

УДК 339.137.025

Литвиненко В. И., канд. воен. наук, доцент, профессор Академии военных наук, руководитель Центра подготовки и обучения предприятий безопасности «Группа Р», г. Москва, viktor_13@mail.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ДЕЛОВОЙ РАЗВЕДКИ В КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЕ

Если попытаться провести детальный анализ причин провалов предпринимательской деятельности в России, то большинство из них можно свести к одному обстоятельству — это неумение, а порой и просто нежелание заниматься обработкой и анализом информации об окружающей предприятие часто достаточно агрессивной среде. Цель данной статьи — познакомить читателей с историей возникновения такого явления как конкурентная (деловая) разведка, основными методами и принципами ее деятельности и ее ролью в конкурентной борьбе. Автор дает методические рекомендации практического характера, которые помогут организовать сбор и анализ информации, необходимой для успешной деятельности коммерческой фирмы или организации.

Ключевые слова: конкурентная (деловая) разведка, коммерческая информация, поиск информации, дезинформация, источники информации, проверка партнеров, недобросовестная конкуренция.

К сожалению, важность правильного сбора и анализа коммерческой информации только начинает привлекать внимание большинства российских предпринимателей. Сегодня немногие из них могут определить тип необходимой для предприятия информации, квалифицированно организовать ее поиск, избежать эффекта дезинформации, умело использовать полученные сведения для принятия решений и для организации текущего контроля финансово-хозяйственной деятельности.

В определенной мере это характерно и для некоторых западных коммерсантов. Так, согласно одному из проведенных агентством Euromedia опросов, 22% европейских банков, страховых и инвестиционных компаний игнорируют возможности использования внешних источников информации для развития своего бизнеса, что впоследствии вызывает негативные явления.

Времена прибыли в 500% вложенного безвозвратно прошли, рыночные ниши сегодня активно заполняются, а к поиску новых перспективных направлений надо подходить очень осторожно. При этом следует опираться на систему экономической разведки, которая позволяет получать данные о рынках сбыта, конкурентах, партнерах, контрагентах, новых технологиях, законодательных актах и т. п. От объема и качества обработки первичных данных зависит успешность стратегических планов и решений, принимаемых первым лицом компании. Дисциплина, ответственная за ведение информационно-аналитической работы, получила на Западе название конкурентной или деловой разведки.

Небольшой исторический экскурс. Конкурентная (деловая) разведка появилась в развитых странах Запада немногим более 40 лет назад и за прошедшие десятилетия превратилась в официальную практику