

Экономический шпионаж как метод ведения конкурентной борьбы

Керус Н.А

Научный руководитель: канд. пед. наук, доцент Володько О.М.
Белорусский национальный технический университет

Современные условия мирового экономического кризиса обостряют проблему конкуренции, конкуренция приобретает более масштабный характер. Сегодня конкуренция означает не просто борьбу между товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта продукции с целью получения большей прибыли. Сегодня для фирм это практически борьба за выживание в жестких рыночных условиях. Фирмы вынуждены идти на крайние меры, и как следствие, всё большую популярность получают методы недобросовестной конкуренции, одним из которых является экономический шпионаж.

Сегодня термин «экономический, промышленный, коммерческий, научно-технический шпионаж (разведка)» означает активные действия, направленные на сбор, хищение, накопление и обработку ценной информации, закрытой для доступа посторонних лиц. Цель этой разведки – нанесение вреда конкуренту или опережение его в экономическом развитии. Ее сфера – все отрасли рыночной экономики.

Как правило, известных случаев промышленного шпионажа не много: в некоторых отраслях они не подлежат разглашению, в других об этом просто никто не узнал. Но недооценивать его роль нельзя, так как крылатая фраза «кто владеет информацией, тот владеет миром» – оставалась актуальной всегда.

На сегодняшний день экономический шпионаж и деловая разведка являются одним из важнейших условий развития мировой экономики. Каждая компания заинтересована в том, чтобы иметь конфиденциальные сведения о конкурентах, при этом самим не допускать утечек. Непрерывный сбор информации ведется как на государственном, так и на корпоративном уровне. Для экономического шпионажа большую роль играют перепады в экономическом и социальном развитии различных стран мира. Ведь сегодня одно лишь обладание сырьевыми ресурсами уже не предопределяет

успех экономики. Самым важным становятся сведения о технологических и производственно-экономических «ноу-хау».

Основными методами экономического шпионажа являются:

1. Анализ открытых источников.
2. Получение информации в ходе бесед.
3. Участие в экономической жизни.
4. Агенты на предприятии («Источники на местах»).

5. Использование современной информационной техники: компьютерный шпионаж.

В последние годы набирает обороты компьютерный шпионаж. Сейчас сфера электронной обработки данных с ее глобальными сетями представляет собой самый полный открытый, источник информации для экономических шпионов. Но и в этой сфере активно используются тайные, или незаконные, методы сбора информации: несанкционированный доступ к компьютерным системам путем проникновения в сеть, взлом программного или аппаратного обеспечения.

Сфера конкурентной разведки, в силу своей специфики, первой находит новейшие, передовые способы работы с информацией, делая выводы о возможных преимуществах и недостатках того или иного решения. Интернет является уникальным инструментом маркетинга и PR. С помощью Интернета возможно проведение сайта конкурента с точки зрения получения коммерческой информации, проводить мониторинг изменений на сайтах. Многое из того, что возможно с помощью Интернета, либо вовсе недоступно другим приемам указанной службы, либо неоправданно дорого при попытке добиться того же результата иными методами.

Однако Интернет уступает такому классическому методу, как работа с людьми в качестве источника информации. Именно поэтому важная роль отводится повышению лояльности сотрудников к компании, в частности созданию мотивации. Если человеку станет невыгодно продавать сведения, если его работа на предприятии будет намного важнее и прибыльнее тех бонусов, которые ему сулят конкуренты, то опасность передачи данных резко снизится.

Современная конкурентная разведка стала инструментом специалистов отделов маркетинга, сбыта, стратегического планирования, равно как и инструментом, топ-менеджеров, от решения которых

зависит успех или провал предприятия на рынке и даже само его выживание.

Грамотное использование знаний об экономическом шпионаже, поможет руководителю и менеджеру любой компании защитить свой бизнес посредством своевременных грамотно принятых решений, добиться больших успехов в конкурентной борьбе и вывести свою компанию на международный уровень.

Список использованных источников

1. Алборова, А. Промышленный шпионаж или деловая разведка? / А. Алборова // Экономическая безопасность. – 2009. – № 03
2. Володько, В.Ф. Международный менеджмент: учебное пособие / В.Ф. Володько. – 2-е изд. – Минск: Амалфея, 2009. – 448 с.
3. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учебное пособие. / В.Ф. Володько. – 3-е изд. – Минск: АiВ, 2010. – 307 с.
4. Батырева, Е. Любопытствующие субъекты / Е. Батырева // Экономическая безопасность. – 2009. – № 03
5. Хиршманн, К. Секретные службы – Geheimdienste // Reihe “Wissen 3000”, Europaeische Verlagsanstalt Hamburg: Sabine Groenewold Verlage, 2004. – Перевод: Виталий Ю. Крюков, Киев, Украина.
6. Портер, М. Международная конкуренция: пер. с англ. / М. Портер; Под ред. и с предисл. В.Д. Щетинина. М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
7. Р-система: введение в экономический шпионаж: практикум по экон. разведке в соврем. рос. предпринимательстве. – М.: Бизнес-книга, 2002. – 881 с.
8. Ющик, Е. Интернет-разведка: руководство к действию / Е. Ющик. – М.; СПб: Вершина, 2007. – 249 с. – (Библиотека маркетолога-практика).