

"БИЗНЕС РАЗВЕДКА" №5

оглавление

Страничка редактора

Главная тема – круглый стол

Тема дня – торговые войны

Организация деловой разведки – маркетологи и информационщики – объединяйтесь!

Области применения деловой разведки

Программы для видео

Программы для контроля за служащими

Хранилища данных в школах

Контрафактная продукция

Информационные технологии

Съэкономишь.....

Прогностические технологии

Информационная безопасность

Безопасность беспроводных технологий

Борьба с хакерами

Борьба с пром. шпионажем

Шреддинг

Этика деловой разведки

Принуждают к лукавству

Книжная полка

Обозрение 1

[Обозрение 2](#)

[Обозрение 3](#)

© 2001 Светозаров В.Б. svetv@ru.ru

Страничка редактора

СТРАНИЧКА РЕДАКТОРА

Главное событие для нашего журнала в первые месяцы 2002 года - "круглый стол" по проблемам подготовки кадров конкурентной разведки, организованный редакцией в рамках седьмого международного форума "Технологии безопасности".

Он вызвал большой интерес практиков деловой и конкурентной разведки и руководителей научно-учебных учреждений - более 50 участников. Публикуемая в журнале стенограмма выступлений на "круглом столе" - главная тема текущего, пятого номера журнала.

Мнения относительно того, как и каких специалистов КР готовить, разделились.

Одни считают необходимым разработку и введение государственного образовательного стандарта в качестве самостоятельной дисциплины. Другие рассматривают преподавание конкурентной разведки как междисциплинарное направление, посильное любому серьезному вузу и не требующее государственной стандартизации.

Третьи полагают вообще не торопиться с этим, поскольку само понятие конкурентной разведки и терминологически, и, по сути, вызывает массу вопросов.

Наверное, каждая из сторон по своему права. Но хотелось бы привести слова одного из самых авторитетных в России специалиста в этой области, генерального директора компании "Амулет" Крылова Александра Сергеевича, который горестно заметил, что вынужден держать незаполненными вакансии профессионалов конкурентной разведки, поскольку не видит их и не знает, где их взять.

Я думаю, не один только Крылов в такой ситуации. Спрос на многофункциональных специалистов, владеющих приемами и знаниями конкурентной разведки, весьма ощутим, и необходимость прорыва на этом направлении профессионального отечественного образования уже назрела.

Кроме этой важной темы, вы найдете в журнале обзорные статьи и рефераты по самым разным аспектам деловой разведки.

Вы узнаете о том, как она используется в школьном образовании. Познакомитесь с программной технологией для изучения покупателей в обычных, совсем не виртуальных магазинах.

Думаю, интересно будет узнать о программах для прогностического анализа. О том, что мешает эффективному использованию дорогостоящих программных продуктов для деловой разведки. Что делать с офисными архивами. И многом другом.

В. Светозаров

Стенограмма круглого стола

УИІ ФОРУМ «ТЕХНОЛОГИИ БЕЗОПАСНОСТИ»

ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ

круглый стол

Москва

5 февраля 2002 года

Светозаров В.Б. (ведущий)

Русское информационное пространство-М

Начну со слова благодарности в адрес организаторов форума “Технологии безопасности”, персонально Карабанова Е.П. и Филоненко И.К., за предоставленную возможность организовать в рамках форума и выставки эту встречу.

Интерес к теме нашего “круглого стола” не случаен. Хотя в России в отличие от западных стран конкурентная разведка еще не стала неотъемлемым компонентом бизнеса, спрос на специалистов в этой области огромен и практически не удовлетворен даже в малой степени. Только в нескольких вузах страны с недавнего времени стали читать учебные курсы, в какой то мере отвечающие потребностям подготовки таких кадров. Перед сегодняшней встречи я опросил ряд московских компаний, занимающихся деловой и конкурентной разведкой, и везде мне говорили об остром дефиците специалистов.

Здесь собрались как практики, так и руководители учебных учреждений, а также представители Министерства образования.

Предлагается сначала дать слово практикам с целью попытаться определить, каким должен быть профессионал конкурентной разведки, какие знания, практические навыки от него требуются. А затем было бы интересно послушать представителей вузов, - где, как и кому готовить таких специалистов.

Крылов А.С.

Амулет

Служба безопасности Амулет – это служба безопасности Ассоциации российских банков. На этом рынке мы десять лет. Много лет тому назад, когда мы были довольно наивны, как, впрочем, и весь зарождавшийся тогда российский бизнес, к нам пришла крупная японская фирма и разместила заказ на информацию относительно одного из российских предпринимателей, с которым она собиралась заключить крупный контракт. Для нас такого рода задание было в некотором роде в новинку. И мы тщательно составили подробный план работ. Показали заказчику. А он практически все наши предложения

вычеркнул и сказал: “У меня сейчас очень мало времени. Но у меня достаточно средств и есть собственные хорошие специалисты. Поэтому давайте ограничимся одним пунктом. Я прошу вас быстро достать балансы интересующей меня фирмы” Баланс – не особенно секретный документ. Достать его не сложно. И мы быстро выполнили это задание. К удивлению японца, его специалисты не смогли прочитать этот баланс. Российский баланс не дает ответы на многие вопросы и не отвечает международным стандартам. Время шло, и заказчик был вынужден вновь обратиться к нам; “Мы горим. Вы были правы, баланс нам ничего не дает, сделайте все, что считаете нужным”.

В оставшееся время единственное, что мы смогли сделать - это побывать на фирме. И на основе своего опыта подготовили аналитическую записку, в которой отразили то, что, увидели, выводы, и на что заказчику надо обратить внимание. Заказчик был в полной мере удовлетворен. Я вспомнил этот эпизод, чтоб подчеркнуть, что не всегда и не везде классические методы срабатывают, что иногда требуется знания специфических условий. Очень важный вопрос, который тогда же мы себе задали, а не шпионы ли мы? И вообще, занимаясь конкурентной и деловой разведкой, остаемся ли мы в правовом поле?

Я согласен с организаторами круглого стола, что рынок конкурентной разведки только формируется. Ранее для ее роста не было объективных экономических обстоятельств. Еще несколько лет тому назад жесткая конкуренция во многом заменялась разборками. Сейчас все больше и больше наш рынок приобретает структурированный характер, и ее ниши постепенно заполняются. И теперь даже малому бизнесу прежде чем принять решение, идти в тот или иной регион, вкладывать ли деньги, требуется предварительная информационная проработка. При этом надо учитывать очень важное обстоятельство: в России уже много лет работают информационные структуры, которые призваны в той или иной степени удовлетворять интерес предпринимателей. Но я хотел бы обратить ваше внимание, что они работают и удовлетворяют этот интерес в режиме справочной службы, а не в режиме работы разведки.

Позволю себе другой пример, достаточно типичный для нашей работы. Клиент дает нам конкретное развернутое задание: достать такие – то сведения. Мы добываем точно по всем семи пунктам задания. Формально мы выполнили задание, но фактически вопрос не был решен. В режиме справочной службы задание выполнено на все 100%. В режиме конкурентной разведки мы его вообще не выполнили. Почему? Да потому, что клиент не смог четко сформулировать свой запрос. И это весьма характерно для России. Тем, кто занимается этой работой, нужно не только решать, но и инициативно ставить, правильно формулировать задачи. Иногда мы сами выходим с инициативой, обращаясь к клиенту с предложением серьезно поинтересоваться состоянием дел в таком-то секторе экономики, в таком-то регионе, разобраться в таких-то политических обстоятельствах, спрогнозировать задачу. И если клиент соглашается, мы приступаем к работе. Приведенный выше пример можно прокомментировать и несколько иначе, чуть шире: отечественный бизнес подходит к пониманию важности такой работы, как конкурентная разведка, но до полного осознания проблемы пока далеко. До сих пор сохраняется стиль работы “по-старинке”, когда предприниматель пытается экономить на сферах, не приносящих сиюминутного дохода. В своей работе мы стремимся не просто решить проблему клиента, но достичь того положения дел, когда он видит безопасность своего бизнеса в “комплексе” и готов амортизировать риски периодически.

На ключевые вопросы сегодняшнего круглого стола: кто этим должен заниматься, как готовить специалистов и где, у меня пока ясных ответов нет. Но в том подразделении, которое занимается деловой и конкурентной разведкой, имеются вакансии. Мы активно ищем людей. Нередко это уважаемые люди с опытом разведки и аналитической работы, но не в российских рыночных условиях. У них такой же опыт, как у В.В.Путина, когда он работал в Германии. Это полезная высококвалифицированная работа. Но она практически ничего не имеет общего с тем, что требуется сейчас. Иногда это узкие специалисты, которые занимаются электронной разведкой.

Гораздо интереснее для нас, - битые, не один раз разорившиеся предприниматели. Из этих стреляных воробьев можно было бы ковать интересные кадры. Сейчас отсутствует система подготовки. Сформировать великолепные программы очень трудно. Фактически мы можем опираться только на практический опыт. Это во многом опыт ошибок. Откровенно говоря, в штат мы таких предпринимателей не приглашаем. У них собственные амбиции, они не хотят работать на уровне разведчиков. Но консультироваться у них мы считаем не зазорным. Их советы бывают чрезвычайно полезными.

Любому учебному курсу, который тот или иной вуз возьмет на себя смелость организовать

по этой специальности, я бы максимально порекомендовал предусмотреть большую практическую стажировку слушателей и студентов в разных отраслях. Причем в качестве не стажера, а полноценного работника. Пусть будущие специалисты попробуют себя в реальном деле. Стажировку можно организовать в таких фирмах как Амулет, которые могут в дальнейшем приглашать этих специалистов на постоянную работу.

Большой проблемой является несовершенство законодательной базы в области информационной политики. Позволю себе заметить, что сегодня сложилась противоестественная ситуация: с одной стороны известен примерный круг первичных источников информации, которыми пользуются участники рынка, с другой - правовой статус этой информации четко не определен. Решение вопроса нам видится в создании альтернативных негосударственных банков информации. Другой путь - консолидация и создание заинтересованных групп для лоббирования наших интересов на законодательном уровне.

Я рад, что через 10 лет с начала бизнеса в области безопасности предпринимательства в России организован круглый стол для обсуждения столь серьезной проблемы. Надеюсь, что в результате появятся учебные программы, и мы сможем брать на работу специалистов, может пока зеленых, необстрелянных, но все-таки специалистов в области конкурентной разведки.

Кузнецов С. В.

Инвента

Сфера конкурентной разведки, по нашему мнению, охватывает любые изменения, представляющие потенциальную опасность для бизнеса. Это изменения законодательства и тенденции законодательного процесса, это патенты, это официальная информация правительственных учреждений, это, наконец, деятельность конкурентов и многое другое.

Хотелось бы как-то разграничить конкурентную разведку и деловую разведку. Конкурентная разведка - это систематический анализ изменений условий бизнеса, а также прогноз, что будет на рынке через год или два. Цели конкурентной разведки носят стратегический характер - это подготовка упреждающих решений и подготовка действий, последствия которых скажутся через несколько лет. В свою очередь, деловая разведка в большей степени ориентирована на решение оперативных задач. Конечно, подразделение конкурентной разведки, имея избыток информации, организованной в форме систематизированного хранилища данных, может решать оперативные задачи. В течение десяти минут реально сформировать представление по довольно сложным вопросам, причем на основе информации с глубокой ретроспективой. Таким образом, четкой грани между конкурентной и деловой разведками провести невозможно.

Если говорить о навыках, которыми должен обладать специалист в области конкурентной разведки, то важно иметь в виду то место, которое занимает конкурентная разведка в общем цикле поддержки принятия решений. Говоря о разведке, мы невольно проводим аналогию с военной разведкой. И там, и здесь цикл разведработы один и тот же. Сначала фиксируется проблема, формулируется проблемная ситуация, описывается система целей и ставятся задачи, позволяющие эти цели достичь. Затем осуществляется подбор источников и съем информации. Следующий этап - анализ информации, вероятно, самый трудный. Надо обратить внимание на сложность анализа полнотекстовой информации, которая, как правило, представлена необозримой коллекцией неструктурированных текстов на разных языках. Для решения этой задачи мы предлагаем комплекс "технологии познания" или прикладные методы систематизации. Комплекс позволяет подготовленному специалисту уверенно работать с массивами текстов любой предметной области на любых языках и оперативно готовить аналитические обзоры. Любой такой отчет может быть оформлен в виде следящей информационной системы, автоматически осуществляющей сбор информации из открытых источников по различным аспектам проблемы или разделам аналитического отчета. Анализ новой информации полностью автоматизировать невозможно и его выполняет специалист. Далее, информация после анализа должна быть представлена в удобоваримом виде лицам, принимающим решения. И кульминация

разведывательного цикла - мониторинг последствий исполнения решений с выявлением новых проблем. Таким образом, весь цикл организован с отрицательной обратной связью.

Деятельность специалиста конкурентной разведки по известной литературной аналогии можно назвать "стрельбой по-македонски", то есть он должен уметь все. Все помнят, что в романе Богомолова "Момент истины" контрразведчик из СМЕРШа владел стрельбой по-македонски, т.е. умел, стреляя из двух револьверов на бегу и с бедра, попасть в колено быстродвигающемуся немецкому шпиону.

Хочется обратить внимание на проведенные фирмой "Фулд и Ко" в 2000 году исследования западного рынка программного обеспечения для конкурентной разведки. Вывод неутешительный. Универсального программного обеспечения для поддержки принятия решения в области конкурентной разведки и стратегического менеджмента в природе не существует. Основной ресурс конкурентной разведки (как и любой другой разведки) - это профессионал, имеющий специальную подготовку. В чем конкретно она состоит?

Без отличной методологической подготовки качественно решать разнообразные задачи конкурентной разведки нельзя. В процессе обучения специалистов КР по нашему мнению основной упор целесообразно делать на методологию, чтобы будущий специалист независимо от срочности и сферы поручения смог бы правильно ориентироваться. Во-первых, это системный подход. Без умения его применять говорить об оперативной подготовке аналитических отчетов вообще не приходится. Во-вторых, - это морфологический подход. Известно, что морфология занимается изучением видового разнообразия и инвариантна к предметной области. Морфологический подход показал себя как самое мощное средство систематического решения проблем. В третьих, умение и желание учиться или творческий подход во всем. Без этого навыка или, если хотите, качества профессионал в области деловой разведки никогда не состоится. Как следствие последнего требования - умение с ходу ориентироваться и использовать незнакомые методы и средства по аналогии с уже упоминавшейся "стрельбой по-македонски".

Для демонстрации ценности хорошей методологии хочу привести пример из недавней практики использования наших автоматизированных технологий поиска информации в Интернет. Запрос поступил от российской структуры с активами (по западным оценкам) более миллиарда долларов. В короткий срок, с первой же попытки мы по открытым источникам собрали такой же объем необходимой информации, какой собрало специализированное подразделение заказчика численностью пятьдесят человек и французская специализированная фирма, также выполняющая мониторинг по контракту. Итак, один играл против пятидесяти и специализированной фирмы.

У нас реализован комплекс из 17 компьютерных тренингов под общим названием "Интернет для бизнеса". Каждая часть нацелена на закрепление навыков ситуационного применения системного, морфологического и междисциплинарного подходов при практическом решении заданного класса задач с использованием открытых источников и множества прикладных программ. Одним из основных закрепляемых навыков является умение работать с незнакомыми программными средствами, иными словами, оперативно тестировать недокументированное программное обеспечение. Доступны очная и дистанционная формы обучения. Проводятся бесплатные ознакомительные тренинги. Также заинтересованные лица могут бесплатно подписаться на персональную электронную газету - еженедельные "Новости конкурентной разведки" на английском языке.

Если говорить о чисто образовательной стороне дела, то нельзя обойти стороной проблему стандартов. Сейчас в России эффективных образовательных стандартов нет. Если заинтересованные лица обратятся к нам, мы можем представить т.н. "юридические технологии", которые позволяют, предварительно исследовав цикл деловой активности конкурентной разведки, реализовать нормативную базу в виде, во-первых, стандартов, во-вторых, технических документов, обеспечивающих подготовку системы тестов для объективной оценки качества подготовки специалистов. Кроме того, в рамках оригинальной разработки "открытые технологии образования" мы предлагаем достаточно эффективный метод проверки уровня подготовки. Способ основан на эмулировании реальной рабочей обстановки и заключается в решении "на время" пакета реальных проблем, обозначившихся в выбранной предметной области в последнее время, например, на этой неделе. Сделал все хорошо и к сроку - получаешь сертификат, не выполнил норматив - тренируйся дальше.

Сегодня много говорилось о сертификации. Хочу обратить ваше внимание, что сертификация - это процедура подтверждения соответствия чего-либо, например, квалификации специалиста, существующему стандарту. Если стандарта нет, говорить о сертификации беспредметно. Второй аспект - чисто юридический. Стандарт невозможно создать, если нет правового института. Сейчас в квалификационных справочниках нет соответствующей конкурентной разведке специальности, значит, нет и не может быть государственных образовательных стандартов. Кроме того, невозможно создать стандарт, пока нет устоявшейся, общепринятой терминологии. Поэтому начинать нужно с терминологического стандарта. Такую работу может выполнить общественная организация, которая в дальнейшем возможно будет координировать продолжение работ по стандартизации и лоббировать принятие соответствующих нормативов в органах законодательной и исполнительной власти. Если же принятие государственных образовательных стандартов задержится - при наличии проекта стандарта можно ставить вопрос о его общественном признании и проведении на его основе общественной сертификации.

Флеров О. Д.

ИнформВЭС

Термин “конкурентная разведка” меня настораживает. Более 18 лет проработал в этой области, которую мы никогда не называли конкурентной разведкой: сбор конкурентных данных, определение цен, расчет цен. Я не склонен называть эту деятельность конкурентной разведкой. Более 15-летний опыт работы за рубежом в этом направлении дал мне богатый профессиональный и жизненный опыт. Я согласен, что специалист в это области должен быть всесторонне подготовлен. Скажу о себе: у меня военно-техническое образование, инженерное, институт МГИМО (экономический факультет). Специалист должен обладать знаниями инженера-экономиста, хорошо быть знакомым с современной технологией производства, уметь определять стоимость, обладать знаниями инженера-технолога, и последнее, быть специалистом во всех производственных тонкостях. Приведу пример из жизни. Я работал в Непале советником по экономическим вопросам посольства. Объединяли Министерство внешней торговли и ГКЭС. Поступила команда продать все имущество в короткий срок. В нашем офисе 10 лет стоял дизель-генератор. Генератор необходимо было продать по ценам, при которых СССР не потерял бы ничего. Договорились с одной международной фирмой. К переговорам я подготовил конкурентный лист с ценами на американские и английские дизели, и нам удалось получить за дизель-генератор 15 тысяч долларов, при том, что наше объединение подобные генераторы продавал обычно за 5-6 тысяч.

Я хочу этим примером сказать, что специалист должен не только знать, но и уметь анализировать, свои знания воплощать в жизнь.

Колякин Д.Б.

факультет защиты информации РГГУ

Наш факультет первым столкнулся с проблемой подготовки специалистов по защите от конкурентной разведки. Само понятие разведка – довольно своеобразное, и чтобы его использовать в процессе подготовки специалиста, нужно иметь правовое разрешение. И мы его решили так: подготовили большой перечень практических и лекционных занятий, необходимых для подготовки специалистов по борьбе с конкурентной разведкой. Как бывший сотрудник Главного разведывательного управления заявляю, что 90 % любой разведывательной информации содержится в открытых источниках. К ней необходимо добавить 5-7% особо ценной информации из закрытых, нелегальных источников. Если мы

не решим вопрос получения нелегальной информации в правовом отношении, то понятие разведки нельзя в данном случае использовать. Можно лишь говорить о понятии аналитического обзора тех 90-92% материалов, которые позволят правильно сориентироваться в интересующей проблеме. И еще один момент. Очень важно, чтобы материалы не ложились в основу нечистоплотной конкуренции по отношению к другим. И пока правовая часть не будет решена, слово "разведка" нецелесообразно использовать, можно использовать термин "разведывательный анализ" или еще что-нибудь в этом роде.

Кунбутаев Л.М.

Институт безопасности бизнеса

Возглавляемый мною Институт безопасности бизнеса является подразделением Московского энергетического института (технического университета) и готовит экономистов-менеджеров по специальности "Экономика и управление на предприятии" со специализацией "Управление экономической безопасностью" и менеджеров по специальности "Менеджмент организации" со специализацией "Управление предпринимательскими рисками". Блоки дисциплин специализаций учебных планов указанных специальностей содержат ряд курсов, дающих цельное представление о деятельности по обеспечению комплексной безопасности фирмы, и в том числе по организации и ведению конкурентной разведки и контрразведки. При желании можно сделать больший акцент на конкурентную разведку в учебных планах вуза за счет перераспределения часов между дисциплинами специализации и использования с этой же целью в большем объеме вузовского компонента блоков специальных дисциплин соответствующих государственных образовательных стандартов. Это - одно из направлений подготовки кадров, которых так не хватает сегодня.

Есть и другой путь: разработать государственный образовательный стандарт на новую специальность, в которой конкурентной разведке отводилась бы главенствующая роль. Таким образом можно было бы готовить более узких специалистов, но обладающих глубокими знаниями и навыками в сфере информационно-аналитического обеспечения безопасности бизнеса.

Предшествовать реализации этого пути должна совместная работа заказчиков (фирм, нуждающихся в специалистах), уволенных в запас специалистов спецслужб, успевших применить свой оперативный опыт для решения задач безопасности предпринимательства, юристов, знакомых с вопросами правового обеспечения безопасности, и организаторов от образования. А первым, самым главным шагом здесь должна быть формулировка требований к знаниям и навыкам готовящихся специалистов. Работая в этом направлении, мы в итоге придем к появлению целых научных школ по плановой подготовке необходимых кадров для нашей молодой рыночной экономики, не умеющей пока пользоваться всеми известными в западном мире рычагами эффективного функционирования и развития и противостоять многочисленным внешним и внутренним угрозам своей безопасности.

Однако до первого выпуска подобных дипломированных специалистов может пройти около десяти лет с учетом необходимости издания в этот период достаточно большого количества соответствующей литературы (учебников, учебных пособий, методических материалов), которая в настоящее время полностью отсутствует.

А поскольку кадры нужны уже сегодня, следует использовать широкие возможности переориентации лиц с высшим образованием в системе профессиональной переподготовки в вузах и учреждениях дополнительного профессионального образования.

Например, в нашем институте не первый год проводится обучение по программе "Экономика и управление" объемом 520 часов аудиторных занятий в течение одного учебного года без отрыва от основной деятельности. Выдаваемый диплом государственного образца о прохождении профессиональной переподготовки, в приложении к которому указывается номер первого диплома о высшем образовании, удостоверяет право выпускника "на ведение профессиональной деятельности в сфере **управления экономической безопасностью фирмы**".

Программа обучения состоит из трех блоков дисциплин: специальных, дисциплин специализации и дисциплин по выбору слушателей. Как показывает практика, народ идет к нам, чтобы разобраться в проблеме обеспечения комплексной безопасности фирмы в целом. Отдельных же слушателей, помимо того, более глубоко интересуют вполне определенные аспекты безопасности, которых они касаются по роду служебной деятельности или с которыми связывают свои жизненные перспективы. В этих случаях мы предлагаем им продолжить обучение по продвинутым курсам в рамках соответствующих дисциплин.

Если задаться целью переподготавливать кадры исключительно для ведения конкурентной разведки, можно ожидать трудностей в наборе рентабельной по численности учебной группы. Оно и понятно, ибо сужается круг лиц, заинтересованных специализироваться в более узком направлении. Поэтому на первом этапе, как мне представляется, следует решать вопрос на основе целевого финансирования профессиональной переподготовки со стороны городских и федеральных структур.

Увеличивать же объем программы за счет продления сроков обучения, скажем, до двух лет, тоже проблематично, так как в наше нестабильное время загадывать на два года вперед редко кто решается. И это несмотря на то, что после прохождения программ переподготовки объемом более тысячи часов разрешается присваивать выпускникам соответствующую квалификацию, например, менеджера, экономиста-менеджера, экономиста и др. Такой диплом о переподготовке был бы более престижен.

Пользуясь случаем, хотел бы озвучить известное мнение о целесообразности введения в вузах обзорной дисциплины по комплексной безопасности личности, общества, хозяйствующего субъекта и государства, в которой нашли бы место и вопросы организации, и ведения конкурентной разведки (в США и ряде стран Западной Европы такой опыт имеется).

И, наконец, хочу довести до сведения представительного собрания намерение Института безопасности бизнеса МЭИ продолжать работу по развитию образовательной деятельности в рассматриваемом направлении и предложить сотрудничество всем заинтересованным в этом структурам.

Токарев Б.Е.

Академия народного хозяйства при правительстве РФ.

Мое выступление сведется больше к постановке вопроса, нежели к нахождению вариантов решения существующих проблем. Проблема сформировалась. Она четко выражена: нужны специалисты, которые способны приносить дополнительную прибыль своим предприятиям. Можно выделить два вида подготовки специалистов. Первый из них - по системе высшего образования. На мой взгляд, не стоит останавливаться на этом вопросе, поскольку высшее образование парализовано. Если мы начнем с вами, представителями практикующих организаций, разрабатывать структуру, системы, курсы подготовки, то пока это все дойдет до утверждения в Минвузе, и к нам вернется «переработанное и дополненное. Поэтому, полагаю, необходимо взять за основу такую форму дополнительного к высшему образованию, как профессиональная переподготовка, а именно то, чем сейчас занимаются большинство вузов.

Когда организаторы обучения выявляют спрос, они выходят на рынок с предложением готовить таких-то специалистов по такой-то программе. В этом случае мы вольны в том, чтобы самим определить существо и содержание программы, разработать свою структуру, необходимую на сегодняшний день, а не то, что требуют чиновники.

В принципе, желающих вести курсы достаточно много, но проблема заключается в том, чтобы в данном случае как можно меньше приглашать теоретиков, а как можно больше практиков. В этом суть.

Далее нам необходимо определить: кого можно учить. Этот вопрос остается открытым.

Маркетологов, аналитиков, сотрудников службы безопасности, - наверное «Да», но кого в первую очередь?

Последнее. Как учить? Абсолютно уверен в том, что в таких программах необходимо участие профессионалов (не менее 50 % всего времени учебы). Таких, которые смогут рассказать и научить, как делать и что делать в области КР. А их у нас слишком мало, имею в виду тех, кто готов и умеет преподавать.

Доронин А.И.

Тульский государственный университет

Я согласен, что пришло время структурировать все наши наработки в области информационной безопасности, управления предпринимательскими рисками и создать какой-то стандарт, по которому будет проходить обучение. Я знаком с представителями различных вузов, и каждый учит, чему хочет. Нет никакой формализации, нет устоявшейся терминологии, устоявшихся планов. В результате может получиться, что выпускники разных вузов не будут понимать друг друга из-за различий в понятийном аппарате, в учебных программах.

Подготовку специалистов лучше всего осуществлять в несколько этапов, со школьных скамьи, начиная с первого высшего образования. Но, к сожалению, на выход готовых специалистов понадобится пять-шесть лет и еще столько же, чтобы освоить практику конкурентной разведки. А потребность в таких специалистах велика уже сейчас.

Один из путей решения - второе высшее образование по специальностям, которое можно осуществлять в качестве дополнительной подготовки специалистов - практиков и переподготовки родственных специальностей.

Большую роль, как уже говорилось, могут оказать семинары, не только годовые и полугодовые, а недельные и двухнедельные - многие специалисты так загружены, что вырваться даже на неделю для них является проблемой. Однонедельные и двухнедельные семинары можно проводить раз в полгода, регулярно, на базе какого-нибудь учебного заведения. Вот тут сидит Владимир Иванович Иванкин, который проводит подобные однонедельные и двухнедельные семинары. Слушатели остаются довольны. Так как это их не отрывает надолго от трудовой деятельности.

Баяндин Н.И.

Институт безопасности бизнеса МЭИ

Я не согласен с прозвучавшим здесь тезисом, что в определении конкурентной разведки нельзя использовать термин "разведка". Если есть конкурентная борьба, то есть и разведка. Термин "разведка" становится рабочим. Он широко используется в российской и зарубежной прессе.

За рубежом, особенно в Японии, Швеции, конкурентная разведка представляет собой самостоятельную область экономики. Конкурентная разведка - это работа в правовом поле. Незаконные, нелегальные методы противопоказаны конкурентной разведке. Это работа с открытыми источниками информации. И, наконец, конкурентная разведка связана с появлением новых информационных технологий, когда благодаря доступу к современным профессиональным базам данных стало возможным то, что раньше было возможным только для крупных государственных структур. Сейчас мощные информационные ресурсы доступны не только большим промышленным предприятиям, но и малому бизнесу.

Так получилось, что Россия вступила в рыночную экономику 10-15 лет назад. Кадры для рыночной экономики, в том числе кадры, которые занимаются деловой разведкой и

контрразведкой, практически никто не готовит. В эту отрасль пришли специалисты из государственных структур безопасности, профессионалы, ориентированные на работу против спецслужб вероятного противника. Другой резерв кадров - студенты, которых обучают в не профилированных учебных заведениях. Они постигают конкурентную разведку через практику.

То же самое наблюдается и в США. Отдельного высшего учебного заведения, выпускающих специалистов по конкурентной разведке, там нет. Единственное высшее учебное заведение, где готовят специалистов конкурентной разведки, находится в Швеции. Там выпускники получают степень магистра, доктора философии

Заканчивая выступление, хотелось бы остановиться на следующем.

Во-первых, пока не будет разработан понятийный аппарат, в этой области будет продолжаться путаница с терминами.

Во-вторых, основное внимание на данном этапе следует уделить профессиональной переподготовке с учетом специализации обучаемых (таким путем идет профессиональное обучение на Западе). Причем, подготовку специалистов целесообразно проводить по модульному принципу. Такой подход позволит создавать качественные тиражируемые программы, например: модули «Информационные источники», «Работа с профессиональными базами данных в онлайн-режиме», «Анализ информации», «Процедуры принятия решений на основе неполной информации», и т.п. Подобного рода модули могут охватывать весь спектр изучаемых проблем конкурентной разведки.

Было бы целесообразно создать рабочую группу по общественной сертификации учебных модульных программ по КР, например, при Институте безопасности бизнеса МЭИ, с обязательным привлечением специалистов – практиков, преподавателей и государственных служащих.

Абрамов В.С.

Научно-исследовательский институт стратегии универсального развития при президенте РФ

Положение с литературой по конкурентной разведке незавидное. Авторы публикаций и книг, как правило, выходцы из МВД, ФСБ и других силовых структур. И пишут они то, что знают. Молодые бизнесмены вообще не пишут, так как им некогда писать. Многие из них этими вопросами вообще не интересуются, хотя статистика отстрелов говорит о том, что им надо в этих проблемах разбираться.

Я проанализировал две крупнейшие фирмы в России - Арсин и издательский дом "Мир безопасности", которые сосредоточили у себя издание и продажу книг, касающиеся безопасности бизнеса. Авторы профессионально-грамотные люди. Но у них тот самый недостаток, о котором я сказал.

Корпорация Арсин. Здесь издана 181 книга. В том числе: справочники – 9, методические разработки - 40, о службе безопасности бизнеса - 28, о защите информации, компьютерной безопасности - 38, вопросах охраны, специальной подготовке, технике охраны – 62, искусстве выживания, личной безопасности – 4 книги. Кроме того, здесь же книги по техническим средствам безопасности – 48, по охране – 38, физической подготовке – 5, по оружию - 4, беллетристика – 2 книги, по психологии - 8, информационной работе -23, оперативно-розыскной деятельности – 11, управлению персоналом – 2, юридическая литература – 21, по терроризму – 7 книг. Охват по проблемам достаточно большой. Но преобладают книги, написанные техническими специалистами.

Издательский дом "Мир безопасности" выпустил 55 изданий, включая: по техническим средствам – 21, охране – 19, физической подготовке- 3, оружию – 6, автоподготовке - 4, беллетристика – 2 книги. Ни одной книги по информационно-аналитической работе, разведке и контрразведке, по прогнозированию.

В сфере безопасности бизнеса мы прошли три этапа. Первый этап – готовили сторожей с

ружьем, охранников. Второй этап – человек за спиной, телохранитель (статистика заказных убийств заставила нас готовить и эту категорию людей). Третий этап – подготовка информационно-аналитических работников, или тех самых сотрудников, которые занимаются деловой разведкой и контрразведкой.

О чем хотелось бы узнать в книгах и учебных пособиях. Во-первых, о комплексной системе безопасности предпринимательства, где деловая и конкурентная разведка составляет важный компонент. Во-вторых, об охранной деятельности на предприятиях, но прежде всего о прогнозировании и предупреждении криминальных преступлений. В-третьих, об инженерно – техническом обеспечении безопасности, но об этом написано много. Равно как и о информационно обеспечение безопасности, о чем тоже много написано. Дальше: обеспечение безопасности предприятий в условиях кризисных ситуаций, кадровая работа, внутренняя безопасность, психологическая, научно-техническая, вплоть до пожарной безопасности, взаимоотношения с правоохранительными органами.

Каким хотелось бы видеть преподавателя? Это должен быть человек всесторонне знающий. Он должен поработать в спецслужбах, он должен поработать в структурах промышленных, предпринимательских или банковских, он должен знать юридические основы, он должен хорошо знать охранную деятельность. А где таких людей взять? Их буквально единицы.

Я хочу вам показать две книжки. Одна из них, "Энциклопедия безопасности", посвящена проблемам обеспечения безопасности личности без телохранителей.

Интересна книга " Деловая разведка и контрразведка". Она охватывает как раз те проблемы, о которых я говорил и написана человеком, который проработал 35 лет в разведке, проработал 12 лет в предпринимательских структурах, занимался юридическими вопросами, имел свои частные охранные структуры и занимается уже 12 лет преподавательской деятельностью.

Казик А.А.

Академия народного хозяйства при Правительстве РФ

Не так давно, в ноябре прошлого года, я принимал участие в работе круглого стола, организованного Ассоциацией менеджеров. Темой этого круглого стола была действенность российской системы бизнес-образования. В работе принимали участие, с одной стороны, представители ведущих компаний, заинтересованные в получении действительно квалифицированных кадров. Другую сторону представляли наши ведущие бизнес-школы, тренинговые центры, Минобразования. Так там возникла та же проблема – сертификация, стандартизация бизнес-образования.

Общим мотивом выступлений представителей образовательного сообщества была необходимость разработки эффективных стандартов обучения для дальнейшего унифицирования программ и выведения их на необходимый уровень, но при этом никто не оказался готов сформулировать эти стандарты. Но и выступавшие в роли потребителей услуг бизнес-образования представители компаний также оказались не готовы сформулировать свои профессиональные требования к специалисту. Общим для их выступлений стал тезис – нам нужен объективный, признанный профессиональным сообществом механизм оценки качества получаемого бизнес-образования для того, чтобы мы могли решать свои кадровые проблемы, а как будут при этом сформулированы стандарты – для нас неважно.

В результате все понемногу пришли к тому, что нужна профессиональная оценка рынка, нужны профессиональные рейтинги как первый шаг для его дальнейшего развития, а стандарты образования должны формироваться как производная реальных потребностей рынка.

Действуя по аналогии, я предлагаю пока отвлечься от вопроса стандартов в том секторе, о котором мы сегодня говорим, т.к. сам этот сектор, как оказалось, слишком размыт. В то же время, как мне показалось, никто не оспаривал того, что «проблема назрела».

Поэтому предлагаю сначала попытаться определить хотя бы приблизительные границы объекта обсуждения, основные заинтересованные стороны и, хотя бы в первом приближении, решить еще один принципиальный вопрос, который затронул С. Кузнецов и некоторые другие выступающие. Это терминология. Только после того как мы определимся с этими вопросами, будет смысл переходить к дальнейшим проблемам.

Если же посмотреть немного вперед, то именно с учетом вышесказанного профессиональная переподготовка, о которой здесь говорили, может быть первым шагом в подготовке специалистов для конкурентной разведки. Но сформулировать сегодня полный список требований к этим специалистам не реально.

Второй вопрос частный. О том, чему учить. Рассматривается много разных направлений, но почему-то всегда упускается один - работа с нашими российскими СМИ, в первую очередь с уже существующими открытыми базами данных. Много говорится о мониторинге Интернета, о методах сбора информации, о работе с базами данных. А то, что у нас лежит на поверхности - базы данных российских СМИ, игнорируется. На первый взгляд, это вопрос частный. Но в чем принципиальная разница между журналистом и разведчиком с информационной точки зрения?

Дело в том, что наш уже многолетний опыт работы показал, что возможности этих баз, даже в наших ведущих информационно-аналитических, PR и других структурах реализуются, в лучшем случае на 10-15 %. Причем, они реализуются именно в том самом «режиме справочной службы», о котором сегодня говорили, а потенциал оценки и подготовки стратегических решений не используется абсолютно. У меня есть материалы, которые иллюстрируют, что можно сделать по открытым базам. Этот вопрос практически нигде не звучит. Между тем, использование БД СМИ приносит блестящие результаты и, на мой взгляд, это нужно выделять как отдельное направление. Оно того стоит.

Воронина Е.П.

Представитель LexisNexis и Congressional Information Service в Москве.

Хочу отметить, как недостаточно обеспечено информационными ресурсами преподавание и вузовский комплекс дисциплин, связанных с конкурентной разведкой. Очень немногие вузы обращают внимание на соответствующее современным требованиям комплектование библиотек, в том числе, и онлайн-овых. У нас присутствует здесь директор электронной библиотеки Высшей школы экономики В.В. Писляков и директор департамента информации Московской школы социальных и экономических наук П. Арефьев. Они представляют те немногие высшие учебные заведения, которым удалось сформировать уникальные библиотеки онлайн-овых ресурсов, которые доступны студентам в ходе обучения. Студенты учатся на новейших материалах, на новейших публикациях. С помощью информационных технологий преподаватели имеют возможность в принципе по-новому организовывать свои занятия, будь то бухгалтерский учет, экономический анализ, анализ фондового рынка, исследования валового национального продукта. Это работа с реальными, живыми данными. Я могу назвать еще несколько вузов, которые уделяют внимание использованию российских и международных онлайн-овых баз данных в преподавании: Университетский консорциум при экономическом факультете МГУ, Академия народного хозяйства. Яркие специалисты, которых мы хотим воспитать, не могут вырасти на ровном месте, им нужны преподаватели, которые используют подобные технологии сами и могут научить этому своих студентов. В одном из вузов мне сказали, что, к сожалению, преподаватели используют профессиональные онлайн-овые информационные ресурсы реже, чем студенты.

Я хотела бы сообщить всем заинтересованным учебным заведениям, что с этого года возможна подписка для всех российских вузов на крупнейшую международную образовательную информационную систему "Academic Universe", которую используют более 85% западных ведущих университетов. И студенты получают доступ в систему вместе со студенческим удостоверением и традиционным билетом в библиотеку.

Информационная служба Academic Universe предназначена для студентов, преподавателей и научных работников образовательных организаций. Этот чрезвычайно обширный набор баз данных обеспечивает доступ к более чем 6000 наиболее ценных мировых источников

информации (электронные версии газет, профессиональных журналов, данные о компаниях, ресурсы по юриспруденции, экономике и др.), тщательно подобранных с расчетом на информационную поддержку образовательных организаций.

С помощью такой глобальной библиотеки можно на качественно новом информационном уровне готовить специалистов в области экономики, маркетинга, менеджмента, PR, финансов, программирования, общественных наук, юриспруденции, международных отношений, медицины, экологии, энергетики, а также в других областях.

Студенты, преподаватели и научные работники высшей школы во всем мире уже несколько лет используют Academic Universe. Это позволяет проводить обучение, особенно в условиях нехватки современной иностранной специальной литературы в библиотечных фондах, повышает привлекательность образовательной организации, дает возможность студентам и преподавателям быть в курсе последних достижений мировой науки и индустрии, опираться в исследованиях на новейшие данные, активнее осваивать новые аспекты, в том числе, связанные с knowledge management -- системой управления знаниями.

Я хочу присоединиться к предложению Николая Ивановича Баяндина организовать круглый стол для преподавателей, и хочу предложить организовать несколько курсов или семинаров по подготовке преподавателей не только по бизнес - разведке, но и по экономике, праву и другим дисциплинам. Преподавателей, которые могли бы преподавать, например, зарубежное право, структуру работы зарубежных министерств, ведомств, дать понимание того, где формируются залежи той информации, которые в дальнейшем могли бы быть использованы для исследования конкурентных рынков или потенциальных партнеров.

Князева Г.В.

эксперт по защите интеллектуальной собственности

Я хочу отметить, что важным ресурсом конкурентной разведки являются патенты. Изучая патенты своих конкурентов, можно определить область их деятельности. Отслеживая, сколько действует патент, можно выяснить, как давно проявляется интерес к определенной области техники. Патент - очень емкий источник информации. Анализ патентов различных фирм позволяет досконально отследить их интересы и компаньонов, определить область технологии, которая интересует фирму.

Власенко М.Н.

Международный фонд экономических и социальных реформ «РЕФОРМА»

Готовя или подбирая сотрудников в свои структуры, мы должны четко осознавать, что универсальных специалистов не бывает, и речь идет о двух категориях таковых.

Во-первых, это профессионалы высокого класса, которые узконаправленно решают конкретно определенные задачи, зачастую в ограниченных временных рамках и других специфических условиях быстро меняющейся оперативной обстановки.

И *вторая* категория специалистов - это те, кто имеет четко осмысленное представление о проблеме в целом, сложившееся на основе базовых знаний, некоторого опыта в данной области и всестороннего анализа деятельности организованной структуры, на всех этапах решения оперативных задач и достижения стратегических целей, которые стоят перед организацией, какими бы видами деятельности она ни занималась.

Исходя из этого, учебные заведения могут подготовить высококлассных специалистов первой категории из числа имеющих высшее образование, а также осуществить переподготовку выходцев из спецслужб. Последние нередко стоят перед дилеммой, то ли

зарабатывать на жизнь, сотрудничая с криминальными структурами, занимаясь незаконной деятельностью, или помогать тем бизнесменам, которые строят свою работу в четко ограниченных законом рамках. И наша задача - не упустить их из виду, дать им возможность получить недостающие знания, адаптироваться в новых условиях, органично вписать свой профессионализм в правила честного бизнеса.

Вторая категория – это те, кто, получая первое высшее образование, могут получить параллельно и второе высшее по обсуждаемой тематике, что значительно повысит шансы на трудоустройство по окончании учебного заведения, как имеющему вторую специальность. Данная категория специалистов будет способна аргументировано объяснить своему руководству, в каких направлениях необходимо действовать, открыть глаза на угрозы и проблемы, которые те не видит в силу занятости, отсутствием знаний или в силу привычки решать свои вопросы звонком свыше. Еще одна задача таких специалистов – уметь грамотно и аргументировано объяснить, каким образом и где подобрать узкоспециализированных экспертов, которые смогут с высоким качеством решать эти проблемы. И, что не мало важно, хотя бы приблизительно дать экономическую и временную оценку этой процедуры, а так же основные юридические аспекты последней.

Никулин С.С.

Public.ru

В настоящее время, когда говорят о "конкурентной разведке", то чаще всего имеют в виду сбор фактографической информации из открытой печати, Интернета, баз данных, а также путем маркетинговых исследований, опросов референтов, получения инсайдерской информации и промышленного шпионажа.

Наряду с этими традиционными способами конкурентной разведки в последние годы все больше используются медиа-статистики, которые позволяют, не углубляясь в конкретные факты, сделать общие выводы о тех или иных тенденциях, складывающихся вокруг какой-либо организации или же конкурентной среды в целом.

Дело в том, что анализ и обобщение конкретных фактов в случае больших массивов информации затруднителен.

Помимо этого, кроме явных факторов, отражающих состояние компании или конкурентной среды, есть еще косвенные, фоновые факторы, которые при определенных условиях могут представлять явную или скрытую угрозу для компании. Или же наоборот, играть существенно позитивную роль в стабильном развитии компании.

Например, к таким факторам можно отнести социальные и репутационные факторы, которые в последнее время оказывают все большее влияние на устойчивое развитие российских компаний.

При этом, зачастую такие факторы не отслеживаются напрямую, так как они, подобно полезным ископаемым, "размазаны" по всему информационному полю.

Пример. В периоды обострения конкуренции между российскими нефтяными компаниями наблюдалось повышение интереса прессы к "экологическим последствиям" деятельности нефтяных компаний. При этом в публикациях прессы экологический фактор напрямую нигде не увязывался с фактами конкуренции компаний.

Таким образом, методы медиа-статистики, используя различные пресс-индикаторы, позволяют определить "скрытые угрозы" и скрытую "повестку дня"

Средства массовой информации являясь проекцией "реального мира" и одновременно его составной частью, в то же время выступают в качестве одной из площадок конкурентной

борьбы.

Исходя из этих предпосылок, специалисты Группы 808, используя фонды электронных библиотек, в частности Public.ru, разработали систему пресс-индикаторов, позволяющих отслеживать появление тех или иных "информационных войн", инвектив, диффамационных потоков информации вокруг бизнес-структур и предпринимателей, а также исследование динамики и основных тенденций в этом направлении.

Особый интерес, как средства конкурентной борьбы, представляют распространяемые вокруг тех или иных госструктур или частных компаний слухи, дезинформация, "инсайд" и "псевдоинсайд".

Тще одним достоинством медиа-статистики является то, что можно замерить разницу между реальным состоянием той или иной системы и ее проекцией в информационном поле СМИ. (т. н. "ножницы СМИ"). Это могут быть реальные факты, социологические и маркетинговые данные, структура имиджа компаний и т.д. Пресс-индикаторы позволяют замерить "разницу" между "реальным положением дел" и его проекцией в информационном пространстве СМИ.

Например, группа Альфа в течение всего 2001 года проводила активную экспансию в Москве и регионах. Такая активность не могла хотя бы косвенно не повлиять на "политический контекст". Однако на публичном уровне как видно из таблицы, информационная связь между Альфа-банком и полномочными представителями президента оказалась мала. Таким образом, можно констатировать: либо Альфа осуществляет свою региональную экспансию без оглядки на полпредов, либо отношения с полпредами выясняются на непубличном уровне.

Кузнецова Н.Н.

РИА "Новости"

Тема сегодняшнего заседания действительно актуальна, я не ожидала такого разнообразного состава участников. Правда, по-моему, вопросов пока больше, чем ответов.

Я очень коротко остановлюсь на нескольких моментах.

Единственное, в чем почти все единодушны, – чему учить: методам и навыкам работы с информацией. Это нам близко. Правда, мы не занимаемся конкурентной разведкой, а формируем служебную базу данных. Но методика работы с информацией при подготовке документов очень похожа на то, о чем сегодня говорилось. Это поиск, отбор, систематизация сведений, обязательная проверка их достоверности, представление в нужном виде и постоянное обновление. Обычно это делает сотрудник по своему кругу тем, очень хорошо в них разбираясь. Но специфика оперативной информационной работы такова, что каждый сотрудник должен быть способен быстро сделать справку на любую запрошенную тему. «Вырастить» таких специалистов непросто, но можно. Кстати, последнее время очень неплохие задатки демонстрируют приходящие к нам стажеры и практиканты, но не все, а именно с журналистских факультетов. Эти ребята обладают уже вполне серьезными навыками работы с информацией и очень быстро "схватывают" поставленные задачи. Может быть, это их потенциальное умение вести "журналистское расследование"? Во всяком случае, что-то им такое там преподают на журфаках, на что стоило бы обратить внимание при разработке программ для специалистов информационной разведки.

Кого учить? По-моему, для начала неплохо бы самих руководителей. Чтобы представляли себе, чего ждать от специалиста (или отдела) по конкурентной разведке и не питали напрасных иллюзий. И потом, кого готовить? Все-таки «синтетического» специалиста, одинаково хорошо разбирающегося и в экономике, и в юриспруденции, и с навыками информационной разведки? Но оплачивать его услуги смогут только очень крупные фирмы. А среднему и малому бизнесу это не по карману. К тому же введение специальности предполагает ежегодный выпуск определенного числа «разведчиков». Кто

будет заниматься их трудоустройством? Или их будут готовить только на заказ?

И последнее. Конкурентная разведка – не дешевое удовольствие. В деле экономии может существенно помочь онлайн-информация. В этом я полностью согласна с коллегой из «Public.ru» – не стоит ее недооценивать. Ее сейчас так много, что можно найти почти любые сведения. Как правило, экономическая и правовая информация – самая дорогая часть любой интегрированной базы данных. Но при этом, например, наша новостная лента открыта в свободном доступе уже больше года, и в среднем из 400-500 ежедневных сообщений почти половину составляют экономические новости и официальная информация госучреждений (и федеральных, и региональных). При грамотном использовании даже одного такого источника можно составить вполне достоверное представление об инвестиционном климате и общей экономической ситуации в любом регионе или конкретном городе. А если добавить такие базы публикаций, как "Public.ru" с большим массивом и центральной, и региональной прессы, то можно очень наглядно наблюдать "историю" конкретной фирмы или компании, ее взаимоотношений с властями и конкурентами, оценить агрессивность или, наоборот, "закрытость" ее поведения. Это, кстати, можно использовать и для информационной контрразведки. Всегда полезно посмотреть, как ты на самом деле выглядишь со стороны. А пресса – хоть и не зеркало, но отражает.

Гужев А.Н.

ИнформВЭС

Основные направления деятельности Объединения «ИнформВЭС» по информационной поддержке российских участников внешнеэкономической деятельности заключаются в привлечении иностранных инвестиций в экономику России, создании баз данных по ВЭД и их публикации в Интернет, обработке статистической информации по ВЭД, поиске и проверке надежности торгово-экономических партнеров, проведении исследований рынков по различным отраслям и регионам, оказании информационно-консультационных услуг участникам ВЭД.

Учебным заведениям, занимающимся подготовкой кадров для КР, на наш взгляд, следует обратить внимание на следующие направления:

- Методика осуществления КР;
- Информационные технологии;
- Современное программное обеспечение для проведения экономического анализа предприятия, проекта, сделки;
- Профессиональная работа с базами данных;
- Умение быстро находить нужную информацию в Интернет;
- Обучение правовым аспектам ведения КР – четкое определение границ правового поля КР.
- Изучение иностранных языков.

Обучение организации работ по осуществлению КР:

- Руководство КР;
- Планирование КР;
- Специализация в группе КР;
- Анализ результатов;
- Подготовка отчетов – представление результатов.

Хохлова Т. Г.

Издательство "Мир"

Конкурентная разведка в России находится в зачаточном состоянии, поэтому книги отечественных авторов на эту тему часто являются компиляцией из зарубежных источников. Очевидно, полезнее получать информацию из первых рук, т.е. выпускать переводы книг авторов тех стран, где технологии конкурентной разведки уже сложились и дают практический результат. Таких книг на сегодняшний день за рубежом опубликовано уже немало. Издательство "Мир" является старейшим издательством переводной литературы широкого профиля: от фундаментальных книг по математике и физике до книг для досуга. У издательства сложились обширные и давние деловые связи с ведущими издательствами всего мира; к работе над переводными изданиями мы привлекаем высококвалифицированных редакторов и переводчиков. Кроме того, в настоящее время мы стали выпускать и литературу отечественных авторов. Поэтому издательство имеет возможность выпускать качественные книги по конкурентной разведке как зарубежных, так и отечественных авторов.

Катышев М.В.

Лекс

Чтобы добиться через Министерство образования включения конкурентной разведки в реестр государственных специальностей, уйдет лет 15. Одно дело, когда мы понимаем, что эта проблема заслуживает внимания. Другое - чиновники, которые далеки от этого. Их надо просвещать. Вряд ли кто из вас будет это делать, потому что это деньги, время, а кроме того, у каждого из чиновников есть своя работа. Так что все, что связано с деловой и конкурентной разведкой, - исключительно частная сфера. Все зависит от того, кто и как поставит это дело. В университетах, или в частных компаниях. На сегодняшний момент, считаю, что это самый оптимальный вариант, потому что уже есть опыт устоявшейся профессиональной подготовки менеджеров и других подобных специалистов. Если это вопросы экономической безопасности, то курсы читаются профессионалами, которые действительно в этом разбираются.

Зачем говорить, что конкурентная разведка это лишь аналитическая работа на фирмах. Мы все сводим к новому термину. Он интересен, но сложен в понимании.

В 1997 году в Баден Бадене проходил салон техники. Как раз наши проиграли большой контракт. Там говорилось, что наши специалисты, которые выпускают продукцию на международный рынок, не обладают элементарными знаниями конкурентной разведки. Поэтому мы проигрываем своим конкурентам, несмотря на хорошие товары.

Я призываю больше читать. На сегодня знания наших профессионалов в области прокуратуры, спецслужб, МВД действительно интересны. Но все-таки конкурентная разведка - это исключительно гражданское, легальное направление. И об этом много публикаций.

Не надо заблуждаться в новых терминах, злоупотреблять ими. Вузам надо понимать, что такое конкурентная разведка. Может быть, пригласить профессионалов из разведки, контрразведки, которые прочитают курс лекций под названием "Работа в компаниях по вопросам экономической безопасности".

Александров М.Н.

В своем выступлении я хотел бы кратко затронуть некоторые актуальные правовые вопросы деятельности хозяйствующих субъектов рынка, осуществляющих управление предпринимательскими рисками с использованием подразделений конкурентной разведки.

Признанные теоретики менеджмента (в частности, ректор Высшей школы бизнеса МГУ О.Виханский, Генри Минтцберг и др.) считают, что сегодня в управлении бизнесом и предпринимательскими рисками главное не аналитика, а шпионаж. По их мнению, на стыке 80-х и 90-х годов конкурентная среда претерпела серьезные изменения. Раньше любая организация имела свою нишу на рынке и было важно выстроить процесс внутри организации – планирование, распределение заданий, контроль за их выполнением. Потому этот процесс стал рутинным, и для организаций стало важным искать свое место на рынке. На смену традиционному менеджменту пришел стратегический, который объясняет, как организация существует в конкурентной среде (ее позиционирование). Хотя грамотные решения принимаются обычно на основе анализа рынка, изучения предпочтений клиентов и т.д., тем не менее никто и никогда не знает, как отреагирует конкурент на те или иные действия. В бизнесе нет правил, автоматически ведущих к успеху. Единственный универсальный закон – стремиться быть другим. Только дифференциация дает успех в конкурентной борьбе, причем, не важно, по каким направлениям. Поэтому на первое место сегодня выходят промышленный шпионаж и конкурентная разведка.

До настоящего времени термин «конкурентная разведка» не имеет законодательного закрепления, но *de facto* широко используется на страницах специализированных изданий по вопросам безопасности предпринимательства и в учебных программах негосударственных образовательных учреждений, а также в повседневной жизни. По своему содержанию он схож с понятием детективной деятельности, либо с маркетинговыми исследованиями, как неким механизмом взаимодействия организации и клиента (информационным консалтингом в сфере управления предпринимательскими рисками).

Следует констатировать отсутствие единого мнения среди специалистов, участвующих в работе круглого стола, по вопросу введения и широкого употребления указанного термина в научном обороте.

Отдельные авторитетные специалисты в сфере безопасности, проработавшие долгие годы в государственных спецслужбах (например, профессор факультета защиты информации РГГУ Халыпин Д.Б., бывший сотрудник ГРУ ГШ МО), негативно относятся к использованию термина «конкурентная разведка» в предпринимательском секторе экономики. Они полагают, что речь идет скорее о сборе конкурентных данных, необходимых для обеспечения устойчивого функционирования организации в условиях неопределенной среды, а термин является механическим заимствованием зарубежного аналога.

Другие специалисты (преподаватель Института безопасности бизнеса МЭИ Н.И.Баяндин и др.), напротив, отмечают, что термин «конкурентная разведка» становится рабочим. В качестве аргументации приводят опыт США, Японии, Швеции, где конкурентная разведка – самостоятельная отрасль экономики. Например, в США существует Общество профессионалов конкурентной разведки. В то же время сознательно или нет умалчивается тот факт, что в США промышленный шпионаж – проблема номер один для бизнеса и государства и приняты законы, которых в России пока нет. Кроме того, механическое перенесение зарубежного опыта на российскую действительность не приводит к положительным результатам, в первую очередь из-за особенностей зарубежных правовых систем и моделей.

Все участники дискуссии единодушны во мнении, что сфера деятельности КР очень щепетильна и неоднозначна. В Москве уже сложился целый рынок компромата как результат деятельности отдельных подразделений КР. Заказчиками информации для использования в конкурентной борьбе все чаще выступают иностранные физические и юридические лица.

Господин Крылов задал вопрос, "не являемся ли мы шпионами, собирая информацию для заказчиков, являющихся иностранными партнерами". В этой связи уместно обратиться к

действующему законодательству. Уголовный кодекс (1997 г.) относит к уголовно наказуемым действия российского гражданина, передающего, а равно собирающего, похищающего или хранящего в целях передачи иностранному государству, иностранной организации или их представителям сведений, составляющих государственную тайну, а также передающего или собирающего по заданию иностранной разведки иные сведения для использования их в ущерб внешней безопасности РФ (ст. 275 УК РФ «Государственная измена в форме шпионажа»). Как следует из содержания правовой нормы, сведения не обязательно должны представлять государственную тайну. Это может быть любая информация, которая собирается по заданию иностранной разведки, например, данные на должностных лиц - информация для перспективного решения вербовочных задач.

В рамках VII Международного форума «Технологии безопасности» прошла Всероссийская конференция о роли и месте негосударственной (частной) охранной и сыскной деятельности в обеспечении общественной безопасности. Ее участниками были высказаны два существенных замечания.

Комитетом Государственной Думы по безопасности в очередной раз подготовлен к первому чтению законопроект «О внесении изменений и дополнений в закон «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» в редакции «О негосударственной (частной) охранной и сыскной деятельности». Что из этого следует?

Первое. Предлагается отказаться от такой формы деятельности как службы безопасности юридических лиц. В основу предложения положены мотивированные заключения правоохранительных органов, основанные на необходимости ужесточения роли государства в сфере обеспечения безопасности предпринимательства. Если данная новелла будет принята, она неизбежно отразится на перспективах развития конкурентной разведки.

Второй момент связан с предполагаемым отказом законодателей от такой формы охранно-сыскной деятельности как частные детективные предприятия. Именно они являются основными игроками на рынке субъектов конкурентной разведки. Предполагается ограничить сферу детективных услуг лишь частными детективами как индивидуальными лицензируемыми предпринимателями, регистрируемыми в налоговых органах в качестве самостоятельных налогоплательщиков. Изучается предложение о введении специальности «сыщик» в перечень специальностей, по которым осуществляется подготовка.

В заключение хотелось бы отметить, что формируемый спектр оказания информационных услуг по управлению предпринимательскими рисками должен придерживаться установленных для него законодательных ограничений и быть направлен на развитие и укрепление отечественного цивилизованного предпринимательства.

Крекотень С.П.

Министерство образования

Подготовка специалистов в этой области необходима. Образовательных программ сейчас много, и требования к уровню подготовки разные. Например, менеджеру крупной фирмы нужна определенная подготовка, понимание специфики будущей работы. И другие требования предъявляются к профессионалу, который собирает и анализирует информацию. Одному специалисту не надо быть универсалом, знать и уметь все. В компаниях работают команды.

Нужно отметить две программы, которые, на мой взгляд, реальны.

Первая программа: специализация. Уже имеются специальности по экономике, по менеджменту. Вузы совершенно спокойно могут сами вводить специализацию с соответствующей подготовкой.

Вторая - программа получения дополнительных квалификаций. Студент, который получает первое высшее образование, одновременно осваивает программу порядка 1000 часов в учебное время для получения дополнительной квалификации, достаточно близкой к своей

основной специальности.

Не целесообразно разрабатывать стандарт на подготовку специалистов, когда нет достаточной литературы, нет ясной методологии, терминологии. Надо начинать с больших дополнительных программ в этой области.

Организационный процесс введения новых государственных специальностей очень сложен. Есть учебно-методические заведения, которые базируются в вузах и отвечают за все специальности в высшей школе. Они разрабатывают новые специальности. Не надо 15 лет, чтоб ввести новую специальность. Для этого достаточно и месяца.

Что касается сертификации образования, то такой системы в отличие от западных стран у нас нет. Сертификацию можно проводить без участия госучреждений. Если сообщество профессионалов примет решение о сертификации, Министерство образования скажет вам спасибо.

Тема дня (торговые войны)

ТЕМА ДНЯ

Торговая война и конкурентная разведка

В. Борисов

Новый всплеск торговой войны, на этот раз на мировом металлургическом рынке, со всей очевидностью продемонстрировал, что как в политике, так и в бизнесе у стран нет постоянных друзей и врагов, но есть постоянные национальные интересы. Или, по крайней мере, должны быть. Торговая война между национальными экономиками - неизбежный спутник и проявление конкурентной борьбы за мировые рынки. Так было всегда в прошлом. Так будет и в обозримом будущем.

Сегодня побеждает тот, кто первый овладевает технологиями, позволяющими опередить конкурентов в производительности и качестве продукции. Поражение американской металлургии в открытой конкуренции с русскими, японскими и другими металлургами объясняется не только ценовой политикой, но, прежде всего отставанием этой отрасли американской экономики, которая пока не способна производить высококачественный и недорогой металл. Причем, металлургия - не единственная сфера, где эта супердержава уступает конкурентам на мировом рынке. Автомобили, телевизоры и многие другие товары, которыми ежедневно пользуются миллионы американцев, очень часто иностранного происхождения.

Где США уверенно удерживают лидерство - это научные исследования, новые технологические разработки. Достаточно сказать, что в исследовательскую сферу США вкладывают больше, чем все остальные партнеры по Большой Восьмерке вместе взятые. На создание новых технологий тратятся десятки миллиардов долларов. Естественно, они являются объектом особо пристального внимания со стороны конкурентов. По мнению газеты The Korea Herald (9 марта 2002), конкурентная разведка особенно активна в таких отраслях, как химия, фармацевтика, компьютерные технологии.

Боязнь, что конкуренты получают доступ к фирменным технологиям и иным секретам, заставляет предпринимателей тратить огромные деньги на их защиту. Как пишет Chicago Tribune (9 марта 2002), к деловой разведке и контрразведке сегодня обращаются не только крупные компании, входящие в список Fortune 1000, но и совсем небольшие предприятия, с численностью рабочих и служащих не более 200 человек. Но едва ли конкурентная разведка как вполне легальный инструмент экономической борьбы когда-либо полностью вытеснит корпоративный шпионаж. Для этого нужны стерильные общественные и моральные условия, практически недостижимые в масштабах даже отдельно взятого местного, локального рынка, тем более в масштабах национального и международного рынка.

То же самое можно сказать и о торговых войнах. Перспективы глобализации пока просматриваются смутно. Но, скорее всего она не устраним объективные противоречия между национальными экономиками. Рынок без конкуренции существовать не может. Конкуренция на межгосударственном уровне не исчезает даже с появлением наднациональных регулирующих институтов (ЕЭС и пр.). В условиях мировой интеграции она не обязательно должна проявляться в открытых протекционистских действиях, подобных тем защитным мерам, к которым прибегло правительство США. Предпринятый администрацией Буша шаг - рецидив прошлого. Традиционные торговые войны рано или поздно трансформируются в более изощренные и менее очевидные методы захвата рынков, к которым следует отнести и конкурентную разведку. Он служит не только предприятиям и корпорациям. Конкурентная разведка - незаменимый государственный инструмент защиты национальных производителей. Им пользуются широко Япония, Китай. Хотелось бы надеяться, что обратят на него свое внимание и государственные мужи России.

Информационщики и маркетологи - объединяйтесь!

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВОЙ РАЗВЕДКИ

Маркетологи и информационщики - объединяйтесь!

Отсутствие должной координации между отделами маркетинга и ИТ-службами снижает эффективность использования интернет-технологий в бизнесе и нередко служит причиной, что вложенные в эти технологии средства не оправдывают возлагавшиеся на них надежды. К такому выводу пришли авторы исследования, проведенного британской компанией Hoovers.co.uk (онлайновая бизнес информация). Особенно негативно это отражается в электронной коммерции, а также при использовании систем управления связями с клиентами.

В прошлом году, отмечает "Vnu Net" (21 января 2002 года), западноевропейские компании вложили порядка миллиарда долларов США в приобретение программных продуктов деловой разведки, включая программы для электронного бизнеса и системы управления связями с клиентами. Но многие не достигли желаемого из-за несогласованности в работе служб маркетинга и информационных технологий. Примерно треть опрошенных менеджеров по маркетингу заявили, что не заметили улучшения в работе с клиентами после внедрения новых технологий.

По мнению эксперта из Chartered Institute of Marketing Рэя Перри, многие управленцы и специалисты по маркетингу страдают от переизбытка информационных потоков и не знают, как ими управлять и пользоваться. С другой стороны, информационщики, работающие в ИТ подразделениях, не объясняют на языке бизнеса, какие конкретно

выгоды можно извлечь из внедряемых технологий, как правильно и с выгодой для дела ими пользоваться.

В результате, проекты, выстроенные исключительно на информационных технологиях и оставляющие за бортом маркетологов, как правило, малоэффективны, и не приносят заметного повышения эффективности в работе с клиентами.

Информационщики и маркетологи - объединяйтесь!

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВОЙ РАЗВЕДКИ

Маркетологи и информационщики - объединяйтесь!

Отсутствие должной координации между отделами маркетинга и ИТ-службами снижает эффективность использования интернет-технологий в бизнесе и нередко служит причиной, что вложенные в эти технологии средства не оправдывают возлагавшиеся на них надежды. К такому выводу пришли авторы исследования, проведенного британской компанией Hoovers.co.uk (онлайновая бизнес информация). Особенно негативно это отражается в электронной коммерции, а также при использовании систем управления связями с клиентами.

В прошлом году, отмечает "Vnu Net" (21 января 2002 года), западноевропейские компании вложили порядка миллиарда долларов США в приобретение программных продуктов деловой разведки, включая программы для электронного бизнеса и системы управления связями с клиентами. Но многие не достигли желаемого из-за несогласованности в работе служб маркетинга и информационных технологий. Примерно треть опрошенных менеджеров по маркетингу заявили, что не заметили улучшения в работе с клиентами после внедрения новых технологий.

По мнению эксперта из Chartered Institute of Marketing Рэя Перри, многие управленцы и специалисты по маркетингу страдают от переизбытка информационных потоков и не знают, как ими управлять и пользоваться. С другой стороны, информационщики, работающие в ИТ подразделениях, не объясняют на языке бизнеса, какие конкретно выгоды можно извлечь из внедряемых технологий, как правильно и с выгодой для дела ими пользоваться.

В результате, проекты, выстроенные исключительно на информационных технологиях и оставляющие за бортом маркетологов, как правило, малоэффективны, и не приносят заметного повышения эффективности в работе с клиентами.

Программы для видео

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДЕЛОВОЙ РАЗВЕДКИ

Программные технологии появляются в овощных магазинах

В изучении клиентуры новая экономика имеет явные преимущества перед традиционным бизнесом. Выпускается множество мониторинговых программ для коммерческих веб-сайтов, позволяющих отслеживать, кто посещает виртуальные магазины, как долго визитеры там пребывают и в каких секциях, какие товары/услуги привлекают наибольшее или наименьшее внимание.

Другое дело обычные магазины, к которым мы все привыкли. Но и здесь намечаются подвижки с использованием новейшей технологии для изучения клиентов.

Компания Breakstream выпустила программное обеспечение для видеозаписывающего оборудования, которое устанавливается в различных точках торгового помещения и фиксирует передвижение посетителей в магазине, определяя, где всего многолюднее, на какие товары потенциальные покупатели обращают больше внимания, как скоро они обслуживаются продавцами, сколько посетителей выходят без покупок.

В принципе видео устройствами, установленными в магазинах, сегодня никого не удивит. Суть нововведения Breakstream в программном обеспечении и приложениях, которые установлены в компьютерах, подключенных к видеоаппаратуре. Они создают и анализируют видеозаписи (time logs), выдавая немедленный результат по интересующим менеджеров вопросам: связанным с поведением клиентов в магазине.

Такие программы пока в новинку даже на Западе. Они довольно просты по сравнению с изощренными программными продуктами для деловой разведки, которые используются в электронной коммерции. Но, тем не менее, находят сбыт, причем пользуются растущим спросом, особенно среди владельцев и управляющих магазинами розничной продажи.

Немаловажно и то, что в отличие от Интернет-технологий они сравнительно недороги, стоят от 25,000 до 50,000 долларов (для сравнения: сложные интернет-приложения деловой разведки стоят сотни тысяч).

Программа контроля за служащими

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДЕЛОВОЙ РАЗВЕДКИ

Программа контроля над служащими

Газета Chicago Tribune (18 февраля 2002) опубликовала материал, посвященный программному обеспечению Investigator, который был выпущен на рынок пару лет назад корпорацией Winwharwhere. Примечательная способность программы, приобретшей уже 200 000 покупателей, заключается в способности "читать" любые сообщения электронной почты, даже те, которые не сохраняются, либо уничтожаются кнопкой delete. Эта уникальная способность программы встретила колоссальный спрос и находит самое разное применение.

Именно Investigator использовался федеральными службами расследований для поимки вычисленного и последующего ареста в Сиэттле российского программиста Дмитрия Склярова, обвиненного в хакерстве.

Благодаря этой программе в одной импортно-экспортной компании удалось изобличить двух служащих в “левых” продажах.

Программа находит применение в отслеживании топ менеджментом нерадивых, ненадежных сотрудников, тратящих рабочее оплачиваемое время на рассылку резюме, компьютерных игр, съем информации с порносайтов, другие не связанных с работой дела и развлечения.

Investigator может найти применение и в личной жизни. Так, компьютерный консультант и мать четверых детей Мики Компсон из небольшого американского города Северн смогла проследить переписку одной из ее дочерей с подозрительным субъектом.

По мнению заместителя директора Центра демократии и технологии Ари Шварца, пользование программой Investigator в большинстве случаев не противоречит законам, в том числе об охране частной жизни и личных прав. Это касается и слежки за служащими, которые подозреваются в злоупотреблениях. В то же время он настоятельно рекомендует пользователям информировать сотрудников компании о том, что такая программа работает в офисной сети. Что касается этики, то слежка, затрагивающая личные вкусы и интересы людей, ставит большие вопросы.

Хранилища данных в школьном образовании

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДЕЛОВОЙ РАЗВЕДКИ

Хранилища данных в школьном образовании

В. Борисов

Создание и управление хранилищами данных как вид информационного менеджмента охватывает все новые сферы экономики и общественной жизни развитых стран. Заняв прочные позиции в университетском образовании, управление знаниями постепенно проникает в американскую систему школьного образования. В базы данных школы заводится разного рода информация, фиксирующая сильные и слабые стороны каждого ученика, оценки и посещаемость, его/ее физическое состояние, здоровье и т.п. Данные по школам поступают и хранятся в централизованном банке информации города или округа. Совет по образованию Нью-Йорка, кроме того, включил в школьную информационную систему демографические данные учеников.

Хранилища данных позволяют школьным администраторам выявлять доселе скрытые проблемы и успешно решать различные задачи, связанные с сокращением числа бросающих учебу, повышением успеваемости, усилением в целом эффективности среднего образования.

Так, например, в одной из школ преподаватели математики были не удовлетворены результатами стандартных тестов, которые продемонстрировали учащиеся. Анализ баз данных определил уязвимое звено - слабое понимание математических графиков, объяснению которых учителя не уделяли должного внимания, полагая, что они

красноречивы и понятны сами по себе.

Хранилища данных позволяют проследивать положительные и отрицательные тенденции в образовательных процессах, перестраивать учебные программы и расписания.

Обычно в базы данных закладывается информация и о преподавателях - уровне их образования, дипломах и сертификатах. Среди учителей высказываются опасения, что хранилища данных будут использоваться администраторами для наказания, вплоть до увольнений преподавателей, чьи ученики показывают неудовлетворительные результаты. Руководители школьного образования, в свою очередь, подчеркивают, что это не входит в задачи управления информационными базами данных.

В России это дело пока в стадии эксперимента, который проводится в нескольких московских школах. Создаются базы данных "школьных журналов", куда заносится информация об успеваемости учеников, их социальном статусе. Некоторые идеи отрабатываются и в регионах, но не выходят за пределы отдельных школ. О централизации данных в масштабах города или района пока и речи нет.

Причина, считает главный специалист Министерства Образования РФ Лариса Цветкова, заключается в отсутствии ресурсного центра (скоростной Интернет, мощный сервер, кадры). Министерство разрабатывает разные направления создания единой информационной образовательной среды всех уровней образования. В сочетании с проектом "Электронная Россия" это могло бы дать огромный эффект, способствовать повышению качества образования, в том числе и школьного. Но денег нет. Кроме того, по словам Л. Цветковой, не ясно, кто будет заниматься сбором информации в ежедневном режиме. Подавляющее большинство учителей в российских школах к этому совершенно не готовы. Так что еще предстоит поломать голову над ресурсами и кадрами, прежде чем хранилища данных займут достойное, подобающее им место в школах России.

Контрафактная продукция

БЕЗОПАСНОСТЬ БИЗНЕСА

Доходы от контрафактной продукции достигли уровня наркобизнеса

В. Светозаров

Разного рода подделки, или контрафактные товары, наносят колоссальный ущерб мировой экономике и торговле. Поскольку мошенники не сдают ежегодных отчетов в налоговую полицию, их прибыли можно подсчитать весьма приблизительно - от 500 миллиардов до триллиона долларов США в год. Сюда входят стоимость поддельных товаров и фальшивых денег.

Больше всего страдают такие области как компьютерные программы и развлечения (пиратские видео и аудиозаписи). Затем по убывающей кривой доходности: игрушки, компьютеры (железо), сигареты, часы, кошельки и портмоне, электробытовые приборы, обувь, и т.д.

Что касается географии контрафактной продукции, то первое место занимает Китай. За ним следуют Тайвань, Малайзия, Гонконг, Сингапур, Корея, Панама, Мексика, Италия, Франция.

России в этом черном списке, составленном западными экспертами, нет.

Но проблема существует, и весьма серьезная. О ней пишут и говорят отечественные СМИ.

Время от времени нам показывают по телевизору облавы на городских рынках (горы конфискованных видеокассет), подвалы, приспособленные для производства фальсифицированной продукции (моря фальшивой водки).

Какова же эффективность традиционных методов борьбы с контрафактными продуктами? Очевидно, не велика, в чем откровенно признается Интерпол, постоянно призывающий национальные полицейские, таможенные, предпринимательские и прочие имеющие в этой борьбе отношение агентства и службы теснее кооперироваться и сотрудничать между собой. По данным Интерпола, контрафактная индустрия - одна из самых быстро растущих в мире. По объему доходов она сопоставима с наркобизнесом. Но явно недооценивается международным сообществом. Только сейчас, на гребне борьбы с терроризмом, несколько больше внимания уделяется этому вопросу со стороны правительств. Ведь контрафактные товары, и особенно фальшивые деньги, представляют собой один из главных источников финансирования террористических организаций.

На западных рынках появляются компьютерные программы, помогающие бороться с подделками. О некоторых из них я и хочу рассказать.

Компания De La Rue давно завоевала репутацию солидного мирового лидера в печатании денег (подлинных!), акций, ваучеров и прочих ценных бумаг. Достаточно сказать, что компания выполнила заказы на печать денежных банкнот 150 национальных валют.

Прошлой осенью в Амстердаме De La Rue представила платформу SCANet, многофункциональную программу, сочетающую электронную маркировку товаров с базой данных, которая предназначена для контроля над движением товаров по всему миру с момента выхода за пределы родного предприятия. Прослеживая всю цепочку дистрибуции, вплоть до конечного покупателя, программа способна выявить и определить местонахождение украденных товаров, подтвердить аутентичность продукции, отличить оригинал от подделки.

Платформа разработана для De La Rue фирмой APT Smar4t Solutions.

Как она работает? Каждый экземпляр в процессе производства маркируется уникальным идентификатором, который может быть закодирован, снабжен голограммой, запрограммирован с использованием микрочипной технологии. Идентификатор помещают (при желании надежно упрятывают) в самом товаре, либо на ярлыке. Информация закладывается в базу данных, она сканируется и проверяется на разных этапах следования товара по цепочке поставок и дистрибьютерской сети. С ее помощью определяется не только аутентичность товара, но и слабые звенья во всей цепочке.

Семейство решений компании Westvaco Brand Security, Inc. предназначено для борьбы с кражами, незаконным использованием чужих брендов - весьма распространенным методом рыночного пиратства. Ежегодный ущерб от него достигает почти полмиллиарда долларов.

Как уверяют разработчики (Business Wire, 18 сентября 2000), решения Brand Theft Solutions помогают выявлять подделку, подмену, воспроизводство и копирование, другие операции, связанные с незаконным использованием брендов. Программы находят применение в таких отраслях как фармацевтика, видео и аудио носители, табачные изделия, бытовая техника, текстиль, спиртные напитки. Это далеко не полный перечень.

Корпорация Digimarc, среди клиентов которой преобладают банки, СМИ, творческие организации, предлагает Digimarc Excalibur Copy Detection, скрытое от глаз устройство, которым маркируется товар, упаковка, ярлык, ценник, вообще любой печатный документ, и которое используется для того, чтобы отличить оригинал от подделки.

Наряду с технологическими ухищрениями эксперты по борьбе с производителями подделок советуют использовать старые традиционные методы. В частности, иметь в штате (если средства позволяют) группу инспекторов, которые бы постоянно отслеживали появление контрафактной продукции на рынках. Регистрировать свою продукцию на таможне и

вообще тесно сотрудничать с таможенными службами.

Самый же примечательный совет зарубежных специалистов, который, не сомневаюсь, найдет широкое применение в России - "направлять фальсификаторам предупреждающие письма, настоятельно советуя им прекратить незаконную деятельность" (EIU Business China, 3 января 2000).

Съэкономишь на рубль - потеряешь сотни

Сэкономишь на рубль - потеряешь сотни

В. Светозаров

600 миллиардов долларов потеряют в 2002 году американские компании из-за некачественной и неточной информации вследствие не использования или плохого использования офисных хранилищ данных и информационно-поисковых систем. Эта цифра приведена в исследовании, недавно проведенном научным центром Data Warehousing Institute ("PR Newswire", 7 февраля 2002). Исследователи делают вывод, что некачественные базы данных являются главной причиной малой эффективности ИТ проектов, осуществляемых на предприятиях и фирмах.

И что более всего удручает авторов - почти половина из 600 опрошенных компаний не имеют конкретных планов по качественному улучшению имеющихся у них баз данных путем внедрения системных интеграторов.

Именно на пути интеграции различных, часто разрозненных данных эксперты видят наилучшие перспективы для развития информационных технологий, их практического использования для снижения затрат, повышения эффективности работы компании, в конечном счете - увеличения прибылей. Однако, согласно другому исследованию, проведенному Andersen (офисные технологии и бизнес консалтинг), только 23 процента опрошенных в Англии фирм имеют полностью интегрированные информационные инфраструктуры, хотя острую необходимость иметь таковые осознает подавляющее большинство предпринимателей - 76% респондентов (e.Business, 5 февраля 2002).

Чем практически отличаются интегрированные системы от неинтегрированных?

Это можно пояснить на таком примере. Традиционные информационные инструменты вроде OLAP (Online Analytical Processing) способны ставить и отвечать на вопросы типа "насколько увеличались за последний месяц продажи продукта X?", или "как идут продажи продукта X в сравнении с продуктом Y"?

Выпускаемые в последние годы программные решения деловой разведки позволяют быстро находить ответы на более сложные, изощренные вопросы, такие как: "в чем заключаются конкретные причины слабой продажи продукта X" или "что надо сделать для улучшения продукции и уменьшения затрат". Не говоря уже о решениях, позволяющих с большой точностью изучать и определять наиболее перспективную часть клиентов.

Интеграционное программное обеспечение и продукты Cognos, SAS, ряд других известных марок завоевывают все большую популярность в самых разных областях: в телекоммуникациях, в банковском деле, в электронной коммерции. Например, выборка веб-данных позволяет проследивать трафик каждого посетителя коммерческого или рекламного сайта. Инструменты для контент анализа дают возможность одновременно работать с массой документов разного формата. Специальные компьютерные программы для видеосъемки способны индексировать новостную информацию, что чрезвычайно важно для таких компаний как CNN.

Перечень примеров использования интегрированных информационных систем можно продолжить. Главное, что их объединяет - возможность завоевать преимущество перед конкурентами, пользующимися традиционными технологиями хранения, выборки и анализа

деловой информации. Казалось бы, понятно, что инвестиции в новые информационные технологии себя вполне оправдывают. Однако, как показывает упомянутое выше исследование экспертов Andersen, многие западные компании не научились пользоваться преимуществами системных интеграторов, применяя их часто в ограниченных одним - двумя конкретными проектами масштабах, вместо того, чтобы следовать стратегии «сквозной интеграции», охватывающей все базы данных на предприятии или в компании. Естественно, что фирмы, не способные эффективно выстраивать внутренние управленческие и производственные процессы, слабо выглядят во внешних взаимодействиях с клиентами, поставщиками, партнерами.

Спад в мировой экономике, наблюдаемый в последнее время, заставляет предпринимателей сокращать бюджеты. Как отмечают эксперты, компании нередко пытаются экономить на информационных технологиях, считая такие расходы второстепенными. Глубокое, фатальное заблуждение. Сокращая штат информационных специалистов, экономя на приобретении новых технологий, топ-менеджмент рискует через год-полтора обнаружить свое отставание на рынке от основных конкурентов, проявивших в этом деле больше дальновидности и понимания.

Технологии прогностического анализа

Технологии прогностического анализа

Умение предвидеть в бизнесе дорого ценится. Наш журнал уже писал о продаваемых на мировых рынках программных продуктах для деловой разведки, которые способны отслеживать, анализировать и прогнозировать действия конкурентов.

Сегодня мы познакомим читателей с технологией прогностического анализа (Predictive Analysis). Об этом рассказывает статья Рика Вайтинга, помещенная в журнале "Informationweek" (25 февраля 2002).

Чтобы превратить потенциальных или случайных клиентов в постоянных, необходимо знать, кто из них может стать таковым. В прошлом, когда продавцы магазинов знали покупателей в лицо и даже по именам, это было нетрудно. В нынешних условиях, характеризуемых борьбой за массового клиента, когда продажи осуществляются по разным каналам одновременно, включая Интернет-торговлю, выявить потенциально перспективного покупателя намного сложнее.

И здесь на помощь приходят технологии прогностического анализа, построенные на функциях анализа тенденций, прогноза продаж, а также анализа алгоритмов по выборкам данных для изучения и определения предпочтений клиента к тому или иному конкретному продукту/услуге, либо его платежеспособности как кредитующего покупателя.

Автор статьи приводит ряд примеров использования таких программ. Совладелец торгующий чаем компании Todd & Holland Tea Merchants Вильям Тодд был немало удивлен, когда аналитическое исследование накопленных компанией данных о покупателях за годовой период показало, что чай Лапсанг, который считался «чисто мужским» из-за его специфического аромата (с дымком), в основном покупают женщин в возрасте от 25 до 35 лет.

Финансовая компания Wells Fargo Home Mortgage в Сан-Франциско обладает хранилищем, содержащим 200 миллионов данных по кредитам в розничной и ипотечной торговле. Технологии прогностического анализа, используемые в управлении этим гигантских хранилищем информации, позволяют минимизировать риск при рассмотрении кредитных заявок путем более или менее точного прогноза платежеспособности клиента. Прогностические технологии обработки больших массивов данных выпускаются компаниями, известными своим программным обеспечением и продуктами для деловой разведки NCR's Teradata division, SAS Institute, SPSS.

Хотя технологии прогностического анализа весьма эффективны, их использование сопряжено с немалыми сложностями технического порядка. Хранилища данных, с

которыми эти системы работают, должны быть глубоко интегрированными и соответствующим образом подготовлены для аналитической обработки. Это под силу немногим крупным компаниям. А передавать клиентские базы данных специализированным фирмам для внешнего анализа считается чересчур рискованным делом. Предприниматели идут на это неохотно, боясь, что ценная информация каким-то образом может попасть в поле зрения конкурентов.

К тому же и возможности технологии не беспредельны. Они бессильны там, где прогнозы вообще невозможны. Например, нельзя предсказать появление на рынках принципиально новых продуктов.

Безопасность беспроводных технологий

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Беспроводные технологии уязвимы для хакеров

Беспроводные компьютерные сети пользуются огромной популярностью из-за их относительной простоты и легкости в использовании, дешевизны, а главное - удобства, поскольку освобождают пользователя от необходимости искать электрическую розетку, особенно в дороге. По данным газеты Los Angeles Times (11 февраля 2002) в США насчитывается около 9 миллионов беспроводных локальных сетей для персональных компьютеров и других видов мобильной связи. Их число, как ожидается, возрастет в 2006 году до 50 миллионов.

Преимущества пользования такими технологиями самоочевидны. Но все более очевидным становится и их уязвимость для несанкционированного вторжения. В стремлении упростить и удешевить продукцию компании, выпускающие такие технологии, до последнего времени не обращают достаточного внимания проблеме защиты от хакеров. Системы паролей, шифров весьма примитивны, а потому легко преодолимы для хакеров. Нередко они вообще отсутствуют. Это на руку хакерам, которые покидают насиженные места у стационарных компьютеров и отправляются на "патрулирование" - за рулем автомобиля, вооруженные лэптопом и антенной. Жертвой "охоты на ходу", например, стал Университет Нью Мексико, чьи беспроводные принтеры, подключенные к компьютерной сети университета, послужили хакеру средством выведения сети из строя.

Газета Los Angeles Times приводит также пример легкого проникновения эксперта по компьютерной безопасности в беспроводную сеть международного аэропорта Сан-Хосе.

Атака террористов 11 сентября прошлого года заставила администрацию Буша обратить внимание на безопасность использования беспроводной технологии федеральными учреждениями для передачи служебной информации. Белый Дом дал поручение Департаменту торговли разработать и внедрить во все правительственные агентства соответствующие стандарты по защите от несанкционированных вторжений.

Похоже, что и компании - производители беспроводных технологий связи озабочены той же проблемой. Новые разработки Cisco и других лидеров в этой области предусматривают повышенные требования к защите. В частности, пробуются использование технологии передачи сигналов на ультракороткой частоте. Для производителей это прежде вопрос конкурентной борьбы за перспективный, быстро растущий рынок в этой области.

Борьба с хакерами

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Борьба с хакерами - дело государственное

В. Светозаров

Приобретающие все большую популярность корпоративные веб-сайты, с одной стороны, придают бизнесу новое, современное качество и масштаб, а с другой - обнаруживают серьезную уязвимость перед лицом возрастающего числа несанкционированных вторжений. Последние организуются обычно одним из двух источников - любителями или профессиональными хакерами.

Что касается кибер-атак со стороны любителей, то они не слишком опасны. Во-первых, они, как правило, не отличаются особой изощренностью и отражаются современными системами компьютерной защиты. На западном рынке в последнее время появляются достаточно надежные программы, способные не только защитить корпоративные сайты от несанкционированных вторжений клиентов, но и определить источник атаки. К ним относятся, например, программное обеспечение и продукты компании Alltel, позволяющие с большой точностью засечь, отследить источники попыток вторжения. Ими активно пользуются фирмы с большой сетью клиентуры, в частности ипотечные компании, наиболее часто страдающие от попыток клиентов залезть в служебные файлы. Системы безопасности легко обнаруживают любительских взломщиков.

Более серьезную угрозу представляют настоящие хакеры. Они тоже разные. Среди них немало просто хулиганов. Это в основном подростки, у которых масса свободного времени, а хакерство для них нечто вроде спорта. Нередко они достигают больших высот в этом деле. В 1999 году получила огласку история американского подростка Эрика Бернса, который, желая покрасоваться перед друзьями, взломал более дюжины сайтов, в том числе принадлежащие Информационному агентству США и тогдашнему вице-президенту Гору. Хулиганство неприятно, но часто не имеет фатальных последствий.

Другое дело - профессиональные взломщики, особенно нанятые конкурентами. Они причиняют огромный ущерб - от кражи конфиденциальной информации до злонамеренного занесения фатальных вирусов в корпоративные компьютерные сети. Это хорошо известно и крупным, международным корпорациям, чьи защитные системы чуть ли не ежедневно фиксируют попытки проникнуть в сеть, до сравнительно небольших предприятий, не располагающих дорогостоящими системами, а потому и наиболее уязвимыми. Любопытно, что большая часть атак на корпоративные сайты и сети фиксируется из Китая и других странах Азии. Там работают настоящие профессионалы. За ними часто стоят конкурирующие фирмы. Но нередко хакеры действуют по собственной инициативе, рассчитывая выгодно продать украденную информацию конкурентам атакуемой ими компании.

В этом смысле российский бизнес более уязвим по сравнению с западным. У наших предпринимателей просто нет средств для приобретения надежных средств защиты, хотя последние разрабатываются отечественными программистами и выпускаются целым рядом фирм. Помимо финансовой стороны, видимо, играет свою роль и беспечность, извечная надежда на русское "авось". Ради справедливости отмечу, что и среди западных бизнесменов немало таких, кто недооценивает опасность, исходящую от хакеров. Пока не грянет гром.

Тем же руководителям компаний, которые установили защитные заслоны в своих сетях и на сайтах, специалисты по борьбе с хакерами не советуют об этом распространяться публично, тем более хвастать. Бахвальство надежностью защитных систем привлекает внимание хакеров, подхлестывает спортивный интерес. Провоцирование хакеров на проверку надежности может привести к неприятностям.

Ежегодно мировой бизнес терпит убытки от хакеров на многие миллиарды долларов. Причем ущерб постоянно возрастает. В большинстве стран Запада проблема защиты отечественной экономики от компьютерных взломщиков стала государственной. Тем более

что учащающиеся атаки на предпринимателей сочетаются с растущей угрозой правительственным учреждениям, особенно связанным с национальной безопасностью, как экономической, так и военной. Так, в частности, правительственные компьютерные системы Великобритании за последние пять лет зафиксировали 85 попыток взлома, причем в 48 случаях из них хакеры ломались в сеть министерства обороны. Причем, речь идет только об отслеженных попытках. Некоторые эксперты задают вопрос, а все ли попытки хакеров взломать те или иные компьютерные системы фиксируются, вполне допуская, что наиболее искусные и изощренные атаки вообще могут остаться незамеченными.

Серьезное внимание борьбе с кибер-криминалом, включая экономический шпионаж, и кибер-терроризмом уделяется в последнее время федеральным правительством США. В центре повышенного внимания - регионы с наиболее высокоразвитой Интернет экономикой. К их числу относится Северная Каролина. По сообщению Newsbytes (14 января 2002), в этом штате введены 4 новые прокурорские должности специально для борьбы совместно с ФБР против компьютерных хакеров, как зарубежных, так и отечественных, угрожающих насыщенной Интернет технологиями местной экономике. С учетом этих ставок общее число федеральных прокуроров в Северной Каролине, ориентированных на это направление деятельности, достигнет шести. А всего по стране вводятся около 60 новых ставок для федеральных прокуроров, чьи обязанности ограничиваются исключительно борьбой с кибер-криминалом и терроризмом.

А как обстоит дело в России? Этим вопросом у нас занимаются несколько правительственных спецслужб, в частности, управление «Р» МВД РФ. Но это уже отдельная история, о которой мы расскажем в одном из ближайших выпусков журнала.

Шреддинг нужен!

БОРЬБА С ПРОМЫШЛЕННЫМ ШПИОНАЖЕМ

Шреддинг нужен!

В. Светозаров

Шреддинг - уничтожение печатных документов специальными бумагорезательными машинами, шреддерами, получил во всем мире, и Россия не исключение, широкое распространение. Это довольно выгодный бизнес, пользующийся устойчивым спросом. На нем только американские фирмы "сделали" в прошлом году полтора миллиардов долларов, превратив в конфетти сотни тысяч тонн бумаг. Закон США об экономическом шпионаже 1996 года, направленный главным образом против иностранных конкурентов, рекомендует компаниям, научно-исследовательским центрам и госучреждениям хранить служебные материалы не более 7 лет, а затем их тщательно уничтожать.

И не зря. Отходы из служебных материалов, на первый взгляд не содержащие секретной информации, попав в поле зрения хорошо подготовленного профессионала, могут рассказать о многом. Как это и подтвердила корпорация Proctor & Gamble, признавшись в том, что нарыла в мусорных ящиках конкурирующей Unilever прямой ход к секретам последней, да таким, что пришлось выплатить колоссальную компенсацию и согласиться на временный независимый контроль для предотвращения использования выкраденных секретов. Если вы замечаете людей, роющихся в контейнерах неподалеку от вашего предприятия, то вполне возможно, что это не совсем обычные бродяги и бомжи.

Выпускаются как домашние, так и профессиональные шредеры. Домашние машины стоят

недорого, около \$30, но и производительность у них небольшая. В компаниях предпочитают иметь дело с мощными аппаратами, которые режут бумагу не только быстро, но и качественно - на мельчайшие обрезки, которые невозможно собрать и восстановить по ним текст. Производительность последних иногда просто удивительна - полмиллиона страниц в час!

Казалось бы, в чем проблема. Документ отработан, отлежался какое-то время - в бумагорезку его. Но не так все просто. И это продемонстрировал громкий недавний скандал вокруг банкротства крупно американской энергетической и финансовой корпорации Enron. Собственно, дело не ней, а в компании, которая консультировала и проводила аудит Enron незадолго до краха, в знаменитой Arthur Andersen, входящей в великую шестерку мировых лидеров в этой сфере. Или, может быть, надо говорить “входившей”, поскольку серьезно рассматриваются меры по расчленению Arthur Andersen как минимум на две, более мелкие фирмы.

В чем она провинилась? Прежде всего, в том, что в ходе аудита Enron “не заметила” грубейших ошибок в управлении, которые и привели к банкротству. А, кроме того, не смогла представить в Конгресс и Федеральную прокуратуру документы аудита, поскольку они были уничтожены в ее офисных shreddерах.

Это обстоятельство вызвало настоящий гнев конгрессменов и чиновников, расследующих причины краха Enron, и страх shreddинговых компаний за будущее этого бизнеса. Тем более что совсем недавно федеральный судья в Лос-Анджелесе оштрафовал Walt Disney Co на 90,000 долларов за ликвидацию 40 ящиков документов, имеющих отношение к судебным тяжбам 90-годов по поводу авторских прав на персонаж Винни Пуха (Copley News Service, 11 февраля 2002).

Отражая обеспокоенность представителей этого бизнеса, Роберт Джонсон, учредитель и исполнительный директор Национальной ассоциации по уничтожению информации (есть и такая организация!), говорит: “Всякий раз, когда случается подобный скандал (Arthur Andersen и Enron), люди, естественно, начинают забывать, что shreddинг нужное, необходимое дело, которое надо развивать и развивать” (Chicago Tribune, 28 января 2002).

Парадоксально, но скандал вокруг Enron дал обратный эффект. Количество заказов на shreddинг подскочило. Многие менеджеры вспомнили и спохватились, что в подвалах пылятся монбланы ненужных бумаг, которые можно с чистой совестью уничтожить.

Как поступать в каждом конкретном случае: хранить или уничтожать - решать руководителям предприятий и фирм. Универсального подхода здесь не может быть. Мне лично уничтожение служебных бумаг представляется меньшим риском. Штрафы платить никому не хочется. Но куда хуже, когда вместо shreddеров документы попадают на стол конкурентов.

Если вас принуждают к лукавству

ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

Если вас принуждают к лукавству

В одном из осенних номеров журнала “Форчун” (#12, 2001) опубликовано письмо менеджера из Сиэттла, в котором рассказывается, как начальник заставлял его вытаскивать информацию из конкурентов, прикидываясь потенциальным дилером.

Письмо вызвало шквал откликов читателей журнала, анализируя которые редакция приходит к выводу, что такого рода уловки далеко не редкость ("Fortune", 7 января 2002).

Вместе с тем, многие читатели отмечают, что методы промышленного шпионажа не только не этичны, не только несут риск судебного преследования (в США они подпадают под действие Закона об экономическом шпионаже 1996 года), но самое существенное - отнюдь не самоценны. В большинстве случаев искомая корпоративными шпионами информация вполне доступна через легальные приемы конкурентной разведки. В частности, путем прямых контактов с конкурентами на выставках и конференциях, а также с их поставщиками и клиентами.

Если выдавать себя не за того, кем являешься, аморально и нередко подсудно, то как расценивать анонимный звонок к конкуренту с тем или иным вопросом? Оказывается, сообщают читатели журнала "Форчун", многие попадаются на удочку опытного анонима и готовы выложить кучу всяких ценных сведений, даже не подозревая об этом. Чем и пользуются фирмы, нанимая для таких разведопераций специалистов со стороны.

Консультант из Техаса рассказывает, как служащий одной исследовательской фирмы по запросу своего клиента позвонил в конкурирующую (по отношению к клиенту) компанию X, представил себя и даже сказал, что выполняет заказ ее конкурента по изучению рынка, и обращается в компанию X, чей авторитет высоко ценится, со скромной просьбой разъяснить некоторые вопросы. Польщенные похвалой менеджеры компании X "запели как весенние птички", дав массу полезной информации, которую при других обстоятельствах едва ли бы выложили.

Те же, кто прибегает к явному обману, часто попадают впросак. Нередко выдают себя за представителей реально существующих фирм, которые "могли бы стать клиентами", не зная, что названная компания уже пользуется услугами конкурента. Интересно, что испытывают такие "разведчики", когда их ловят, что называется, за руку?

Так как же поступать, если к обману побуждает начальство? Не слушаться, советуют читатели "Форчуна". Ведь если обман раскроется, босс останется в тени, а репутация исполнителя навсегда будет испорчена.

Если босс не поддается воспитанию, то лучше сменить место работы.

Книжное обозрение (1)

КНИЖНАЯ ПОЛКА

Larry Kahaner, "Competitive Intelligence", Simon & Shuster

Берите пример с японцев, призывает Ларри Каханер в своей книге "Конкурентная разведка". По его мнению, конкурентная разведка - сравнительно новое явление в США и еще недостаточно полно используется американским бизнесом в отличие от Японии, где она ведется более полувека, со времени окончания 2 мировой войны. Одна из глав так и называется "Как японцы ведут конкурентную разведку".

Конкурентная разведка особенно популярна в Азии, где помимо Японии ее активно используют Китай, Южная Корея, Вьетнам и Таиланд в качестве острого оружия конкурентной борьбы с развитыми западными странами. КР становится фактором глобальных экономических войн, в которых страны и народы противостоят друг другу.

По словам экономического обозревателя ЮПИ В.Верта, книга напоминает учебное пособие и едва ли представляет интерес для специалистов, каждодневно занимающихся конкурентной разведкой. Она скорее предназначена для тех читателей, которые смутно представляют, что это такое. Вместе с тем, книга содержит массу интересных историй и примеров и может быть рекомендована, по мнению обозревателя, для вузовского обучения.

Книжное обозрение (2)

КНИЖНАЯ ПОЛКА

Ian H. Gordon, *Competitor Targeting*. John Wiley & Sons

Рецензия на эту книгу появилась в малазийской газете "New Straits Time":

«Чтобы превзойти конкурентов в бизнесе, необходимо выработать и проявить качества, которые бы превосходили возможности и способности конкурентов».

Книга Гордона посвящена вопросам, связанным со стратегическим изучением конкурента в контексте наращивания сил для завоевания рынков и клиентов. Имея в виду эту стратегическую цель - захват рынка, автор рассматривает разные пути и методы, ведущие к ее достижению: поглощения и слияния, совместные предприятия, анализ слабостей конкурентов и даже способы ослабления «противника».

Одновременно в книге излагается тактика борьбы за клиентов конкурирующих фирм - как к ним подойти, расположить к себе, привлечь их интерес, и, наконец, отвоевать у конкурента.

Автор книги полагает, что недостаточно только бороться за клиента. Конкурент, возможно, делает то же самое, притом лучше. Поэтому необходимо тщательно изучать конкурентов с помощью соответствующих информационных технологий, прежде всего их слабости и использовать эти слабости для вытеснения с рынка.

Книжное обозрение (3)

КНИЖНАЯ ПОЛКА

Н.И. Баяндин,

«Технология безопасности бизнеса: конкурентная разведка»,

Издательство «Юристъ», Москва, 2002 г., 320 стр.

Книга состоит из 3 частей.

В первой части - «Общие представления о конкурентной разведке»- обсуждаются предпосылки возникновения конкурентной разведки (КР), в качестве специальной дисциплины экономического профиля, и приводится определение конкурентной разведки как «...деятельности негосударственной структуры по добыванию сведений об имеющихся и потенциальных угрозах его существованию и интересам при условии соблюдения

существующих правовых норм». Определяются основные цели и задачи конкурентной разведки, и рассматривается конкурентная среда фирмы – поле деятельности конкурентной разведки. Обсуждаются основные возможности, предоставляемые конкурентной разведкой, и причины того, почему конкурентная разведка еще не стала необходимым элементом деятельности российских компаний.

Вторая часть – «Технология конкурентной разведки» - занимает центральное место в книге и представляет наибольший интерес. В ней рассматриваются основные этапы разведывательного цикла и приводятся практические рекомендации по организации работы.

Разведывательный цикл КР состоит из четырех основных этапов:

- 1 этап: планирование и организация работы,
- 2 этап: поиск и сбор информации,
- 3 этап: оценка и анализ информации,
- 4 этап: представление результатов руководству.

Все этапы являются чрезвычайно важными для решения разведывательных задач. Подчеркивается необходимость тщательного планирования и организации работы, о чем, к сожалению, часто забывают на практике. Наибольшее внимание в книге уделяется вопросам сбора и анализа информации. Информационно-аналитическая составляющая книги занимает центральное место (как по объему, так и по содержанию).

В третьей части книги, озаглавленной «Принципы организации Системы конкурентной разведки», рассматриваются области применения новых информационных технологий в системе конкурентной разведки, обсуждаются возможности применения деловых игр, в том числе и компьютерных, для решения задач КР. Важное место в книге занимает обсуждение принципов построения системы конкурентной разведки на предприятии и организация системы защиты информации от конкурентов. Проблемы создания эффективной системы промышленной контрразведки для предприятий с негосударственной формой собственности также находят отражение в этой части книги. В заключении приводится сравнительный анализ организации конкурентной разведки в разных странах мира, в частности, восточной (Япония) и западной (США) моделей КР. Отдельный, но важный вопрос, - этика конкурентной разведки также рассмотрен в этой части. Этические проблемы конкурентной разведки тесно связаны с ее эффективностью и как это не странно звучит с ее стоимостью.

В приложениях даны практические советы и справочные материалы по организации и ведению конкурентной разведки на предприятиях малого и среднего бизнеса.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

ЧАСТЬ 1. «Общие представления о конкурентной разведке»

Глава 1. Основные положения конкурентной разведки.

1.1. Понятие конкурентной разведки. 1.2. Задачи конкурентной разведки. 1.3. Цикл конкурентной разведки. 1.4. Возрастание роли конкурентной разведки в современном мире.

Глава 2. Основные направления ведения конкурентной разведки.

2.1. Различие между информацией и сведениями. 2.2. Возможности конкурентной разведки. 2.3. Почему конкурентная разведка нужнее компаниям сегодня, чем раньше. 2.4. Почему еще не все компании используют конкурентную разведку

ЧАСТЬ 2 . «Технология конкурентной разведки»

Глава 3. Цикл конкурентной разведки

3.1. Неправильная постановка задачи. («Нельзя объять необъятное»). 3.2. Пример конкретной операции. 3.3. Четыре метода получения информации руководством предприятия. 3.4. Предпосылки создания нового метода. 3.5. Цикл разведки. 3.6. Необходимость непрерывности процесса ведения разведки. 3.7. Где размещать подразделение конкурентной разведки

Глава 4. Планирование и организация работы

4.1. Необходимость планирования работы. 4.2. Первое условие: понимание требований заказчика. 4.3. Второе условие: учет «Важных факторов успеха» компании 4.4. Третье условие: Разработка плана сбора информации и анализа 4.5. Пример плана операции по подготовке аналитического документа

Глава 5. Сбор информации.

5.1.Классификация информации. (Определение понятия информации, первичная и вторичная информация, достоверность и надежность (схема Кента), открытая и закрытая информация.) 5.2.Общие деловые ресурсы. (Традиционные источники информации, периодические издания,) 5.3. Сеть Internet 5.4. Специальные источники о деятельности компаний (в т.ч. внутрифирменные материалы) 5.5.Специальные источники о под-отрасли 5.6. Push-технология, Pull-технология 5.7. Обзор российского рынка услуг информационно-аналитических агентств и центров 5.8. Международные ресурсы 5.9. Правительственные источники (официальные документы) 5.10. Источники патентной информации 5.11. Специальные разведывательные источники 5.12. Книги о деловой и конкурентной разведке 5.13. Что может использовать в качестве источников КР в будущем 5.14. Сбор первичной информации (3 типа первичных источников: люди (интервью, опрос, выступление), неопубликованные документы, наблюдения). 5.15. Неявная информация. 5.16. Алгоритм поиска и сбора информации. Практические рекомендации. С чего начинается поиск информации.

Глава 6. Анализ информации.

6.1. Общие требования к аналитической работе. 6.2. Организация информационно-аналитической деятельности в КР. 6.3. На чем следует сосредоточить внимание при проведении разведки. 6.4.Анализ промышленности (и конкурентной среды) 6.5. Анализ деятельности собственной компании. 6.6. Анализ деятельности компании-конкурента 6.7. Анализ патентной информации 6.8. Анализ личности. 6.9. Использование в аналитической работе "непроверенной" информации. 6.10. Деловые игры как форма анализа. 6.11. Анализ текстов

Глава 7. Распространение результатов анализа.

7.1. Представление результатов анализа заказчику. (Соответствие проведенного анализа потребностям руководства, конкретность анализа, строгое соблюдение сроков выполнения работы, высокий уровень доверия со стороны руководства, форма и удобство представления результатов анализа.) 7.2.Распространение аналитических документов,

подготовленных подразделением конкурентной разведки, внутри организации и за ее пределами. 7.3. Другие применения результатов анализа. Хранение готовых материалов.

Глава 8. «Бенчмаркинг и конкурентная разведка»

8.1. Понятие «бенчмаркинга» 8.2. Конкурентная разведка и «бенчмаркинг» 8.3. Пять этапов «бенчмаркинга» 8.4. Этика в «бенчмаркинге» 8.5. Кодекс поведения в «бенчмаркинге» 8.6. Болдриджская премия Малколма 8.7. «Бенчмаркинг» и Российская промышленность

ЧАСТЬ 3. Принципы организации Системы конкурентной разведки.

Глава 9. Система конкурентной разведки на предприятии (банке).

9.1. Общие положения. 9.2. Создание Системы КР в гипотетическом банке. 9.3. Основные задачи Службы КР банка 9.4. Основные функции Службы КР банка (в соответствии с рубрикатором) 9.5. Источники информации. 9.6. Создание собственной базы данных службы КР. 9.7. Место Службы КР в структуре Банка и ее взаимодействие с другими структурными подразделениями. 9.8. Создание системы конкурентной разведки Банка. 9.9. Заключительные замечки

Глава 10. Новые информационные технологии в конкурентной разведке.

10.1. Роль новых информационных технологий в изменении процедуры поиска и сбора информации. 10.2. Сеть Internet. Маркетинговые исследования и изучение партнера. 10.3. Профилирование и оценка потенциальных клиентов. 10.4. Анализ работы региональных отделений. 10.5. Поисковые машины. 10.6. Системы Business Intelligence (BI). 10.7. Основные технологии BI. 10.8. Ситуационные комнаты. 10.9. Система управления базами данных «Кронос». 10.10. Информационное агентство Интегрум-Техно. 10.11. Защита имиджа компании и руководителя от воздействия «грязных технологий».

Глава 11. Конкурентная разведка в разных странах мира. Сравнительный анализ восточной и западной моделей КР. (Япония и США).

11.1. Два подхода к ведению конкурентной разведки. 11.2. Разведка – вторая натура японцев. 11.3. Роль государственных организаций Японии в создании системы сбора деловой информации. 11.4. Японская организация внешней торговли – JETRO. 11.5. Взаимодействие японского правительства с коммерческими компаниями. 11.6. Примеры. 11.7. Сбор деловой информации. 11.8. Принципы конкурентной разведки в Японии. 11.9. Международные специализированные выставки – источники деловой информации. 11.10. Методы сбора информации. 11.11. Краткая характеристика наиболее известных японских информационных агентств.

Глава 12. Этика в конкурентной разведке.

12.1. Общие положения. 12.2. Этические принципы работы в Сети. 12.3. Два подхода в методах сбора информации. 12.4. Этический кодекс конкурентной (деловой) разведки. 12.5. Этические нормы поведения в разных странах. 12.6. Конкурентная разведка и коммерческая тайна. 12.7. Преимущества следования этическим нормам поведения. 12.8. Этический Кодекс американского “Общества профессионалов конкурентной разведки”. 12.9. Правила поведения сотрудников компании Fuld & Company при проведении конкурентной разведки.

Глава 13. Защита информации от конкурентов. Промышленная контрразведка.

13.1. Общие положения. 13.2. Цикл промышленной контрразведки 13.3. 1 этап - определение требований защиты информации. 13.4. Второй этап - Оценка конкуренции. 13.5. 3 этап - Оценка уязвимости вашей информации. 13.6. Другие этапы контрразведывательного цикла. 13.7. Метод OPSEC. 13.8. Контрразведывательное подразделение службы безопасности предприятия. 13.9. Дезинформация как

стратегический компонент промышленной контрразведки 13.10. Пример (О борьбе с промышленным шпионажем в ФРГ).