

# КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА И ПРОМЫШЛЕННЫЙ ШПИОНАЖ КАК ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*М.В. ПЛЕШАКОВА, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет  
e-mail: pmv23@list.ru*

*А.А. ГОНИН, магистрант кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет  
e-mail: gonin97.a@gmail.com*

## Аннотация

В статье рассмотрены вопросы получения коммерческой информации хозяйствующими субъектами в условиях жёсткой конкуренции современного общества. В связи с этим в статье обосновывается возможность существования двух направлений организации получения информации: конкурентной разведки и промышленного шпионажа. Показаны особенности этих двух подходов с позиции увеличения конкурентных преимуществ хозяйствующих субъектов.

**Ключевые слова:** конкурентная разведка, промышленный шпионаж, достоверность информации, коммерческая тайна, источники информации.

Возрастающая роль информации в современном мире и в целом в развитии нашей цивилизации ни у кого не вызывает сомнений, ведь её использование позволяет создавать условия для функционирования и экономического развития производства и общества. Но также есть риск получения недостоверной информации, данных в искажённом виде, которые могут заставить руководство принимать неверные решения, что ведёт к высоким экономическим потерям и угрозам для фирмы. Для нивелирования подобных ситуаций хозяйствующим субъектам необходима служба экономической разведки, которая позволит получать свежую и достоверную информацию о фирмах, работающих в той же сфере деятельности, обеспечивать своевременное реагирование на возникающие угрозы и гарантировать правильность принимаемых решений.

Экономическая разведка как одна из форм конкуренции появилась довольно давно и имеет интересную историю развития, являясь частью исторической эволюции научно-технического прогресса. Экономическая разведка много раз меняла свой характер, проявления и формы.

Местом зарождения теории разведки как самостоятельного научного направления считается Китай. Первая работа «Искусство войны» автора Сунь Цзы [6], описывающая элементарные аспекты этого искусного ремесла, появилась ещё в VI в. до н. э.

Одной из составных частей экономической разведки является конкурентная. Первоначальной формой конкурентной разведки был частный шпионаж. Он стал необходим при ускоряющихся темпах развития торговли и ремесла. В то время частный шпионаж позволял торговцам получать информацию о своих конкурентах, что напрямую влияло на коммерческий успех их деятельности. Например, торговцы пытались узнать качественные и количественные характеристики, цену и вид привезённого на рынок товара. Подобная частная разведка как разновидность конкурентной разведки проводилась, как правило, изготовителями товара, т. е. ремесленниками, и носила нерегулярный характер.

Спустя время, конкурентная разведка стала охватывать новые экономические сферы, отрасли, применять новые методы получения информации и, как итог, такой вид деятельности стал полностью легальным. Для примера, декрет французского правительства 1791 г., признавал «...за всяким, кто первый привезёт

во Францию какое-либо иностранное новшество или промысел, либо аналог новейшего зарубежного изобретения...» [2] сохраняются такие же льготы, какими бы пользовался его изобретатель.

Знаменательным событием считается появление в Манчестере во второй половине XVIII в. Ассоциации по борьбе с патентами и монополиями. Можно сказать, что впервые конкурентная разведка была поощрена официальной организацией, и со временем поддерживаемый государством и промышленниками, этот вид деятельности превратился в важный фактор как национальной политики, так и промышленной революции.

На сегодняшний день под конкурентной разведкой понимается сбор «информации, самостоятельно полученной лицом при осуществлении исследований, систематических наблюдений или иной деятельности, ... полученной законным способом, несмотря на то что содержание указанной информации может совпадать с содержанием информации, составляющей коммерческую тайну, обладателем которой является другое лицо» [1]. То есть основная цель проведения конкурентной разведки — сбор информации законными способами из всех доступных источников для повышения шансов предприятия успешно развиваться в высококонкурентной среде.

В процессе сбора информации о рынках и конкурентах данный вид экономической разведки решает следующие задачи:

- обеспечение необходимой информацией лиц, принимающих управленческие решения. Данная информация используется как на стратегическом уровне, т. е. в перспективе, так и на тактическом, для принятия решений по текущим вопросам;
- мониторинг возможностей, которые могут благоприятно повлиять на бизнес;
- заблаговременное обнаружение попыток получения закрытой, конфиденциальной информации конкурентами. Как правило, данная деятельность проводится совместно со службой безопасности;
- эффективное реагирование предприятия на возможные изменения на рынке, а также

управления рисками, связанными с действиями конкурентных компаний.

При проведении конкурентной разведки предприятие придерживается определённых разведывательных циклов. Основные этапы экономического разведывательного цикла, в общем виде, заключаются в следующем:

- компания определяет цель, которая должна быть достигнута в результате проведения разведывательно-аналитической деятельности;
- поиск информации в виде обрывков, неполных сведений;
- переработка и оценка полученной информации;
- анализ всех сведений и обрывков информации для получения итогового знания о слабых и сильных сторонах, расчёта возможных экономических шагов и действий конкурентов на рынке и об их эффективности;
- прямое применение полученных данных для разработки и принятия управленческих решений.

Результаты проведения конкурентной разведки обосновываются следующими преимуществами для компании:

- получение лидирующих позиций на рынке тендеров;
- получение целостной информации о возможных рисках и возможностях эффективного инвестирования средств;
- составление планов о возможных шагах конкурентов в сфере маркетинговой деятельности с помощью опережающих действий, которые реализуются благодаря полученным данным;
- возможность предупреждения появления новой технологии на рынке, нового канала сбыта или же новых конкурентов;
- взгляд на собственное предприятие со стороны, к примеру, целевого клиента, конкурента или же госорганов;
- нахождение утечки важной информации с предприятия;
- получение возможности для влияния на информационное поле вокруг всего предприятия [5].

Таким образом, конкурентная разведка на-

целена на сбор и последующий анализ данных о работе конкурирующих фирм с обязательным соблюдением законодательства. Главная особенность конкурентной разведки — предупреждение потенциальных рисков и угроз компании до момента их фактического наступления. Методы проведения сбора информации ориентированы на открытые источники информации (СМИ, выставки, реестры, интернет-ресурсы, маркетинг и др.), т. е. на легальные формы получения данных.

Второй разновидностью экономической разведки является промышленный шпионаж. Родоначальниками этого явления в мире бизнеса можно считать японцев, которые первыми начали осуществлять разведывательные мероприятия по поиску, сбору и анализу информации в различных сферах экономики.

Значение данного понятия в современной отечественной литературе неоднозначно, трактовки промышленного шпионажа различаются в научных источниках, но всё же можно выделить одну общую черту — данный вид деятельности связан с *нечестными и незаконными видами предпринимательской деятельности*. Проанализировав основные подходы в определении рассматриваемого понятия, можно отметить, что промышленный шпионаж подразумевает форму недобросовестной конкуренции, с помощью которой происходит незаконное получение и использование коммерческой или служебной охраняемой тайны с целью получения выгод материального и нематериального характера при ведении предпринимательской деятельности.

Таким образом, основной целью промышленного шпионажа является незаконное добывание сведений, представляющих коммерческую ценность и охраняемых фирмой, т. е. присваивание чужой коммерческой тайны.

Коммерческая тайна представляет совокупность всех сведений о деятельности фирмы, основных аспектах её работы, которые не подлежат разглашению из-за возможных рисков в виде убытков, появления новых кон-

курентов и других отрицательных последствий. Составляющие элементы коммерческой тайны избираются фирмой самостоятельно и могут включать различные данные такие, как информация об инновациях, стратегические планы компании, материально-техническое обеспечение, структура сбытового рынка, потребности в материально-сырьевых ресурсах и т. д.

Информация фирмы становится коммерческой тайной в случае, если она имеет следующие признаки:

- ценность информации — подразумевает, что информация является полезной при принятии тех или иных решений в процессе коммерческой деятельности;
- конфиденциальность — информация, находящаяся в закрытом доступе;
- ограничение доступа к ней на законном основании — доступ к данной информации может быть получен третьими лицами исключительно незаконным путём.

Следует отметить, законодательство РФ определяет, что «...незаконное получение и разглашение сведений, составляющих коммерческую тайну, является экономическим преступлением и влечёт за собой уголовную ответственность» [1]. Однако некоторые виды информации не могут составлять коммерческую или служебную тайну, к ним относятся: учредительные документы, различные документы, позволяющие компании заниматься определённой предпринимательской деятельностью, данные об условиях труда в компании, а также сведения об организационной структуре компании и бухгалтерской отчётности.

Способов защиты информации от разглашения, которая является коммерческой тайной, известно множество, например, составление и подписание сотрудниками договора о неразглашении конфиденциальной информации и возможные санкции в случае нарушения условий договора. Также в практике часто используют авторское право, патентную систему, товарный знак и пр.

Наличие промышленного шпионажа в экономической разведке обусловлено тем, что в

эпоху «новой экономики»<sup>1</sup> необходимо быстро реагировать на запросы рынка, заблаговременно получать конкурентные преимущества в разработке каких-либо новинок, быстро осваивать новые рыночные ниши, опережая своих конкурентов в высококонкурентной рыночной среде. К тому же промышленный шпионаж позволяет значительно экономить ресурсы и время, которые в современных условиях стоят очень дорого и остро необходимы для достижения указанных целей.

На сегодняшний день никто не застрахован от этого негативного явления, любой предприниматель, ведущий предпринимательскую деятельность и получающий прибыль, может пострадать от промышленного шпионажа. Анализируя данные западных специалистов, следует отметить, что в 60 % случаев утечка информации, относящейся к коммерческой тайне, несёт за собой большие финансовые трудности, а иногда ведёт и к полному банкротству компании. Примечательно, что ущерб от компрометации данных не зависит от того, кем была спровоцирована утечка — внутренним нарушителем или внешним злоумышленником (рис.1).



Рис. 1. Распределение утечек информации по вектору воздействия, 2019 г. [3]

<sup>1</sup>По мнению авторов К.А. Нордстрем, Й. Риддерстрале. «Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта».

Следует отметить, что «внутренние» утечки по своей природе труднее предупредить, они более масштабны (55,6 %), имеют более сложный комплекс последствий, чем утечки по вине внешнего злоумышленника, поскольку в отличие от внешнего злоумышленника «внутренний» знает обо всех основных процессах компании, осведомлен о политике защиты информации и может определить слабые места корпоративной безопасности [3].

Таким образом, приостановление бизнеса, банкротство компаний или огромные убытки — вот неполный список рисков, с которыми сталкивается сегодня любая компания из-за утечки конфиденциальной информации при осуществлении промышленного шпионажа. По сути любая утечка информации может грозить самыми серьёзными последствиями для фирмы, как в материальном, так и нематериальном (потеря репутации) плане.

Такая тенденция требует от предпринимателя знания всех сильных и слабых сторон экономической разведки, в частности, инструментов и методов проведения промышленного шпионажа.

Различают две методики ведения шпионской деятельности — техническая и агентурная. Техническая методика включает следующие виды получения информации: электромагнитный, оптический и акустический. Использование специальных технических средств даёт возможность получить информацию от электромагнитных волн, исходящих из телефонов, проводов и различной офисной техники. Данный способ называется электромагнитным.

Использование оптического метода включает такие инструменты, как приборы ночного видения для наблюдения или подсматривания за носителем информации, бинокли, видеокамеры.

Использование микрофонов, «жучков», перехват переговоров с помощью технических средств относится к акустическому методу получения информации.

Приёмы подкупа, шантажа, внедрение квалифицированного агента на предприятие конкурента с целью получения информации,



хищения документов, образцов продукта и чертежей — это элементы агентурного метода [4].

В современных условиях используются все виды получения коммерческой информации, но значительную долю (87,4 %) занимают технические средства (рис. 2).

Следует отметить, что сведения об утечках информации (рис. 2) получены из открытых источников вследствие широкой огласки при исследовании крупных фирм.

С учётом сегодняшнего уровня развития технологий хранение предприятиями коммерческой тайны нуждается в особом внимании со стороны служб безопасности. Не следует сбрасывать со счетов и использование агентурного метода. Отдельную роль в выявлении сотрудников, склонных к краже корпоративных данных, должны играть системы предиктивной аналитики.

Исследуя рынок и изучая действия компаний в сфере экономической разведки, можно заметить, что крупные компании и корпорации, которые прочно обосновались на рынке и имеют достаточное количество ресурсов,

довольно часто используют промышленный шпионаж для осуществления «шпионской» деятельности, в то время как малый и средний бизнес не имеют возможности использовать такой затратный процесс.

Закономерно возникает вопрос, насколько экономически оправданы подобные разведывательные ухищрения, ведь, как правило, информация, добытая незаконными методами, и информация из открытых источников подвержена одним и тем же временным и факторным процессам:

- может являться устаревшей;
- может быть неполной;
- может быть недостоверной;
- в самом худшем случае информация может оказаться дезинформацией.

Эксперты считают, что 85—90 % информации, необходимой предпринимателю для глубокого изучения рынка, политики конкурентов и всевозможных внешних факторов, могут быть получены из открытых источников. Оставшиеся 15—10 % зачастую невозможно получить ни из одного источника по причине того, что этой информации может



Рис. 2. Распределение утечки информации по основным каналам её доставки, 2019 г. [3]

Основные методы получения информации конкурентной разведки  
и промышленного шпионажа

Незаконный метод разведки	Промышленный шпионаж		Конкурентная разведка
	Суть метода	Уголовная ответственность	Альтернативный, законный метод разведки
Подкуп  Шантаж	Подкуп, или же шантаж лиц, имеющих возможность предоставить документы, чертежи или же готовый продукт и т. д. по интересующей тематике	ст. 204 «Коммерческий подкуп» УК РФ ст. 291 «Дача взятки» УК РФ ст. 163 «Вымогательство» УК РФ	1. Анализ отчётов торговых агентов компании и закупочных отделов 2. Взаимодействие с общими клиентами и общими поставщиками
Фрикинг	Получение информации несанкционированным путём, с помощью электронных устройств, технических средств снятия информации, а также путём подключения к телекоммуникационным сетям	ч. 2 ст. 138 «Нарушение тайны переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных или иных сообщений» УК РФ	1. Анализ биржевых отчётов консультантов и аудиторов, финансовых отчётов, находящихся в распоряжении агентов 2. Беседы с носителем информации без нарушения закона
Прослушка  Слежка	Прослушивание деловых, личных и иных переговоров руководителей компании-конкурента, осуществление наружного наблюдения за ними (т. е. несанкционированное проведение оперативно-разыскных мероприятий) с целью получения информации	В случае если информация является коммерческой тайной компании ч. 1 ст. 138 «Собирание сведений, составляющих коммерческую тайну» УК РФ	1. Сбор информации в СМИ, официальные документы, заявления должностных лиц, публикации о компании и т. д.

просто не существовать и в реальности — это зона предпринимательского риска.

У конкурентной разведки и промышленного шпионажа есть одна общая задача — помощь в принятии решений по прогнозу будущего развития компании и получение каких-либо преимуществ над конкурентами. Но вот методы её решения различны. Конкурентная разведка отличается от промышленного шпионажа тем, что она действует в рамках закона, тогда как промышленный шпионаж выходит за эти рамки (таблица).

Таким образом, подводя итоги и рассмотрев основные подходы к получению информации с помощью конкурентной разведки и промышленного шпионажа, можно сказать, что основной движущей силой развития данных направлений всегда была конкуренция. Любая организация, ведя свою деятельность и получая прибыль, может оказаться жерт-

вой проведения промышленного шпионажа, поэтому стремление предприятий сохранить свою коммерческую информацию в тайне является вполне оправданным и необходимым действием. Информационные технологии неустанно совершенствуются с каждым годом, соответственно совершенствуются и методы промышленного шпионажа, что требует дополнительного контроля со стороны государственных органов и совершенствования законодательства. Помимо этого любой бизнес в данном случае должен модернизировать и улучшать систему своей информационной безопасности, которая позволит уберечь важную информацию от недобросовестных конкурентов.

### Библиографический список

1. О коммерческой тайне. Федеральный за-

кон от 29.07.2004 № 98-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».

2. Бержье Ж. Промышленный шпионаж. М., 1972.

3. Глобальное исследование утечек конфиденциальной информации в первом полугодии 2019 года. URL: [https://www.infowatch.ru/sites/default/files/report/analytics/russ/Global\\_Data\\_Leaks\\_](https://www.infowatch.ru/sites/default/files/report/analytics/russ/Global_Data_Leaks_Report_2019_half_year.pdf)

[Report\\_2019\\_half\\_year.pdf](https://www.infowatch.ru/sites/default/files/report/analytics/russ/Global_Data_Leaks_Report_2019_half_year.pdf).

4. Нежданов И.Ю. Технологии разведки для бизнеса. М., 2018.

5. Онлайн библиотека plam.ru. Объекты промышленного шпионажа. URL: [http://www.plam.ru/hist/kratkaja\\_istorija\\_specsluzhb/p50.php](http://www.plam.ru/hist/kratkaja_istorija_specsluzhb/p50.php).

6. Сунь-цзы. Искусство войны / ред. М. Терешина. М., 2015.