

УДК 339.137 / 65.05

## КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА В ИНТЕРНЕТЕ: ТЕХНОЛОГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ

**Маслов Д.Г., Тусков А.А., Дивненко З.А., Юдина Е.С.**

*ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет»,  
Пенза, e-mail: divzdiv@mail.ru, e.yudina@outlook.com*

Настоящая статья посвящена практическому применению технологий и инструментов конкурентной разведки в Интернете. В ходе исследования подробно рассмотрена классификация средств поиска информации в Интернете, которые могут быть применены в целях повышения конкурентоспособности различных организаций. В результате подробного анализа определены основные инструменты конкурентной разведки в Интернете и приведено их распределение по группам. Правильная подборка таких инструментов способствует формированию универсальной системы, позволяющей не только оценить конкурентоспособность организации на текущий момент, но и получить адекватную оценку положения организаций-конкурентов на рынке. Кроме того, такая система позволяет своевременно реагировать на быстроизменяющиеся условия функционирования. Таким образом, система конкурентной разведки, использующая Интернет, должна быть настроена на специфику деятельности компании, а также должна включать в себя гибкие механизмы поиска, оперативной доставки данных и качественной оценки информации.

**Ключевые слова:** информация, Интернет, деловая разведка, конкурентная разведка, конкуренция, конкурентоспособность

## COMPETITIVE INTELLIGENCE ON THE INTERNET: TECHNOLOGIES AND TOOLS FOR INFORMATION SEARCH

**Maslov D.G., Tuskov A.A., Divnenko Z.A., Yudina E.S.**

*Penza State University, Penza, e-mail: divzdiv@mail.ru, e.yudina@outlook.com*

The present article is devoted to the practical application of technologies and competitive intelligence tools on the Internet. The study reviewed in detail the classification of information search means on the Internet, which can be applied to improve the competitiveness of various organizations. As a result of a detailed analysis the basic tools of competitive intelligence on the Internet are defined and their grouping is given. Proper selection of such tools promotes the formation of the universal system allowing not only to estimate the competitiveness of the organization at the moment, but also to get an adequate assessment of competitors in the market. Besides, this system allows to respond to the rapidly changing operating conditions in due time. Thus, the competitive intelligence system using the Internet has to be configured with the specifics of the company, and also should include flexible mechanisms of search, rapid data delivery and information qualitative assessment.

**Keywords:** information, Internet, business intelligence, competitive intelligence, competition, competitiveness

Современные потребности в деловой разведке и контрразведке, обеспечении специфических аспектов безопасности бизнеса обусловили развитие целой отрасли. Новые экономические отношения в России заставляют участников данного бурного процесса формировать эффективные стратегии развития.

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 экономической (конкурентной) разведки определяется по схеме «затраты – эффект». Для разведывательности можно назвать три вида эффекта:

- 1) прибыль;
- 2) экономия средств;

3) предотвращение материального и морального ущерба.

Иногда при небольших затратах и высокой оперативности можно добиться значительных результатов, предотвратив финансовые и моральные потери предприятия. Можно привести пример, как, заплатив около 500 долларов и затратив всего три недели, сотрудники службы безопасности одного американского предприятия, предотвратили потери в размере 450 тысяч долларов [3]. В справке, подготовленной сотрудниками после произведенной разведки, была дана рекомендация по отказу сотрудничества с фирмой, предложившей выгодную, казалось бы, сделку, по следующим причинам:

- фирма существует всего полгода;
- зарегистрирована по «купленному» юридическому адресу, на который зарегистрировано множество других фирм;

– руководство фирмы раньше занималось совершенно другим родом деятельности и понесло значительные убытки;

– ранее предлагаемых сделок фирма никогда не проводила;

– штат насчитывает всего два человека и занимает довольно скромный офис в маленьком городке и т.д. [3].

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.

Информация – самый дорогой товар в мире. 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].

Уровень конкурентоспособности предприятия во многом обеспечивается хорошо организованной системой сбора деловой информации, которая ложится в основу принятия управленческих решений, стратегического планирования, проведения маркетинговых исследований и PR-компаний.

Конкурентная разведка – важнейший инструмент минимизации рисков и обеспечения прибылей, поскольку в определенном смысле это система «раннего предупреждения» о намерениях конкурентов, возможных поворотах и изменениях на рынке, возможных результатах воздействия политических технологий на предпринимательскую деятельность [6].

Большим подспорьем для эффективной системы повышения конкурентоспособности организации является создание единого интегрированного банка данных с использованием современных компьютерных технологий, где накапливается вся информация, поступающая из открытых и конфиденциальных источников.

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 и MetaBot.ru. Их главное достоинство заключается в умении рассылать вводимые в них запросы по другим системам, а затем суммировать результаты. Этим гарантируется «объективность» и «полнота» полученных результатов, од-

нако, 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 [4].

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 итога же класса в одном и том же населенном пункте. Примерами систем управления знани-

ями 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, Files.ru);
- новостей в электронных СМИ (например, Яндекс Новости, Moreover);
- товаров в определенных типах магазинов (в книжных или компьютерных) (например, Яндекс Товары, Торг.ru);
- людей (например, Люди в Сети, Белые страницы России, Yahoo! PeopleSearch);
- информации в музыкальных архивах (например, MP3Search);
- картинок (например, Яндекс Картинки, Google Поиск изображений);
- в каталогах региональных ресурсов (например, Яндекс Регионы, Брянский Weblist Емеля 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. Рейтинг сайтов и анализ популярности (SimilarWeb, Alexa).
6. Проверка ссылочной массы, обратных ссылок и ликбилдинг (Majestic SEO, Ontolo, LinkProspector, OpenSiteExplorer).
7. Универсальные инструменты (SimplyMeasured).

Правильно подобранные инструменты конкурентной разведки в сети Интернет 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.

Основная цель систем конкурентной разведки – информационное обеспечение перехода от традиционного интуитивного принятия решений на основе недостаточной информации к управлению, основанному на достоверных прогнозах и знаниях.

Согласно циклу обработки информации в классической схеме информационного разведчика рассматриваемая нами система должна самостоятельно или с участием оператора обеспечивать:

- выбор тематики и направлений развединтереса (целеуказание);
- выбор источников информации (сайты, блоги, форумы и т.д.);
- автоматический поиск и скачивание информации по заданным направлениям мониторинга и указанным источникам по запланированному расписанию (планирование и сбор данных);
- обработку собранных данных и превращение их в информацию;
- контент-анализ и синтез информации – превращение ее в знания;
- своевременную доставку информации к конечным потребителям.

Безусловно, система конкурентной разведки, использующая Интернет как один из источников информации, должна настраиваться под специфику деятельности компании, а также должна включать в себя соответствующую классификацию, гибкие механизмы поиска, оперативной доставки данных и качественной оценки информации.

В последнее время арсенал методов конкурентной разведки существенно обогатился, что позволяет в случае необходимости проводить комплексный сравнительный анализ показателей деятельности и бизнес-процессов с выбранным конкурентом в целях совершенствования работы управляющей компании. Информация о результатах чужих прикладных и фундаментальных исследований позволяет сэкономить собственные силы и средства и сосредоточить все внимание на производстве и маркетинге. Дальнейшее развитие научно-технического процесса, увеличение потока патентов и ужесточение конкуренции как «войны всех против всех» делает развитие системы конкурентной разведки все более актуальным.

Современные подходы к изучению сущности и методов конкуренции воплощаются в новых концепциях стратегического менеджмента, когда разрабатываются и реализуются на практике различные способы достижения лидерства предпри-

ятий на рынке. Данные аспекты теории конкуренции могут представить интерес для российских компаний, находящихся на этапе укрепления своих позиций на мировом и региональных рынках.

### Список литературы

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 // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 1. – С. 25.
3. Васюкова С.А. Экономическая разведка и контрразведка – элементы современной рыночной экономики // Научная сессия МИФИ. – 2010. – Т.3. – С. 177–178.
4. Мартич А. Через знания – к звездам // Управление компанией. – 2001. – № 5. – [http://management.web-standart.net/article0\\$Sid!13211.htm](http://management.web-standart.net/article0$Sid!13211.htm).
5. LotusSoftware от IBM предлагает новое решение для систем управления знаниями. – [http://www.ibm.com/ru/news/nfolder/31\\_10\\_01\\_02.html](http://www.ibm.com/ru/news/nfolder/31_10_01_02.html) (дата запроса 20.04.2015).
6. 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, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2015. – № 1 (13). – С. 8–12.

### References

1. Averchenkov V.I. Monitoring i sistemnyj analiz informatsii v seti Internet: monografiya [elektronnyj resurs] / V.I. Averchenkov, S.M. Roshhin. 2-e izd., stereotip. M.: FLINTA, 2011. 160 p.
2. Bogomolova, I.P. Analiz formirovaniya kategorii konkurentosposobnost kak faktora rynochnogo prevoskhodstva ekonomicheskikh obektov // Marketing v Rossii i za rubezhom. 2013. no. 1. pp. 25.
3. Vasyukova S.A. Ekonomicheskaya razvedka i kontrrazvedka elementy sovremennoj rynochnoj ekonomiki. Nauchnaya sessiya MIFI-2010. T.3. pp. 177–178.
4. Martich A. Cherez znaniya k zvezdam // Upravlenie kompaniej. 2001. no. 5. [http://management.web-standart.net/article0\\$Sid!13211.htm](http://management.web-standart.net/article0$Sid!13211.htm).
5. LotusSoftware ot IBM predlagaet novoe reshenie dlya sistem upravleniya znaniyami. [http://www.ibm.com/ru/news/nfolder/31\\_10\\_01\\_02.html](http://www.ibm.com/ru/news/nfolder/31_10_01_02.html) (data zaprosa 20.04.2015).
6. 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 // Modeli, sistemy, seti v ekonomike, tekhnike, prirode i obshhestve. 2015. no. 1 (13). pp. 8–12.

### Рецензенты:

Винничек Л.Б., д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Организация и информатизация производства», Пензенская государственная сельскохозяйственная академия, г. Пенза;

Хрусталева Б.Б., д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика, организация и управление производством», Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, г. Пенза.