly strategic in business, as the main tool for improving the efficiency of commercial enterprises.

Key words: competitive intelligence, competitiveness, information.

Под термином конкурентной разведки понимают скрытый процесс в рамках законодательства Российской Федерации, проводимый с целью получения конфиденциальной информации о предприятиях-конкурентах, а также формировании базы данных для учета специфических особенностей

выбранной группы потребителей при формировании соответствующей стратегии в работе предприятия [3].

Основной целью конкурентной разведки является информационное обеспечение системы управления организации, позволяющее сделать выводы о требуемых направлениях в совершенствовании методов ведения бизнеса и получить полную картину делового окружения. Это реализуется путем решения основных задач:

- анализ совокупности достоинств и недостатков основных конкурентов, в частности отличительного потребительского мотива;
- анализ ценовой категории конкурентов;
- анализ рекламной компании продукции конкурентов на рынке;
- составления списка основных торговых партнеров конкурентов и анализ основных аспектов их взаимодействия;
- составление перечня основной категории потребителей;
- анализ основного текущего источника спонсирования конкурентов;
- анализ политики стратегического промышленного развития на долгосрочный период;
- идентификация новых возможных конкурентов на рынке;
- учет возможности возникновения перемен в ситуации на рынке.

На сегодняшний день конкурентная разведка – это слаженный механизм работы целого подразделения организации, направленной на сохранение устойчивого положения субъекта хозяйствования в сфере рыночных отношений. Таким образом, вся деятельность кадров службы конкурентной разведки с профессиональной точки зрения строится на постоянном обновлении имеющихся сведений и получения актуальной информации, пригодной для координационного решения руководства предприятия.

Для получения конкурентных данных в своей работе сотрудники подразделений конкурентной разведки пользуются алгоритмом разведдеятельности, представляющий собой совокупность из 5 основных этапов, представленный на рис. 1.

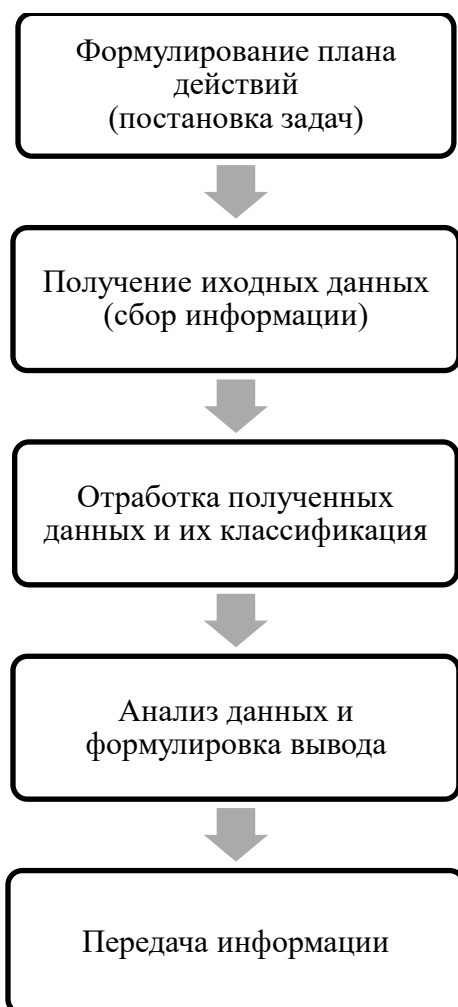


Рис. 1 – Этапы конкурентной разведки

1. Формулирование плана действий.

Данный этап несет в себе стратегический характер, позволяющий определить первостепенные задачи для каждого из исполнителей, способы и средства получения необходимой информации в точно установленный срок, а также форму представления результатов, проведенных мероприятий, для их дальнейшего анализа.

2. Получение исходных данных.

На данном этапе проводится поиск информационных ресурсов, исходя из масштабов заданной цели конкурентной разведки и особенностью поля поиска, с возможностью корректировки методики сбора сведений. Основные типы источников информации представлены на рис. 2.



Рис. 2 – Типы источников информации

3. Обработка полученных данных и их классификация.

Этап включает в себя систематизацию полученной разобранной информации в массиве данных, с последующей формировкой сводных таблиц и построения отчетных графиков.

4. Анализ данных и формулировка вывода

Этап строится на использовании аналитических методов работы с полученными данными (анализ, синтез) и обобщением полученных сведений в конечную информацию для формулирования итоговых отчетов о работе конкурентного предприятия.

При неоднозначности трактовки вывода, служба конкурентной разведки прибегает к методу выдвижения и обоснования гипотез, а также, при необходимости, к повторению ранее проведенных действий на предыдущих этапах.

5. Передача информации.

На заключительном этапе происходит передача полученной в ходе работы стратегической информации руководящему составу предприятия с ее дальнейшим распространением вниз по структурной схеме в организации для принятия решений о проведения соответствующих контрмер.

В Российской Федерации, на данный момент, все большее количество предпринимателей в ведении бизнеса делают акцент на выгоду применение конкурентной разведки в детальности организации, основополагающими факторами которой являются актуальность, точность, непрерывность и разумная достаточность. Это определяется выбором метода реализации конкурентной разведки, имеющих особенную специфику как результат влияния показателей в сфере рыночных отношений. Система конкурентной разведки по способу получения информации включает в себя первичный (полевой) и вторичный (кабинетный) методы[4]. Различие методов поиска информации между собой определяется в способе ее получения, путем выхода на место событий или же непосредственно на рабочем месте специалиста конкурентной разведки.

Полевой метод конкурентной разведки подразумевает использование первичной информации, получение которой происходит непосредственно в момент ее возникновения и актуальности. Такая информация имеет большее ценностное значение для реализации исходной цели, поставленной перед специалистами службы конкурентной разведки. Сбор данных происходит 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 (табл.1).

Недостатком данного метода 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 (табл. 2).

Таблица 1

Полевой метод конкурентной разведки

Источник	Сущность метода	Достоинства	Недостатки
Выставки и конференции	Возможность увидеть образцы продукции	Возможность приобретения исключительной ценной информации	Затратность метода, необходимость соблюдения правовых и этических норм
Интервьюирование	Получение исключительной информации, хранящейся только в головах людей, не будет опубликована	Возможность приобретения исключительной ценной информации	Необходимость владения специальными навыками коммуникации, необходимость соблюдения как правовых, так этических норм

Таблица 2

Кабинетный метод разведки

Источник	Сущность метода	Достоинства	Недостатки
Информационно-коммуникационная сеть (Интернет)	Сбор информации путем использования языка запросов поисковых систем, анализ сайтов-визиток конкурентов	Информативность, доступность	Необходимость в приобретении специальных программ мониторинга, способность корректно отбирать нужную информацию
Средство массовой информации (СМИ)	Мониторинг информации в СМИ (в электронном и печатном формате)	Информативность, доступность	Избыточность лишней информации, способность корректно отбирать нужную информацию
Официальные отчеты компании	Изучение внутреннего состояния компаний посредством анализа бухгалтерской отчетности, информации о собственниках	Высокая результативность анализа информации	Необходимость наличия специальных знаний, ограниченный объем информации

Примерами использования данного метода могут являться исследования информации, полученной путем анализа открытых статей в средствах информации и рекламной кампании конкурента. Главным преимуществом

кабинетного метода служит легкость в использовании, отличающимся своей бюджетностью, малой энергозатратностью и невозможностью отслеживания процесса разведки.

Успех удержание в стабильном состоянии и совершенствование эффективности производительности компаний при использовании конкурентной разведки как одного из инструментов для достижения поставленных стратегических целей во многом зависит от грамотного государственного регулирования в сфере рыночных отношений. Главным аспектом законодательства Российской Федерации, нуждающимся в совершенствовании, является регламентация общественных отношений по вопросам ограничения нечестной конкуренции. Прецеденты возникают по факту недостаточности и неточности пояснений многих определений в нормативных документах, что приводит к отсутствию возможности доказать правонарушение [1].

Раньше в принятии решений суд в соответствии с УК РФ, в основном руководствовался личной практикой по делам, связанным с получением и распространением ложной информации о конкурентах, способной оказать негативное воздействие на деятельность предприятия путем лишения поставщиков и клиентов, а также сокращению доходов компании и ее дальнейшему банкротству. Проблема выявления нужных для уголовного процесса сведений и усложнение работ в данном вопросе происходило за счет отсутствия в законодательстве однозначности вынесения приговора.

Разрешением спорных вопросов стал Федеральный закон «О внесении изменений в статью 15.3 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 18.03.2019 № 31-ФЗ, позволяющий принять решение об определении ложной и правдивой информации[2]. С экономической стороны данный закон способствует снижению пропаганды, наносящий убытки компании и ее руководству. На сегодняшний день государством предпринимаются способы содействия подъема рынка информационных систем и высокотехнологичного производства.

До недавнего времени предприятия ограничивались сбором и проведением анализа внутренней информации, для более точного понимания бизнес-операций и систему работы. Сейчас жев России прогрессирует тенденция к принятию важности организации и использования конкурентной разведки для информационного обеспечения управленческих выводов. Многие предприятия, согласно статистике,выразили мнение об эффективности внедрения конкурентной разведки в свою деятельность в качестве способа получения результатов в повышении прибыльности, выполнения тактико-технических задач, оправдания потребительскихожиданий.

Рост значимости конкурентной разведки в экономической системе объясняются следующими причинами:

- высокий темп роста активности области производства необходимых потребителю товаров и оказанию услуг;
- избыток информации;
- постоянное противостояние на мировых рынках и возрастание глобальной конкуренции;
- рост агрессивного поведения конкурентов;
- влияние политической ситуации в стране.

Абсолютно все компании инвестирую крупные суммы на создание новой продукции (товаров, услуг), повышая тем самым спрос на свои изделия, следовательно, занимая доминирующую позицию на рынке. Например, посредством внесения практичных и эстетически-приятных изменений в дизайн продукта или усовершенствования его функционала. Конкурентная разведка позволяет принять решения на основании сведений о внешней среде рынка, в которой организация будет разрабатывать отвечающую запросам клиента продукцию.

Экономическая оценка уровня рентабельности результатов проведенной конкурентной разведки в компании рациональнорассчитывать по принципу затраты-эффект. Последствием качественной конкурентной разведки можно считать:

- рост доходов предприятия за счет увеличения прибыли;
- экономия денежных средств предприятия;
- предупреждающие действия во избежание нанесения материального и морального ущерба предприятию и сотрудников.

На основании исследований своей деятельности, положительным влиянием конкурентной разведки на экономическое положение организации на рынке будут представлять такие затратные соотношения:

1. На гарантирование безопасности – от 15 до 30 % от прибыли предприятия;

2. На отчисления при организации работ по исследованию деятельности конкурента – от 1,5 до 2 % от прибыли предприятия;

3. Совокупная пропорция расходов - примерно 1к 10 (1к 15).

Одновременно с этим, коммерческая разведка способствует увеличению косвенной прибыли от 30 до 40 %:

- экономия времени, затрачиваемого на создание новых изделий и решения управленческих задач;

- сбережение ресурсов (материалы, сырье, капитал, а также человеческий ресурс);

- увеличение роста доходов путем эксплуатации выявленных потенциальных способностей;

- минимизация затрат.

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что конкурентная разведка является одним из главных инструментов экономической системы, способствующий развитию конкурентоспособности и эффективности производства продукции предприятия. Основная ее цель реализуется обеспечением компании актуальной информацией для способности управляющего состава принять своевременные решения, положительно влияющих на деятельность предприятия в целом.

Рационально подобранные с законодательной и этической точки зрения методы, использующие современные технологии и источники информации,

позволят сформировать устойчивую к внешним воздействиям систему, быстро приспособливающуюся к изменению условий на рынке, и предсказывать возможное возникновение угроз.

Библиографический список:

1. Асаул В.В., Таранов А.И. Конкурентная разведка как инструмент повышения конкурентоспособности организации // Вестник гражданских инженеров. 2020. № 6 (83). URL: <http://vestnik.spbgasu.ru/sites/files/ru/articles/83/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F27.pdf>

2. Есаян А.К., Трунцевский Ю.В. Конкурентная разведка как фактор предупреждения преступлений // Вестник Югорского государственного университета. 2019. Выпуск 1 (52). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnaya-razvedka-kak-faktor-preduprezhdeniya-prestupleniy/viewer>

3. Михалина Л.М., Конкурентная разведка // Учебное пособие. Издательский центр ЮУрГУ. 2017. 140 с. URL: UP_KonkRazved_MLM.pdf

4. Печерица Е.В., Ручкина Е.Э. Методы конкурентной разведки их влияние на конкурентоспособность предприятия // Национальная безопасность и стратегическое планирование. – 2020. – № 4(32). – С. 62-67. URL: <https://vestnik.astu.org/temp/8c4937a9dd362f268122ef1b2e3a951e.pdf>

5. Банк О.А. Использование комплексной диагностики для обеспечения экономической безопасности предприятия // Вопросы региональной экономики. – 2020. – № 2 (43). – С. 34-40.

6. Пенчукова Т.А., Воробьева А.В. Финансово-экономический кризис как фактор, ухудшающий финансовую стабильность коммерческих организаций // Российский экономический интернет-журнал. – 2016. – № 1. – С. 27.

7. Кулагина Н.А. Угрозы экономической безопасности: подходы к выявлению и методология анализа // Европейский журнал социальных наук. – 2015. – № 4. – С. 55-58.

References:

1. Asaul V.V., Taranov A.I. Competitive intelligence as a tool for improving the competitiveness of an organization // Bulletin of Civil Engineers. 2020. № 6 (83). URL: <http://vestnik.spbgasu.ru/sites/files/ru/articles/83/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F27.pdf>
2. Yesayan A.K., Truntsevsky Yu.V. Competitive intelligence as a crime prevention factor // Bulletin of the Ugra State University. – 2019. Issue 1 (52). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnaya-razvedka-kak-faktor-preduprezhdeniya-prestupleniy/viewer>
3. Mikhalina L.M., Competitive intelligence // Textbook. SUSU Publishing Center. – 2017. – 140 p. URL: UP_KonkRazved_MLM.pdf
4. Pecheritsa E.V., Ruchkina E.E. Methods of competitive intelligence and their impact on the competitiveness of the enterprise // National security and strategic planning. – 2020. – № 4(32). – Pp. 62-67.
URL: <https://vestnik.astu.org/temp/8c4937a9dd362f268122ef1b2e3a951e.pdf>
5. Bank O.A. The use of complex diagnostics to ensure the economic security of the enterprise // Regional economic issues. – 2020. – № 2 (43). – Pp. 34-40.
6. Penchukova T.A., Vorobyeva A.V. The financial and economic crisis as a factor that worsens the financial stability of commercial organizations // Russian Economic Online Journal. – 2016. – № 1. – p. 27.
7. Kulagina N.A. Threats to economic security: approaches to identification and methodology of analysis // European Journal of Social Sciences. – 2015. – № 4. – pp. 55-58.