

Научная статья
<https://doi.org/10.23672/SAE.2024.4.4.039>
УДК 338.1



КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА В УСЛОВИЯХ КОНЪЮКТУРНОГО РЫНКА

Акопов С.Э., Акопова Е.С., Самыгин С.И.

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

Аннотация. Статья на заданную тему является актуальной в связи с тем обстоятельством, что конкурентоспособность предприятия, в первую очередь, определяет период функционирования организации или ее «жизнедеятельность», поэтому конкурентная разведка является незаменимым инструментом в экономической деятельности компаний. В исследовании рассматривается инструмент конкурентной разведки и актуализируется его использование в целях повышения уровня конкурентоспособности организации в условиях конъюнктурного рынка. Авторами анализируются теоретические аспекты и терминология конкурентной разведки и используются следующие методы исследования: методы анализа и систематизации информации, типизация, классификация и метод сравнительного анализа. В статье большое внимание уделяется видам конкурентной разведки и открытым источникам информации, благодаря которым можно проанализировать наиболее объективную информацию; также, даны практические рекомендации, с помощью которых специалисты могут избежать негативного явления под названием «информационный шум». В результативной части исследования проводится сравнительный анализ методов проведения конкурентной разведки и определяется наиболее эффективный из них. В завершение публикации авторы приходят к выводам о том, что конкурентная разведка не утратила своей актуальности и в долгосрочной перспективе позволяет организации обладать относительно стабильным уровнем конкурентного преимущества, что в современных условиях является фактором, необходимым для жизнедеятельности организации.

Ключевые слова: конкурентная разведка, конъюнктурный рынок, информация, стратегическая разведка, контент-анализ

COMPETITIVE INTELLIGENCE IN A COMPETITIVE MARKET

Sergey E. Akopov, Elena S. Akopova, Sergey I. Samygin

Rostov State University of Economics

Abstract. The article on this topic is relevant due to the fact that the competitiveness of an enterprise, first of all, determines the period of functioning of the organization or its "vital activity". Therefore, competitive intelligence is an indispensable tool in the economic activity of companies. The study examines the competitive intelligence tool and actualizes its use in order to increase the competitiveness of an organization in a competitive market. Next, the theoretical aspects and terminology of competitive intelligence are analyzed. The study uses methods of analysis and systematization of information, typification, classification and the method of comparative analysis. The study pays great attention to the types of competitive intelligence and open sources of information, thanks to which it is possible to analyze the most objective information, and also provides practical recommendations with which specialists can avoid the negative phenomenon called "information noise". In conclusion, a comparative analysis of competitive intelligence methods is carried out and the most effective one is determined. At the end of the publication, the authors come to the conclusion that competitive intelligence has not lost its relevance and in the long term allows an organization to have a relatively stable level of competitive advantage, which in modern conditions is a factor necessary for the life of the organization.

Keywords: competitive intelligence, market conditions, information, strategic intelligence, content analysis

Введение. На сегодняшний день, в условиях цифровизации конкурентная разведка получила широкое распространение, как среди крупных предприятий, так и среди организаций ма-

лого и среднего бизнеса в связи с тем, что в постоянно изменяющихся условиях рынка, необходимо владеть информацией о деятельности конкурентов для того, чтобы вести успешный бизнес путем постоянного самосовершенствования. Конкурентоспособность предприятия, в первую очередь, определяет период функционирования организации или ее «жизнедеятельность». Поэтому конкурентная разведка является незаменимым инструментом в экономической деятельности компаний.

В исследовании используются методы анализа и систематизации информации, типизация, классификация и метод сравнительного анализа.

Конкурентная разведка является инструментом, который перешел в экономику из политической сферы, подтверждением данному высказыванию является деятельность разведчиков во времена Великой Отечественной войны, эффективность которой во многом определила её исход[2].

Необходимо отметить, что конкурентная разведка является инструментом для анализа информации, которую возможно найти через открытые источники. Использование данного инструмента в целях шпионажа является уголовно наказуемым деянием. В исследовании будет подробно рассмотрена конкурентная разведка как феномен и инструмент, а также обоснован факт, который определяет конкурентную разведку как основной фактор конкурентоспособности предприятия. На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что выбранная проблематика является актуальной на сегодняшний день.

Обсуждение. Прежде чем рассуждать о функциях и видах конкурентной разведки, необходимо рассмотреть терминологию. И так, конкурентная разведка или англ. Competitive intelligence, сокращенно CI представляет собой сбор и обработку данных о конкурентах с целью повышения уровня конкурентоспособности коммерческой организации, действуя при этом законными путями и соблюдая этические нормы [1].

В узком смысле, конкурентная разведка представляет собой инструмент, с помощью которого руководители принимают стратегически важные решения по ведению бизнеса. Помимо этого, конкурентная разведка является частью стратегического менеджмента, которая необходима для сбора и обработки информации о конкурентах.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что конкурентная разведка представляет собой систему сбора, хранения, обработки и централизации информации о конкурентах.

Информация - ценнейший ресурс, на добычу которого направлена деятельность подразделений конкурентной разведки. Относительно конкурентной разведки: она классифицируется в зависимости от задач, которые необходимо решить.

Применение конкурентной разведки не ограничивается только лишь кругом глобальных целей компании. Так, конкурентная разведка применяется и по отношению к контрагентам, с которыми организация взаимодействует или находится в партнерских отношениях. Также, конкурентная разведка может применяться в случае установления цен на услуги или продукты на основании информации о ценообразовании тех же видов услуг или продукции конкурентов.

Следующая классификация информации определяется по ее уровню достоверности и соответствию реальности. Информация, которой обладает человек, может быть передана им недостоверно. Другая классификация, которая напрямую связана с предыдущей – источники информации, которые подразделяются на следующие типы:

- открытые и закрытые источники информации; оперативная информация, которая получена напрямую, то есть путем наблюдения, установления контакта и т.д.;

- экспертная информация и агентурная, которая представляет собой информацию, которая получена агентом в процессе наблюдения и систематизации [3].

Особое место в работе специалиста, занимающегося конкурентной разведкой, имеют сторонние организации, которые обеспечивают его необходимой информацией из открытого доступа.

К таким организациям относится Федеральная служба статистики, которая специализируется на сборе и обработке данных, не только касающихся социальной сферы общества, но и экономической. На официальном сайте Росстата можно найти необходимую информацию по контрагентам и провести конкурентный анализ на основе статистических данных.

Следующий ресурс, на который стоит обратить внимание – сайт ФНС РФ. Федеральная налоговая служба РФ является открытым источником информации не только о юридических, но

и физических лицах (речь идет об индивидуальных предпринимателях). Еще одной особенностью и преимуществом информации ФНС РФ является тот факт, что на основе предоставляемой информации можно определить надежность контрагента. При установлении партнерских отношений, рекомендуется проанализировать надежность контрагента с использованием статистических данных, представленных на сайте ФНС РФ.

Несмотря на очевидные преимущества, конкурентная разведка редко используется предпринимателями. Это связано с тем, что прямой выгоды от использования вышеупомянутого инструмента нет, и он не принесет доходы в ближайшей перспективе после его использования. Но, если проявить терпение, использование данного инструмента принесет гораздо больше, чем доходность – информацию, которую можно использовать для совершенствования деятельности предприятия как «внутри», так и «снаружи» - от управленческой системы предприятия до маркетинга и рекламы.

Таким образом, благодаря проведению конкурентной разведки, шансы предприятия на длительное существование возрастают; это преимущество представляет большую ценность, чем объем реализации продукции или услуг на первых этапах существования организации [6].

Отдел конкурентной разведки предполагает штат специалистов, которые будут заниматься ведением разведки, составлением отчетов и организовывать мероприятия по совершенствованию бизнес-процессов предприятия. Именно от работников вышеупомянутого отдела зависит эффективность проведения конкурентной разведки, поэтому специалисты, входящие в штат, должны обладать высокой компетентностью. При приеме на работу заинтересованных лиц, рекомендуется особое внимание уделить их опыту в данной области. Также необходимо отметить, что отдел необходимо всесторонне развивать: обновлять техническое оборудование; при необходимости, повышать квалификацию работников.

Таким образом, можно добиться высокой эффективности работы отдела и, в дальнейшем, стабильного уровня конкурентоспособности компании.

Результаты. Следует отметить, что организация конкурентной разведки и ее проведение должно основываться на следующих принципах ведения стратегической разведки[5]:

- целеполагания, который основывается на избрании круга задач, которые необходимо выполнить при ведении конкурентной разведки для достижения глобальной цели;

- изменчивости - он определяет факт непостоянности рынка, где рекомендуется особое внимание уделять изменениям, происходящим на рынке, и основным тенденциям;

- познаваемости - основан на логичности информации и корректных причинно-следственных связях;

- учета особенностей и изменений не только в экономической сфере, но и в политической, социальной и т.д.;

- своевременности - предполагает быструю реакцию и уведомление руководства о результатах работы конкурентной разведки;

- потери ценности, определяет факт устаревания информации, которая в последствии становится непригодной.

Эффективность работы подразделения конкурентной разведки напрямую зависит от исполнения вышеперечисленных принципов. При этом наиболее важными из всех являются следующие принципы: постоянство, изменчивость, своевременность.

Другим особо важным аспектом конкурентной разведки являются методы, по которым реализуется процесс бизнес-разведки, которые, в свою очередь, подразделяются на два вида: кабинетные и полевые методы.

Кабинетный вид включает в себя три основных метода: интернет, СМИ, отчеты предприятия.

Суть метода «интернет» заключается в поиске информации с использованием сети интернет под запрос, который может быть в виде анализа услуг, предоставляемых компанией-конкурентом, мониторинг активности конкурента. Метод «СМИ» базируется на исследовании не только интернет-ресурсов, но также печатных статей и журналов о деятельности конкурентов, на изучении документов, которые сама компания-конкурент выставляет в открытом доступе. Примером могут быть всевозможные бухгалтерские отчеты.

Вышеупомянутые методы входят в «кабинетный» вид, так как их применение производится дистанционно, то есть – из кабинета.

Полевых методов известно всего два [7]: выставки и конференции, беседы с людьми.

На выставках возможно воочию проанализировать продукцию конкурента, пообщаться с

работником и руководителями. Метод беседы основан на информации, которую можно получить путем проведения личной встречи. Зачастую, таким образом можно приобрести очень ценную информацию, которую не найти в открытых источниках доступа.

В процессе изучения информации из сети-интернет рекомендуется детально проанализировать социальные сети; основную информацию о деятельности компаний, зачастую, можно обнаружить только там.

Помимо прочего, существуют платформы, на которых каждый может выказать свое мнение о чем-либо, обычно их именуют «форумами», где у пользователей есть возможность комментировать или давать оценку чему-либо. Анализ рекомендуется проводить, но не углубляться, так как наиболее достоверную информацию можно получить с сайта компании или официальных страничек из социальных сетей.

При анализе вышеупомянутых ресурсов можно понять следующие аспекты [4]: популярность конкурента, его целевая аудитория, авторитет, с кем сотрудничает и так далее. На сегодняшний день собственные выставки компании не проводят, так как эффективнее всего будет продвигать новый товар или услугу через использование социальных сетей.

При использовании инструмента конкурентной разведки, необходимо проанализировать конъюктуру рынка, которая представляет собой объем информации, отражающей изменения на рынке в прошлом, настоящем и в прогнозе будущего времени.

Использование данной информации позволяет контролировать предложение в условиях постоянно изменяющегося спроса.

Далее, в зависимости от типа информации будут определены практические рекомендации по работе подразделения конкурентной разведки.

Работа с открытыми источниками информации предполагает свои методы, использование которых зависит от типов открытой информации, которые стоит перечислить:

- информация общего характера о регионе, а конкретно о его статусе в политическом, экономическом и социальном аспекте;

- специализированная информация о регионе отражает текущее положение характеристик о регионе в конкретной сфере – экономической, научной, технико-технологической и т.д.;

- персонализированный, отражающий информацию о конкретной компании и ее деятельности.

В чистом виде, данная информация не представляет никакой практической ценности. Для того, чтобы она имела практический характер, необходимо проанализировать экономическую деятельность региона или области и выявить основные тенденции или закономерности, на основании которых можно спрогнозировать спрос и предложение.

Работа с большими объемами информации предполагает систематизацию и структуризацию.

К открытым источникам информации относится деятельность СМИ. Особенностями данного типа информации является его недостоверность, так как зачастую деятельность прессы основана на слухах и домыслах. Тем не менее, не стоит исключать факт практической полезности данной информации в процессе ее анализа и сопоставления со статистическими данными.

Итак, для эффективной работы с информацией из СМИ, необходимо поставить следующие задачи: определить цель, выявить потребности в информации, определить круг источников, сопоставить с уже известными и неоспоримыми фактами.

При работе с большими объемами информации необходимо четко структурировать свои действия:

- подобрать необходимые источники с относительно объективной информацией;

- обработать информацию по принципу «ключевых слов»;

- отсортировать информацию и организовать ее хранение, чтобы в дальнейшем воспользоваться.

Негативным явлением в деятельности не только конкурентной разведки, но и в общем анализе информации является, так называемый, «информационный шум». Данное явление опасно тем, что, абстрагируясь от ненужной информации, специалист может случайно пропустить достоверную информацию, которая может быть ему полезна.

Работа с периодическими изданиями требует от специалиста точности. Для того, чтобы избежать ненужной информации, необходимо проанализировать период, в который происходили те или иные события, и являются фактором каких-либо изменений. Далее, специалист определяет

номер издания, которое выходило в исследуемый период времени и, таким образом, аналитик может избежать «шума» или лишней информации.

Как уже упоминалось ранее, систематизированное хранение информации является одним из важнейших условий работы конкурентной разведки. Информацию рекомендуется хранить в электронном виде из-за простоты использования. Также, стоит создать электронную базу данных, которой можно воспользоваться в любое удобное время.

Следующим эффективным методом обработки информации в условиях проведения конкурентной разведки является использование такого инструмента как контент-анализ. С его помощью можно за короткий промежуток обработать большой объем информации, выявляя ключевые понятия.

Контент-анализ состоит из следующих этапов:

- разработки программы исследования;
- определения объектов исследования;
- выбора метода анализа информации;
- сбора и систематизация первичных данных;
- обработки информации с учетом статистических данных;
- интерпретации результатов на основе полученных данных.

Помимо прочего, исследователи выделяют два вида контент-анализа: количественный и качественный. Исходя из самого названия, количественный контент анализ направлен на анализирование частоты появления «ключевых

слов», которые представляют собой определенные характеристики. Качественный вид направлен на смысловую нагрузку и контекст текста, в котором упоминаются необходимые ключевые слова.

Контент-анализ является сравнительно новым инструментом, в котором широко применяются информационные технологии. Так, выявление ключевых слов из источников информации проводится с использованием программ на основе искусственного интеллекта, что значительно упрощает работу специалиста в поиске необходимых ему ключевых слов, тем самым это определяет контент-анализ как самый эффективный на сегодняшний день метод обработки информации.

Заключение. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что конкурентная разведка не утратила своей актуальности и, в долгосрочной перспективе, позволяет организации обладать относительно стабильным уровнем конкурентного преимущества, что в современных условиях является фактором, необходимым для жизнедеятельности организации. Благодаря проведению сравнительного анализа, было установлено, что контент-анализ является наиболее эффективным методом проведения конкурентной разведки. Практические рекомендации, которые были описаны в исследовании, могут в значительной степени упростить работу специалисту конкурентной разведки.

Проведенное исследование является фактом, определяющим конкурентную разведку как необходимый инструмент в деятельности современных организаций.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература:

1. С. Э. Акопов, Акопова, Е. С. *Мировая экономика в условиях глобальной санкционной политики* / Е. С. Акопова, С. И. Самыгин // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. – 2023. – № 1. – С. 179-182. – DOI 10.23672/SAE.2023.50.42.001.
2. Красилюк Георгий Павлович, Атякшева Дарья Александровна *Формирование алгоритма реализации инструментов конкурентной разведки: аспекты принятия решений на основании информации* // *Финансовые рынки и банки*. 2023. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-algoritma-realizatsii-instrumentov-konkurentnoy-razvedki-aspekty-prinyatiya-resheniy-na-osnovanii-informatsii> (дата обращения: 19.04.2024).

3. Кэллоф Джонатан Конкурентная разведка глазами профессионалов // Форсайт. 2020. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnaya-razvedka-glazami-professionalov> (дата обращения: 16.04.2024).
4. Мурыгина Надежда Викторовна К вопросу об экономической разведке и шпионаже // Промышленность: экономика, управление, технологии. 2020. №3 (82). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-ekonomicheskoy-razvedke-i-shpionazhe> (дата обращения: 16.04.2024).
5. Пресняков В.А., Дорофеев О.В. КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, СООТНОШЕНИЕ СО СМЕЖНЫМИ ПОНЯТИЯМИ // Инновации и инвестиции. 2023. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnaya-razvedka-ponyatie-suschnost-sootnoshenie-so-smezhnymi-ponyatiyami> (дата обращения: 17.04.2024).
6. Самыгин С.И., Савон И.В., Бандурин А.П. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2023. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnaya-privlekatelnost-kak-klyuchevoy-faktor-razvitiya-konkurentnyh-preimuschestv-rostovskoy-oblasti> (дата обращения: 15.04.2024).
7. Шигапова А.И. ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛИЗА РЫНКА // Форум молодых ученых. 2023. №10 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-metody-konkurentnogo-analiza-rynka> (дата обращения: 18.04.2024).

References:

1. S. E. Akopov, Akopova, E. S. *The world economy in the context of global sanctions policy* / E. S. Akopova, S. I. Samygin // *Humanities, socio-economic and social sciences*. – 2023. – No. 1. – pp. 179-182. – DOI 10.23672/SAE.2023.50.42.001.
2. Krasilyuk Georgy Pavlovich, Atyaksheva Darya Aleksandrovna *Formation of an algorithm for the implementation of competitive intelligence tools: aspects of decision-making based on information* // *Financial markets and banks*. 2023. No.10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-algoritma-realizatsii-instrumentov-konkurentnoy-razvedki-aspekty-prinyatiya-resheniy-na-osnovanii-informatsii> (date of application: 04.19.2024).
3. Kalof Jonathan *Competitive intelligence through the eyes of professionals* // *Foresight* 2020. No.3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnaya-razvedka-glazami-professionalov> (date of address: 04.16.2024).
4. Murygina Nadezhda Viktorovna *On the issue of economic intelligence and espionage* // *Industry: economics, management, technologies*. 2020. No.3 (82). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-ekonomicheskoy-razvedke-i-shpionazhe> (date of application: 04.16.2024).
5. Presnyakov V.A., Dorofeev O.V. *COMPETITIVE INTELLIGENCE: THE CONCEPT, ESSENCE, RELATIONSHIP WITH RELATED CONCEPTS* // *Innovations and investments*. 2023. No.3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnaya-razvedka-ponyatie-suschnost-sootnoshenie-so-smezhnymi-ponyatiyami> (date of application: 04.17.2024).
6. Samygin S.I., Savon I.V., Bandurin A.P. *INVESTMENT ATTRACTIVENESS AS A KEY FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ROSTOV REGION* // *Humanities, socio-economic and social sciences*. 2023. No.12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnaya-privlekatelnost-kak-klyuchevoy-faktor-razvitiya-konkurentnyh-preimuschestv-rostovskoy-oblasti> (date of application: 04.15.2024).
7. Shigapova A.I. *INNOVATIVE METHODS OF COMPETITIVE MARKET ANALYSIS* // *Forum of young scientists*. 2023. No.10 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-metody-konkurentnogo-analiza-rynka> (date of application: 04.18.2024).

Информация об авторах:

Акопов Сергей Эдуардович, кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики и международных отношений, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Россия, город Ростов-на-Дону, sergik-900@mail.ru

Акопова Елена Сергеевна, доктор экономических наук, профессор кафедры Коммерции и логистики, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Россия, город Ростов-на-Дону, akopova_rsue@icloud.com

Самыгин Сергей Иванович, доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры финансового и HR-менеджмента, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), samygin78_@yandex.ru

Sergey E. Akopov, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of World Economy and International Relations, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia

Elena S. Akopova, Doctor of Economics, Professor of the Department of Commerce and Logistics, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia

Sergey I. Samygin, Doctor of Sociology, Professor, Professor of the Department of Financial and HR Management, Rostov State University of Economics