

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ МЕНЕДЖМЕНТА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

УДК 339.137 / 65.05

Дивненко Зоя Александровна,

заместитель декана факультета экономики и управления,
научный сотрудник,
ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
e-mail: divzdiv@mail.ru
г. Пенза, Россия

Юдина Екатерина Сергеевна,

магистрант,
научный сотрудник,
ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
e-mail: e.yudina@outlook.com
г. Пенза, Россия

Семеркова Любовь Николаевна,

доктор экономических наук,
профессор
кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»,
ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
e-mail: penzmarketing@mail.ru
г. Пенза, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКЕ

Аннотация:

Данная работа посвящена практическому применению информационных технологий и инструментов в конкурентной разведке. Понятие конкурентной разведки, цикл разведки и алгоритм процесса конкурентной разведки изучаются. Программное обеспечение для сбора, хранения, обработки и распространения информации рассматривается. Особое внимание уделяется конкурентной разведке в Интернете.

Ключевые слова:

Конкуренция, конкурентная разведка, стратегическая конкурентоспособность, информация, информационные технологии, интернет

Введение

На современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Повышение конкурентоспособности касается всех уровней национальной экономики: продукции, предприятия, отрасли, региона и страны в целом, однако особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия как основного звена экономики. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности предприятия.

Для успешной конкурентной борьбы предприятиям необходимо не только обновлять технологии и технологическое оборудование, изучать внутренний и внешний рынок, выявлять свои возможности, но и анализировать слабые стороны, уязвимые места конкурентов, оказывать управляющее воздействие на собственную конкурентоспособность. Эффективность функционирования предприятия в условиях рынка предполагает активный поиск и анализ бизнес-информации для формирования стратегии повышения конкурентоспособности. В данном направлении все большую актуальность приобретает конкурентная разведка.

1. Понятие конкурентной разведки

Конкурентная разведка – сбор и обработка данных из разных источников, для выработки управленческих решений с целью повышения конкурентоспособности коммерческой организации, проводимые в рамках закона и с соблюдением этических норм, что является главным отличием от промышленного шпионажа, кроме того, это структурное подразделение предприятия, выполняющее эти функции. Конкурентная разведка – это информационно-аналитическая работа, цель которой сбор информации о физических и юридических лицах без применения оперативно-розыскной деятельности, что является прерогативой государственных спецслужб и правоохранительных органов.

Конкурентная разведка – деятельность с конкретным этическим кодексом, анализ и использование информации происходит исключительно из открытых источников, мониторинг конкурентной среды осуществляется без нарушения законов и норм этики.

Многие исследователи сводят конкурентную разведку только к функциям бенчмаркинга, что является не совсем корректно. Бенчмаркинг – это поиск и изучение информации о лучших решениях, используемых в деятель-

ности других компаний. В таблице 2 проанализированы различия и сходства КР и бенчмаркинга

В основном полезная информация разведывательного характера добывается из секретных источников, на практике же это далеко не так. Иногда до 95 % информации можно почерпнуть из открытых источников, надо лишь грамотно организовать их изучение.

Как и в любой другой деятельности, эффективность конкурентной разведки определяется по схеме «затраты – эффект». Для разведывательности можно назвать три вида эффекта: прибыль, экономия средств, предотвращение материального и морального ущерба.

Иногда при небольших затратах и высокой оперативности можно добиться значительных результатов, предотвратив финансовые и моральные потери предприятия. Конкурентная разведка – важнейший инструмент минимизации рисков и обеспечения прибылей, поскольку в определенном смысле это система «раннего предубеждения» о намерениях конкурентов, возможных поворотах и изменениях на рынке, возможных результатах воздействия политических технологий на предпринимательскую деятельность [5].

Система конкурентной разведки предприятия дает своеобразный мультипликативный эффект, совмещая интересы обеспечения экономической безопасности предприятия с решением вопросов маркетинга, поскольку на ее основе вырабатывается эффективная экономическая политика предприятия.

2. Разведывательный цикл и алгоритм процесса конкурентной разведки

Для понимания механизмов действия системы конкурентной разведки целесообразно рассмотреть основные стадии информационно-аналитического процесса и его составные элементы. Основу системы конкурентной разведки составляет разведывательный цикл, заключающийся в последовательной реализации пяти этапов (рисунок 1).

Главной целью, или целью 1-го уровня, является поддержка принятия решений высшего руководства предприятия. К целям 2-го уровня относятся: анализ конкурентной ситуации, прогнозирование будущих изменений конкурентной среды, информационная поддержка решений специалистов на всех уровнях, мониторинг действий конкурентов.

Процесс конкурентной разведки начинается с определения целей, потребностей и задач. Выделяют два уровня целей конкурентной разведки (рисунок 2).

Разведывательная цель соотносится в обязательном порядке с генеральной целью компании, с планами и оперативными запросами, и в соответствии с этим происходит установка приоритетности информационных нужд.

Второй этап – сбор данных. На этом этапе осуществляется отбор источников и сбор информации, проводимые в соответствии с поставленными

задачами и установленными целями. Важно отметить, что конкурентная разведка ведет работу только с открытыми источниками.



Рис.1. Цикл конкурентной разведки



Рис. 2. Декомпозиция целей конкурентной разведки

Количество источников получения необходимых данных огромно, поэтому процесс их отбора должен иметь четкие критерии, не отражающиеся на ценности.

Важным фактором процедуры выбора информационных ресурсов является скорость получения информации и верифицирование материалов, т.е. оценка надежности источника, достоверности и точности.

Третий этап цикла конкурентной разведки – анализ данных. Этот этап цикла информационно-аналитической деятельности начинается с оценки информации, следом осуществляется систематизация полученных материалов и проводится системно-структурный анализ. Заключительным шагом процесса анализа выступает разработка отчетов и предложений для принятия решений.

В зависимости от цели и специфики работы, особенностей восприятия информации и желаний заказчика конечная форма представленных данных может принять вид аналитического обзора, отчета, доклада, обзора событий, информационного бюллетеня, комментария или устного доклада.

Структура разведывательного цикла во многом зависит от большого количества внешних и внутренних факторов, в том числе: числа участников, целей участвующих сторон, используемых каналов, личных предпочтений руководства и т.д. Алгоритм процесса конкурентной разведки представлен на рисунке 3.

Уровень конкурентоспособности предприятия во многом обеспечивается хорошо организованной системой сбора деловой информации, которая ложится в основу конкурентной борьбы за клиентов, завоевания новых рынков, увеличения прибыли, снижения издержек, а также используется в процессе принятия управленческих решений, стратегического планирования, проведения маркетинговых исследований и PR-компаний.

Большим подспорьем для эффективной системы повышения конкурентоспособности организации является создание системы информационного обеспечения внутреннего и внешнего окружения фирмы, представляющей собой единый интегрированный банк данных с использованием современных компьютерных технологий, где накапливается вся информация, поступающая из открытых и конфиденциальных источников.

Государства создают официальные структуры с целью обеспечения своевременного получения и хранения информации, предприятия ощущают потребность в современных технологиях анализа информации, постоянном обновлении программных средств обеспечения безопасности и в максимальной интеграции всей системы анализа, обработки и применения постоянно обновляющейся информации различного рода [2].

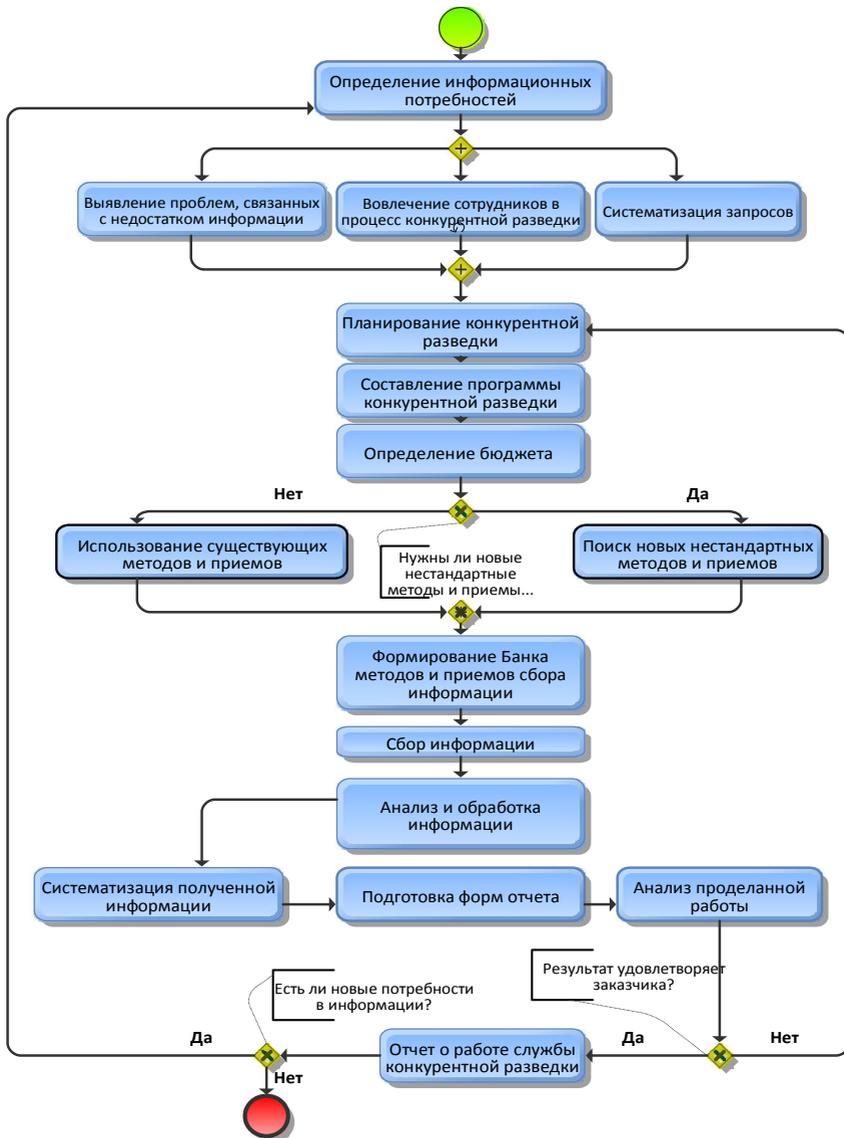


Рис. 3. Алгоритм процесса конкурентной разведки

3. Программное обеспечение для сбора, хранения, обработки и распространения информации

Всё программное обеспечение, которое используется для работы с информацией, можно разделить на общее, специальное и интегрированное. К первому типу относятся продукты, которые могут использоваться для решения широкой группы задач (текстовые редакторы, электронные таблицы и т.п.), ко второму – узкоспециализированные программы, предназначенные для решения специальных задач (анализ бухгалтерской отчетности, планирование складского запаса и т.д.). Наконец, к третьему типу можно отнести программное обеспечение, интегрирующее различные информационные системы и данные в единый комплекс. Первый тип, в свою очередь может быть разделен на ПО для поиска информации; для получения информации от пользователей; для обработки информации; для хранения и для распространения информации.

Программное обеспечение для поиска и сбора информации представлено решениями для поиска информации на компьютере и в локальной сети (YandexDesktop), для отслеживания изменений на веб-страницах (WebSiteWatcher, UpdateScanner и SiteSputnik), для отслеживания упоминаний определенных ключевых слов (GoogleAlert, SiteSputnik), сбора информации из новостных лент и RSS-потоков (Kanban, Яндекс.Лента, GoogleReader), а также сбора информации от респондентов (MicrosoftInfoPath, Формы Google). Данное программное обеспечение позволяет автоматизировать процесс поиска информации и отслеживания обновлений на сайтах, упростить сбор сведений от респондентов и копирование полученной информации на рабочую станцию.

Для хранения информации могут быть использованы самые разнообразные решения, начиная с папок в операционной системе и заканчивая онлайн-базами данных. Самый простой способ организации архива информации – использование папок файловой системы. Благодаря специальным программам по поиску сведений, хранящихся в компьютере (системы Copernic, YandexDesktop и т.п.), данные можно найти практически мгновенно. Второй вариант реализации системы хранения информации – это создание базы данных в электронных таблицах (MS Excel, Calc и др.), что позволяет производить быстрый поиск информации в базе, а также легко экспортировать ее в другие приложения для дальнейшей обработки. В том случае если уровень знания программы позволяет писать макросы, то процесс работы с такой базой данных становится еще более эффективным. Среди недостатков такого способа хранения информации следует отметить высокую вероятность полного или частичного дублирования данных, а также большой объем работы, выполняемой вручную, связанной с присваиванием записи определенных атрибутов. Когда речь идет о таблице, содержащей несколько сотен строк, это не так актуально, но когда она включает тысячи и

десятки тысяч строк, возникновение ошибок неизбежно. Также в Excel тяжело создать систему реляционных таблиц и справочников.

Более эффективным является хранение данных в специальных базах данных, для работы с которыми используется специальное программное обеспечение – системы управления базами данных (СУБД). Среди них необходимо особо отметить MS Access – программу, которая входит в состав профессионального пакета MS Office, а создать с ее помощью несложную базу данных под силу практически любому пользователю офисных программ после небольшого изучения. В документ, созданный в этой программе, можно без особого труда экспортировать данные из таблиц, ранее созданных в программе Excel. Программа MS Access позволяет организовывать как простейшие, так и очень сложные реляционные базы данных. Кроме того, развитая система запросов позволяет формировать отчеты любой сложности за очень короткое время.

Программное обеспечение для обработки статистической и текстовой информации представлено статистическими пакетами (SPSS, Statistica) и электронными таблицами (MicrosoftExcel, LibreOfficeCalc), а также решениями на основе OLAP и DataMining. Данные программы характеризуются высокой скоростью обработки данных, оперативностью поиска и фильтрации данных, а также автоматизацией рутинных операций при помощи макросов. Программы на основе OLAP и DataMining позволяют быстро обрабатывать большие объемы данных и повышать эффективность анализа за счет методик обнаружения в базах данных скрытых знаний и возможности получать различные информационные срезы и визуализации результатов.

Программное обеспечение для коммуникаций с клиентами включает в себя клиенты электронной почты, программы обмена быстрыми сообщениями, средства голосовой и видеосвязи, программы для проведения вебинаров. Эти программы позволяют упростить процесс получения и распределения информации благодаря высокой скорости передачи данных, возможности привлечения нескольких участников одновременно, обмену файлами. Средства голосовой и видеосвязи (Skype и GoogleTalk), а также ПО для проведения вебинаров (BigBlueButton1, Comdi и др.), позволяют в режиме реального времени общаться с существующими и потенциальными клиентами, проводить семинары без необходимости личного присутствия участников в месте из проведения, получать обратную связь от участников.

4. Инструменты конкурентной разведки в сети Интернет

Вследствие стремительного развития глобальной сети Интернет и усиления его влияния на деятельность предприятий и организаций, увеличение количества информационных ресурсов именно конкурентная разведка в Интернете стала важнейшей функцией современного менеджмента и главным условием динамичного развития бизнеса.

Знание принципов конкурентной разведки в Интернете и практическое применение специальных поисковых машин необходимы в работе любого предприятия.

Существующие средства поиска информации в Интернете можно условно разделить на несколько групп:

- каталоги;
- информационно-поисковые системы;
- метапоисковые системы;
- системы мониторинга и контент-анализа;
- экстракторы объектов, событий и фактов;
- системы управления знаниями (DataMining, TextMining);
- специализированные системы конкурентной разведки.

Каталог – это иерархическая система, обеспечивающая классификацию информации. Каталоги работают не с индексами, а с описаниями ресурсов Интернета. Они наполняются Web-мастерами или специальными редакторами, которые просматривают информационные ресурсы Сети.

Типичным примером использования каталога является необходимость нахождения в сети Интернет группы информационных ресурсов на определенную недостаточно узкую тематику, например, сайтов, предоставляющих контактную информацию организаций.

Наиболее развитыми каталогами на сегодняшний день являются Yahoo!, OpenDirectory, Yandex.

Информационно-поисковая система (ИПС) - это система, обеспечивающая отбор, индексирование и поиск информации на основе индекса. Поисковые системы следует применять, если требуется найти информацию по специфичным вопросам или для обеспечения полноты охвата ресурсов.

Примером применения при поиске информационно-поисковых систем могут являться требования найти сайт конкретной организации или дать ответ на какой-либо вопрос. Лидирующими среди ИПС являются Google, Yandex, MSN и другие.

Метапоисковые системы - это надстройки над поисковыми системами и электронными каталогами, которые не имеют собственной базы данных (индекса) и при поиске по поисковому предписанию пользователя самостоятельно формируют запросы для нескольких внешних средств поиска, а затем анализируют полученные результаты и выдают список ссылок в порядке, определяемом соотношением рейтингов ответа сразу по нескольким средствам поиска [4].

Наиболее значимые метапоисковые системы – MetaCrawler (<http://www.metacrawler.com>) и MetaBot.ru (<http://metabot.ru>). Их главное достоинство заключается в умении рассылать вводимые в них запросы по другим системам, а затем суммировать результаты. Этим гарантируется «объ-

ективность» и «полнота» полученных результатов, однако, учитывая различия в подходах к обработке терминов разными системами, результат может оказаться не всегда релевантным запросу.

Метапоисковые системы наиболее эффективны на начальных этапах поиска информации. Они помогают локализовать средства поиска, в которых присутствуют сведения об искомой пользователем информации.

Системы мониторинга и контент-анализа обеспечивают регулярный поиск и «скачивание» информации по заданным темам и с заданных сайтов, а также анализ содержания полученных документов. Такие системы в основном обладают развитым языком запросов, что позволяет существенно детализировать и конкретизировать запросы по сравнению с обычными поисковыми системами. Также такие системы хранят в своих базах данных полные тексты исходных документов, что обеспечивает сохранность этих документов во времени и возможность их обработки и контент-анализа как в текущем времени, так и в перспективе.

Существенным преимуществом таких систем является то, что сложные запросы, состоящие из десятков или сотен поисковых слов и выражений, однажды составленные аналитиком-знатоком предметной области, могут быть сохранены в виде каталогизированного запроса или рубрики, и в дальнейшем вызываться автоматически или вручную из сохраненного списка для проведения поиска или контент-анализа.

Если мониторинговые системы могут выделять из информационного потока поставленные на мониторинг известные объекты, то экстракторы объектов, событий и фактов умеют выделять из потока информации неизвестные ранее объекты, события или факты, которые соответствуют определенному заранее заданному типу.

Системы управления знаниями предназначены для автоматического анализа и нахождения взаимосвязей между документами, людьми и информацией в пределах всей организации [5].

Под управлением знаниями понимается совокупность стратегий и процессов по выявлению, приобретению, распространению, использованию, контролю и обмену знаниями, необходимыми для обеспечения конкурентоспособности организации[3].

Данные системы умеют выявлять новые знания и закономерности. Например, система может самостоятельно, без участия человека, сделать вывод о факте знакомства между людьми, основываясь на имеющихся в системе данных об окончании ими одной и той же школы и одного итого же класса в одном и том же населенном пункте.

Примерами систем управления знаниями являются KnowledgeDiscoverySystem и SharePointPortalServer.

Специализированные системы для конкурентной разведки могут включать в себя одно или несколько из перечисленных выше поисковых средств,

специально «заточенных» под эти специфические задачи. Кроме того, потребности конкурентной разведки предполагают в качестве источников информации кроме полнотекстовых документов из Интернет, еще и доступные в Сети базы данных, собственные, принадлежащие структуре, документы, таблицы и базы данных, а также формализованные и неформализованные документы и БД, добытые из других источников.

К специализированным системам относятся системы, осуществляющие поиск. [1]:

- файлов (например, FileSearch.ru (<http://www.filesearch.ru>), Files.ru (<http://www.files.ru>);
- новостей в электронных СМИ (например, Яндекс Новости (<http://news.yandex.ru>), Moreover (<http://w.moreover.com>);
- товаров в определенных типах магазинов (в книжных или компьютерных) (например, Яндекс Товары (<http://tovar.yandex.ru>), Торг.ru (<http://www.torg.ru>);
- людей (например, Люди в Сети (<http://www.zarech.ru/people/>)), Белые страницы России (<http://whitepages.rin.ru>), Yahoo! PeopleSearch (<http://people.yahoo.com>);
- информации в музыкальных архивах (например, MP3Search (<http://www.mp3search.ru>);
- картинок (например, Яндекс Картинки (<http://yandex.ru/images.html>), Google Поиск изображений (<http://www.google.com>));
- в каталогах региональных ресурсов (например, Яндекс Регионы (<http://yandex.ru/yasa/c0-0-0-0=0.html>), Брянский Weblist Емеля (<http://yandex.ru/images.html>)) и др.

Проанализировав основные инструменты конкурентной разведки в Сети Интернет, можно выделить следующие группы:

1. Инструменты для отслеживания упоминаний (Google Alerts, SocialMention, Marketing Grader);
2. Статистика поисковой рекламы (Advse, Prodvigator, SpyFu, What Runs Where);
3. Анализ и мониторинг ключевых слов (Competitive Research & Keyword Research Gadget, Google Keyword Planner, Monitor Backlinks, SEMRush, SpyFu, The Search Monitor, iSpionage);
4. Анализ социальных сетей (InfiniGraph, Simply Measured, Postee);
5. Рейтинги сайтов и анализ популярности (SimilarWeb, Alexa);
6. Проверка ссылочной массы, обратных ссылок и линкбилдинг (Majestic SEO, Ontolo, LinkProspector, OpenSiteExplorer);
7. Универсальные инструменты (SimplyMeasured).

Заключение

Конкурентная разведка представляет собой методы, включающие в себя технологии и средства сбора и обработки данных из открытых источников, осуществляемые в рамках законодательства и с соблюдением этических норм. Она служит средством обеспечения руководства компании актуальной информацией с целью увеличения доходов, избегания неоправданных расходов, сохранения положения на рынке или получения иной коммерческой выгоды, по ключевым объектам.

Правильно подобранные инструменты конкурентной разведки формируют универсальную систему, которая позволит руководству компании оперативно реагировать на изменения ситуации на рынках, оценивать риски и возможности, прогнозировать их и, как следствие - принимать правильные управленческие решения.

Список использованных источников

1. Аверченков, В.И. Мониторинг и системный анализ информации в сети Интернет: монография [электронный ресурс] / В.И. Аверченков, С.М. Рошин. – 2-е изд., стереотип. – М.: ФЛИНТА, 2011. – 160 с.
2. Богомолова, И. П. Анализ формирования категории конкурентоспособность как фактора рыночного превосходства экономических объектов / И. П. Богомолова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 1. С.25
3. Малинин И., Зачем нужен мониторинг? URL: <http://reklamaster.com/articles/year/2012/id/33270/index.html> (дата обращения 08.09.2016)
4. Мартич, А. Через знания – к звездам / А. Мартич // Управление компаний. - 2001. - №5. - [http://management.web-standart.net/article0\\$id!13211.htm](http://management.web-standart.net/article0$id!13211.htm)
5. Divnenko Z. A., Maslov D. G. Analysis of the categories "competition" and "competitive intelligence" as enhancing factors of enterprises' competitiveness / Z. A. Divnenko, D. G. Maslov // Модели, системы, сетивэкономике, технике, природообществе. – 2015. – № 1 (13). – С. 8–12
6. LotusSoftware от IBM предлагает новое решение для систем управления знаниями. – http://www.ibm.com/ru/news/nfolder/31_10_01_02.html (дата запроса 20.08.2016)
7. От науки к бизнесу. «Университет, бизнес и власть: итоги взаимодействия за 10 лет». – 10 Международный форум, г.Санкт-Петербург. – 2016 г.
8. Treacy M. The Discipline of Market Leaders: Choose Your Customers, Narrow Your Focus, Dominate Your Market / M. Treacy, Fr. Wiersema. – NY. : Perseus Book, 1997. – 213 p.

Zoya Divnenko,

deputy Dean of the Faculty of Economics and Management,
research,
Institute for Fundamental and Applied Studies,
Penza State University
e-mail: divzdiv@mail.ru
Penza, Russia

Lyubov Semerkova,

doctor of Economics,
professor,
head of department “Marketing, business and services”,
Penza State University
e-mail: penzmarketing@mail.ru
Penza, Russia

Ekaterina Yudina,

research,
Institute for Fundamental and Applied Studies,
Penza State University
e-mail: e.yudina@outlook.com
Penza, Russia

**APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES
IN COMPETITIVE INTELLIGENCE**

Abstract:

This article is dedicated to the practical application of information technologies and tools in competitive intelligence. The concept of competitive intelligence, the intelligence cycle and the algorithm of the process of competitive intelligence are studied. Software for collection, storage, processing and dissemination of information is reviewed. Special attention is given to the competitive intelligence tools on the Internet.

Keywords:

Competitiveness, competitive intelligence, information technology, strategic competitiveness, Internet