

Н.В. Тупысев (асп. каф. ТО), В.О. Лебедев, к.э.н., проф.

МЕТОДЫ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ

Термин “конкурентная разведка” пришел к нам с Запада, где в последние годы сформировалась и получает все большее распространение новая разновидность информационной деятельности. Развитию конкурентной разведки благоприятствуют современные информационные технологии, включая новые поисковые информационные системы, позволяющие устанавливать связи между продукцией компании и ее интеллектуальной собственностью. Также развитию конкурентной разведки способствует опасность возложения на фирму огромных штрафов за нарушение чужих авторских прав.

В условиях острой конкурентной борьбы для принятия тактических и стратегических решений крайне необходима достоверная информация о текущих разработках основных конкурентов. То предприятие, которое первым внедрит новые результаты НИОКР, соответственно, получит на некоторое время определенные конкурентные преимущества. Правильное использование фирмой новых технологических достижений позволит ей получать прибыль как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде.

Однако в условиях соблюдения фирмами конфиденциальности своих разработок, ноу-хау и других источников интеллектуальной собственности представляется крайне сложным по официальным сообщениям (ежегодные отчеты, выставки, реклама и др.) сделать выводы о текущем положении фирм-конкурентов, а также о потенциально возможных направлениях их развития.

Используя лишь пассивные средства проведения конкурентной разведки фирма ставит себя под угрозу упущения момента принятия стратегически важного решения. Пассивные методы не обеспечивают полноценного обзора, так как представляют из себя лишь ту информацию, которую фирма-конкурент желает о себе сообщить.

Таким образом, можно сделать вывод о неприемлемости пассивного информационного обеспечения.

Активная конкурентная разведка предполагает проведение целого ряда информационных исследований. Говоря о легальных методах проведения конкурентной разведки следует выделить патентный поиск как один из наиболее эффективных способов получения именно достоверной информации. Это вытекает из необходимости для фирм-конкурентов патентовать свои новые разработки (изобретения, промышленные образцы, товарные знаки) в целях занятия новой ниши.

Таким образом, конфиденциальная информация становится открытой с момента подачи фирмой-конкурентом заявки на изобретение. Эта информация по сути и является самыми свежими и достоверными данными о текущих разработках фирмы-конкурента и о его планах развития. Использовать эту информацию можно не только для определения сферы интересов конкурента, но и в качестве своеобразного трамплина для собственных изобретений, экономия времени и ресурсы. Следует отметить, что использование этой информации является легальной и не влечет за собой штрафных санкций.

Благодаря стремительному развитию информационных структур в последнее время открылись широкие возможности для проведения патентного поиска. Использование как платных, так и бесплатных баз данных в Интернете, организация подписки на различные информационные бюллетени (как на бумажном носителе, так и на дискетах и CD-ROM), поиск по библиотекам – вот далеко не полный перечень возможных способов проведения патентного поиска.

На основе проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

- для получения свежих и достоверных сведений о конкурентах фирме необходимо заниматься активной конкурентной разведкой;
- патентный поиск идеально отвечает требованиям достоверности;
- патентный поиск позволяет судить о изобретательской активности конкурентов;
- патентный поиск позволяет следить за изменением стратегии конкурента во времени, позволяя тем самым делать прогнозы на будущее;
- патентный поиск позволяет фирме использовать достижения конкурентов;
- патентный поиск позволяет реально оценить текущие положение фирмы по отношению к конкурентам.