

БЕНЧМАРКЕТИНГ И КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА

Высокая конкуренция в бизнесе требует освоения новых инструментов. Одним из них является бенчмаркетинг. Этот инструмент пригодится как в случае кризиса, так и для роста продаж, повышения конкурентоспособности продукции (услуг).

Под бенчмаркигом (бенчмаркетингом) понимается набор методик для анализа рынка [1].

Объект бенчмаркетинга – это главным образом факторы конкурентных преимуществ и конкурентные стратегии в различных сферах. Объектом изучения являются не только конкуренты данного конкурентного предприятия, но также фирмы – лидеры бизнеса в других отраслях и сферах. Они не являются конкурентами, но являются носителями ценной информации о наиболее эффективных методах и процессах в управлении, отношениях с клиентами, обеспечении устойчивого развития фирмы, региона, страны.

Бенчмаркинг позволяет подробно изучить особенности конкурентов, узнать, как они достигли своих результатов, как налажена работа внутри чужих компаний и т. п. Также эта процедура включает в себя сравнение производительности действующего бизнеса с аналогами [2].

Бенчмаркетинг начинается с конкурентной разведки.

Необходимо определить список конкурентов, провести сравнительный анализ цен конкурентов, определить методы продвижения и стоимость рекламного сегмента, провести сравнительный анализ процесса движения продукции от производителя к клиентам, определить преимущества конкурентов.

Конкурентная разведка – это сбор или обработка данных из разных источников, для выработки управленческих решений с целью повышения конкурентоспособности коммерческой организации, проводимые в рамках закона и с соблюдением этических норм (в отличие от промышленного шпионажа) [3].

Конкурентная разведка является исследовательским процессом, который осуществляется, как правило, в условиях постоянного противодействия со стороны объекта наблюдения.

Основные задачи конкурентной разведки следующие:

– Изучение обстановки и процесса в организации, выявление ключевых взаимосвязей и тематик.

– Анализ ситуации на рынке, определение главных факторов и крупнейших игроков, влияющих на рынок, оценка их способностей.

– Вскрытие признаков угроз, кризисов и их установление.

– Оценка и прогнозирование действий конкурентов, направленных на ухудшение деятельности защищаемой компании.

– Вскрытие попыток недружественного слияния и поглощения.

– Оценка угрозы появления новых конкурентов.

– Вскрытие угрозы замены данного продукта новыми продуктами и т. д. [4].

Существуют следующие виды конкурентной разведки:

– Финансовая разведка, которая представляет собой финансовые прогнозы и отчеты, стратегию ценообразования и финансовое положение компании в целом.

– Стратегическая разведка, которая подразумевает планы развития производства, условия контрактов, особенности организационной структуры и корпоративной политики конкурентов.

– Техническая разведка, которая означает особенности товаров и услуг, новые разработки конкурентов – все сведения, касающиеся создания или улучшения продукта фирмы.

Система конкурентной разведки должна обеспечивать следующее:

– выбор тематики и направление разведки (целеуказание);

– выбор источников информации (веб-сайты, блоги, форумы);

– автоматический поиск и скачивание информации по заданным направлениям мониторинга и указанным источникам по запланированному расписанию (планирование и сбор данных);

– обработка собранных данных и превращение их в информацию;

- контент-анализ и синтез информации – превращение ее в знания;
- своевременная доставка информации к конечным потребителям.

Промышленный шпионаж – это нечестная конкурентная разведка, но в то же время она пользуется спросом и популярностью в крупных компаниях, где есть своя уникальная формула или концепция, которую все хотят узнать.

Основное предназначение промышленного шпионажа – экономия средств и времени, которые требуется затратить, чтобы догнать конкурента, занимающего лидирующее положение, либо не допустить в будущем отставания от конкурента, если тот разработал или разрабатывает новую перспективную технологию, а также чтобы выйти на новые для предприятия рынки.

Промышленный шпионаж – это внедрение или перекуп сотрудников конкурирующей компании, что бы они предоставляли какие-либо документы, информацию за определенное вознаграждение или внедрение в компанию человека конкурирующей фирмы. Там могут изучаться документы, каталоги по продукции, продажам, клиентам, рекламе, сбыту, т. е. все необходимое, что нужно для конкурентов. Также это могут быть секретные разработки, технические наработки, рецепты или схемы, которые тщательно скрываются. У каждой разведки есть свои определенные задачи, у промышленного шпионажа тоже есть свои задачи. Представитель конкурирующей компании может внедриться в ту компанию, которую исследует, на вышестоящие должности, имеет доступ ко всем важным документам, которые засекречены и к ним нет открытого доступа даже у нижестоящего персонала [4].

Специалисты, использующие бенчмаркинг-подход, пользуются только легальной информацией.

Каждая компания принимает решение, какой вид конкурентной разведки для нее необходим и приемлем. Бенчмаркетинг помогает провести подробную аналитику рынка, изучить лидеров, сравнить рабочие практики конкурентов со своим брендом, переработать действующие стратегии, сравнить показатели одного бренда в разных странах. Необходимо разработать общую обновленную стратегию развития компании на основе полученной информации [2].

Список использованной литературы

1. **Что** такое бенчмаркинг? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://timeweb.com/ru/community/articles/chto-takoe-benchmarking>. – Дата доступа : 01.04.2023.
2. **Бенчмаркетинг.** Что это такое? Виды, примеры, этапы реализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://postium.ru/benchmarking-chto-eto-takoe-vidy-primery/>. – Дата доступа : 01.04.2023.
3. **Конкурентная** разведка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://sendpulse.by/support/glossary/competitive-intelligence>. – Дата доступа : 28.03.2023.
4. **Инструменты** и методы конкурентной разведки [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://spspa.ru/instrumenty-i-metody-konkurentnoj-razvedki-v-2023-godu/>. – Дата доступа : 28.03.2023.