

Є.М. Смирнов, канд. екон. наук (*ДонНУЕТ, Донецьк*)

С.А. Ангільов, М.О. Багно (*ДонНУЕТ, Донецьк*)

КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА ТА ЕКОНОМІЧНЕ ШПИГУНСТВО: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

В сучасних умовах питання конкурентної розвідки та економічної безпеки набувають особливого значення. З одного боку підприємство повинне мати постійну інформацію про конкурентів. Знаючи ринкові плани і захисний потенціал конкурентів, підприємство може своєчасно помітити потенційну небезпеку або вчасно здійснити обґрунтовані наступальні дії. З іншого боку, підприємство має бути готово захистити від посягань конкурентів інформацію про свій бізнес. Успіх підприємства у вирішенні як першого, так і другого завдання залежить від ефективності роботи служби конкурентної розвідки. Однак в сучасних умовах методи конкурентної розвідки слід відрізнити від іншого не менш поширеного способу добування комерційно важливої інформації – економічного шпигунства. Адже, незважаючи на те, що головна мета цих видів діяльності збігається (досягнення конкурентних переваг), їх методи відрізняються.

Проведене дослідження фахової економічної літератури [1-3] дозволило виділити чотири основні відмінності інститутів конкурентної розвідки та економічного шпигунства, а саме: види інформації та спосіб її одержання, правовий статус та відношення до норм етики підприємництва. Наведені ознаки не тільки визначають відмінності конкурентної розвідки від методів шпигунства, але й формують специфіку методів конкурентної розвідки.

Першою відмінною ознакою конкурентної розвідки, на яку варто звернути увагу при вивченні методів розвідувальної діяльності, є спосіб одержання інформації. На відміну від економічного шпигунства, що ґрунтується в основному на оперативній розвідувальній роботі конкурентна розвідка передбачає аналітичну роботу з інформацією (збирання, обробка, аналіз), тобто виконує інформаційно-аналітичну функцію. І якщо «шпигун» у своїй діяльності опирається на різного роду технічні засоби й агентурні прийоми, то фахівець служби конкурентної розвідки має у своєму арсеналі загальновідомі наукові методи аналізу і діагностики, що дозволяють виділити із широкого масиву загальнодоступної інформації ту, котра представляє реальний комерційний інтерес.

Наступною ознакою, що відрізняє методи конкурентної розвідки від методів шпигунства, є вид розвідувальної інформації. Як вже відзначалося, конкурентна розвідка працює переважно з відкритими джерелами інформації, які стосуються основних ринкових тенденцій і змін у конкурентному оточенні. Дане твердження виглядає цілком виправданим. Переважну більшість відомостей про конкурента можна одержати з відкритих джерел. Дійсно, щоб підприємство перестало залишати сліди, у нього є один вихід – припинити роботу [1].

Важливою особливістю методів конкурентної розвідки є їхній правовий статус. Відмінність конкурентної розвідки від економічного шпигунства полягає в тому, що конкурентна розвідка працює строго в межах закону, а шпигунство виходить за ці межі. Тут доречно навести думку Є.Л. Ющука, який стверджує: «у реальному житті межа між конкурентною розвідкою та промисловим шпигунством залежить від мистецтва того, хто її проводить, не вступати в протиріччя із кримінальним кодексом...» [1]. Дійсно економічне шпигунство є формою недобросовісної конкуренції, що ґрунтується на незаконних методах та технологіях добування інформації про конкурентів, тоді як конкурентна розвідка – це насамперед легітимна діяльність, пов'язана з аналізом ключових тенденцій ринку та намірів конкурентів.

Крім того, для конкурентної розвідки є характерним ще одна особливість. Мова йде про етику. Конкурентна розвідка повинна проводитися не тільки законно, але й етично. Виділення цієї ознаки є важливим з огляду на те, що використання службою конкурентної розвідки методів збору інформації нерідко вимагає порушення норм етики підприємництва і чесної конкурентної боротьби. Однак в практичній діяльності провести чітку границю між тим, що є етичним у конкурентній боротьбі, а що ні дуже складно. Проблема в тому, що питання етики розуміється по-різному. Те, що неприйнятно в одній країні або професійній групі, може бути нормою життя для іншої [1].

Таким чином виділені ознаки та властивості конкурентної розвідки у подальшому можуть бути використані при дослідженні та класифікації методів її здійснення.

Література

1. Ющук Е.Л. Конкурентная разведка: маркетинг рисков и возможностей / Ющук Е.Л. – М.: Вершина, 2006. – 240 с.
2. Духин В.В. Конкурентная разведка в Интернет / В.В. Духин, О.В. Духина; [2-е изд., испр. и доп.]. – М.: ООО «Издательство АСТ»; Издательство «НТ Пресс», 2004. – 229 с.
3. Бесчасных В.Н. Экономическая безопасность: [учебник] / В.Н. Бесчасных. – Донецк: Каштан, 2010. – 1058 с.