

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

**ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ
ЯК ЗАСОБУ НАКОПИЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ
В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Анотація. Проаналізовано особливості конкурентної розвідки та основні етапи її реалізації. Узагальнено основні методи конкурентної розвідки. Доведено важливість конкурентної розвідки на підприємствах у ринковій економіці.

Аннотация. Проанализированы особенности конкурентной разведки и основные этапы ее реализации. Обобщены основные методы конкурентной разведки. Доказана важность конкурентной разведки на предприятиях в рыночной экономике.

Annotation. Features of competitive investigation and the main stages of its realization are analyzed. The main methods of competitive investigation are generalized. Importance of competitive investigation at the enterprises in market economy is proved.

Ключові слова: конкурентна розвідка, промислове шпигунство, засоби, ринкова економіка.

У сучасних умовах ринкової економіки кожне підприємство прагне стати конкурентоспроможним, тому воно прагне постійно вдосконалювати технологічні процеси, перенавчати персонал і використовувати інноваційні розробки і досягнення. Але, щоб вижити в умовах запеклої конкурентної боротьби, необхідно не просто вдосконалюватись, а знати хоч щось про найближчих конкурентів і про те, що може чекати тебе завтра. Подібні актуальні відомості про ділове оточення і конкурентне середовище навколо підприємства, спеціально орієнтовані на ухвалення стратегічних рішень, можна отримати за допомогою конкурентної розвідки.

Актуальність конкурентної розвідки останнім часом значно зросла. Це пов'язано з такими процесами, як глобалізація економіки, а отже і конкуренція, віртуалізація економіки, розвиток інформаційних технологій. Конкурентна розвідка у бізнесі потрібна для чіткого уявлення свого або своїх суперників, що знаходяться в одному економічному полі, а так само для застосування тактики і стратегії успішніших компаній. Отримавши цю інформацію, можна одержати безперечні переваги в проведенні конкурентних заходів, що дозволяє в сучасних умовах залишити далеко позаду своїх конкурентів.

Метою роботи є узагальнення особливостей основних методів конкурентної розвідки та обґрунтування її важливості в сучасних умовах господарювання.

Проблемами і питаннями конкурентної розвідки почали займатись досить недавно, але вже відомі вчені, які досліджують цю сферу: Е. Чемберлін, Дж. Робінсон, Ф. фон Хайек, М. Портер, М. Інглш, Стівен Х. Міллер, Джон Е. Прескотт. Серед вітчизняних вчених, які зробили значний внесок у розробку теоретичних основ конкурентної розвідки, можна виділити Ортинського В. Л., Керницького І. С., Живко З. Б., Керницьку М. І., Живко М. І. та ін.

Під терміном "розвідка" в широкому значенні цього слова розуміється, з одного боку, діяльність суб'єкта щодо пошуку відомостей про наявні і потенційні загрози його існуванню і інтересам, тобто про діючого або вірогідного супротивника, а з іншого – організаційна структура, сили і засоби для здійснення цієї діяльності [1].

Існує багато видів розвідок, що використовуються в економічній сфері, а саме: економічна розвідка; економічне шпигунство; конкурентна розвідка; бізнес-розвідка; ділова розвідка; комерційна розвідка; промислове шпигунство; бізнес-шпигунство; корпоративна розвідка; інформаційна розвідка; фінансова розвідка [2].

Спільною рисою для усіх є діяльність з отримання інформації для прийняття рішень. Лише поняття "шпигунство" і "розвідка" відрізняються за правовим статусом. І тут вибір стає за організацією, яку саме форму розвідки вибрати задля забезпечення додаткового прибутку.

Конкурентна розвідка – це фактичне і досконале етичне вивчення конкурента, збирання інформації про маркетингові дослідження неосвоєного ринку з метою забезпечення безперебійного та процвітаючого бізнесу [3, с. 379].

Конкурентна розвідка може використовуватися організацією при виході на новий ринок, у разі появи нового конкурента або посилення конкуренції. Конкурентна розвідка включає експертну оцінку планів і стратегій конкурента, про принципи його збутової політики, процеси ухвалення рішень; оцінку осіб, що впливають на цей процес; огляд провідних менеджерів, кадрову політику та ін.

Ділова (корпоративна) розвідка становить аналітичний процес, який перетворює розрізнені дані про бізнес (виробництво, збут, комерцію чи надання послуг) на потрібну, точну й придатну інформацію про стан фінансово-господарської діяльності [3, с. 380].

Промислове шпигунство – це отримання незаконним способом конфіденційних відомостей про діяльність конкурентів, крадіжка даних, що становлять ноу-хау, недобросовісна конкуренція, отримання персональних даних для їх використання із злочинною метою.

Існує безліч моделей, що описують цикл конкурентної розвідки на підприємстві. Як правило, усі моделі виділяють мінімум п'ять етапів цього циклу.

Перший етап полягає у визначенні мети, яку компанія хоче досягти за допомогою конкурентної розвідки. Другий етап включає процес збору інформації відповідно до поставленої мети. Потім, на третьому етапі, зібрану інформацію сортують, обробляють і роблять її оцінку. Четвертий етап – це аналіз зібраної інформації і перетворення її у продукт, придатний для вироблення управлінського рішення. Завершується цикл п'ятим етапом – донесенням інформації до зацікавлених осіб [4, с. 31].

Методи конкурентної розвідки умовно можна поділити на цілком законні (білі) та методи, які за своєю формою не порушують норм законів, проте не завжди відповідають морально-етичним нормам ведення чесної конкурентної боротьби (сірі методи) [5, с. 19].

До першої групи методів конкурентної розвідки, тобто до законних, належать:

- вивчення й аналіз публікацій конкурента;
- вивчення, аналіз та обробка відкритої інформації про конкурента.
- До другої групи методів належать такі:
 - матеріальне заохочення співробітників конкурента з метою отримання конфіденційної інформації;
 - "переманювання" спеціалістів конкурента та отримання в них відомостей, що мають обмежений доступ;
 - вивідання інформації у співробітника конкурента;
 - проведення підставних переговорів з метою вивідання конфіденційної інформації;
 - отримання необхідної інформації про конкурента через зв'язки в правоохоронних та контролюючих органах.

Таким чином, конкурентна розвідка – вузький напрям ділової розвідки, який відповідає основній меті – побудові системи взаємовідносин з конкурентами, тобто створенню комплексу заходів щодо отримання та опрацювання даних про конкурента, а також про його оперативні та стратегічні плани, на відміну від промислового шпигунства, що є неминучим й закономірним явищем самої природи бізнесу, що ґрунтується на бажанні отримати надприбуток будь-якими дозволеними й недозволеними методами.

Зараз успішне ведення розвідки багато в чому залежить саме від конкурентної розвідки, адже своєчасне отримання достовірної інформації про конкурента, його діяльність є запорукою успіху власного бізнесу. Однак межа між маркетинговими прийомами добування інформації та промисловим шпигунством настільки непомітна, що її визначити проблематично.

Наук. керівн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Чертопруд С. Конкурентная разведка и промышленный шпионаж: этика использования методов и средств [Электронный ресурс] / Чертопруд С. – Режим доступа : <http://kiev-security.org.ua/box/11/78.shtml>. 2. Ю щук Є. Л. Конкурентна розвідка [Електронний ресурс] / Ю щук Є. Л. – Режим доступу : <http://ci-razvedka.ru/>. 3. Економічна безпека підприємств, організацій та установ / Ортинський В. Л., Керницький І. С., Живко З. Б. та ін. – К. : Правова Єдність, 2009. – 541 с. 4. Козлова А. С. Роль конкурентной разведки в повышении конкурентоспособности российских предприятий : монография / Козлова А. С. – М. : Академия, 2010. – 64 с. 5. Демидов Б. Тайный фронт / Демидов Б., Величко А., Волощук И. // Національна безпека України. – 2005. – № 7 – 8. – С. 17–23.