

DOI: 10.15276/EJ.01.2020.9
DOI: 10.5281/zenodo.4529478
UDC: 338.2
JEL: L2, M2

КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА ЯК ЗАСІБ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

COMPETITIVE INTELLIGENCE AS A MEANS OF INFORMATION SUPPORT OF THE ENTERPRISE

Inna L. Khvalchik, PhD in Economics
Odessa National Polytechnic University, Odessa, Ukraine
ORCID: 0000-0001-7144-1645
E-mail: hvalchik23@gmail.com

Svitlana V. Filyppova, DEcon, Professor
Odessa National Polytechnic University, Odessa, Ukraine
ORCID: 0000-0002-3371-6756
Email: s.filyppova@gmail.com

Received: 15.01.2020

Хвальчик І.Л., Філіппова С.В. Конкурентна розвідка як засіб інформаційного забезпечення підприємства. Оглядова стаття.

У статті розглянуто теоретичні аспекти конкурентної розвідки та її роль в інформаційній безпеці підприємства. Встановлено основні напрями, завдання і етапи конкурентної розвідки компанії.

Проаналізовано необхідність створення підрозділу конкурентної розвідки як структурного елемента забезпечення економічної безпеки на підприємстві. Узагальнено підходи до класифікації методів конкурентної розвідки, видів та джерел надання розвідувальної інформації.

Ключові слова: конкурентна розвідка, конкурент, аналіз, середовище

Khvalchik I.L., Filyppova S.V. Competitive intelligence as a means of information support of the enterprise. Review article.

This article reviews the theoretical aspects of competitive intelligence and its role in the information security of the enterprise. The basic directions, tasks and stages of competitive intelligence of the company are established.

The necessity of creation of competitive intelligence unit as a structural element of providing economic security at the enterprise is analyzed. The approaches to the classification of competitive intelligence methods, types and sources of intelligence provision are generalized.

Keywords: competitive intelligence, competitor, analysis, environment

Найрушійшим механізмом сучасного економічного прогресу є конкуренція, що змушує всіх суб'єкти в економічній діяльності додержуватися законів підвищення ефективності виробництва. Останнім часом в межах забезпечення успішності комерційної діяльності українських підприємств частіше обговорюються питання використання розвідувальних можливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Тематика конкурентної розвідки постає предметом багатьох теоретичних та емпіричних досліджень. Дуже часто стосовно конкурентної розвідки виникає дискусія, чи є вона компетенцією спеціальних органів чи сучасного маркетингу. Найбільш вагомими внесками серед вітчизняних вчених зробили: Філіппова С.В., Волощук Л.О., Черкасова С.О., В.І. Захарченко, П.Я. Пригунов, А.Е. Івахін, О.А. Кириченко, А.І. Марущак, Т.Ю. Ткачук, Д.В. Зеркалов, Ю.В. Бондарчук, М.І. Зубок. Серед зарубіжних науковців слід відзначити: Г.О. Мінаєва, О.І. Дороніна, Є. Ющука, А.Г. Шаваєва, В. Плетт, А. Вайс.

Огляд наукових і навчальних праць на тему конкурентної розвідки доводить, що більша увага приділяється методам конкурентної розвідки, компетентності фахівців і професіоналів з конкурентної розвідки, організаційним факторам впливу на конкурентну розвідку.

Метою статті є дослідження місця і основних характеристик конкурентної розвідки як основного засобу інформаційного забезпечення підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження

В Україні останнім часом поширюється таке поняття як шахрайство. Воно виникає, коли компанія бажає зібрати інформацію про своїх конкурентів та перевершити їх в певному виді діяльності, з метою зайняти провідне місце на ринку. Більшість компаній застосовують законні методи збору інформації, а дехто здатен на все аби стати лідером у своїй галузі. Тому керівники підприємств та менеджери використовують різні методи для запобігання шахрайству [11].

Великі підприємства впроваджують департаменти або відділи інформаційної безпеки та використовують різноманітні методи та програми захисту внутрішньої інформації підприємства, а також розробляють заходи від зовнішніх загроз. Одним з таких методів є конкурентний пошук. В наш час вона відіграє важливу роль та займає важливе місце серед методів та інструментів досягнення провідних позицій компаній.

Такого роду діяльність повинна забезпечувати керівництво підприємства інформацією про наміри потенційних і дійсних партнерів, про сильні та слабкі сторони конкурентів, дозволяти впливати на позицію зацікавлених осіб у ході переговорного процесу, сигналізувати про можливе виникнення кризових ситуацій, дозволяти контролювати хід реалізації та дотримання партнерами досягнутих раніше домовленостей, виявляти несанкціоновані канали витоку конфіденційної інформації про фірму через поінформованість щодо неї партнерів, клієнтів і конкурентів. Для боротьби з недоброросовісною конкуренцією та розробки дій, направлених на попередження факторів і боротьбу з ними, необхідно розробити систему забезпечення економічної безпеки підприємства [11].

Економічна безпека підприємства визначають як універсальне та комплексне поняття, в основі якого закладено систему забезпечення та захисту економічних інтересів підприємства від впливу зовнішніх та внутрішніх загроз, досягнення захищеності його потенціалу розвитку від негативного впливу загроз та небезпек, створення відповідних умов щодо набуття здатності відновлюватись та постійно розвиватись в умовах високодинамічних змін ринкового середовища [12].

Інформація є основою ефективного функціонування підприємства, чинником, який впливає на ринковий стан, стосунки між членами системи, а також основою для розробки та модернізації стратегії та правил ведення бізнесу. саме тому, слід розрізняти поняття інформаційної безпеки та захист інформації, оскільки її значення не є рівноправними.

Отже, виходячи з того, що під інформаційною безпекою підприємства слід розуміти ступінь захищеності інтересів компанії в інформаційній сфері. Таким чином, напрямками інформаційної безпеки є:

- забезпечення захисту інформації, інфраструктури, а також працівників які володіють та користуються інформацією;
- створення належного інформаційного середовища підприємства, що включає створення позитивного іміджу, просування товарів і послуг, протидію негативним інформаційно-психологічним впливам, внутрішні комунікації;
- інформаційно-аналітичний супровід управління підприємницькою діяльністю, який є інструментом забезпечення інформаційної безпеки компанії та основним чинником створення інформаційних факторів для ефективної бізнес-діяльності та отримання прибутку.

Збір і аналіз даних про конкурентів та ділове конкурентне середовище з метою встановлення і досягнення конкурентних переваг шляхом використання отриманого в результаті знання для запровадження ефективних і якісних стратегій і важливих тактичних рішень у бізнесі, називають конкурентною розвідкою.

Суспільство професіоналів конкурентної розвідки формує дане поняття так. Це нова стратегічна ініціатива в бізнесі, націлена на все у світі бізнесу, що значимо для здатності компанії конкурувати. У ході конкурентної розвідки вивчають не лише конкурентів (прямих, непрямих і потенційних), але і клієнтів – дилерів і дистриб'юторів, технології, продукцію, а також ділове середовище. Метою конкурентної розвідки є повне розуміння бізнесу як системи та конкретних його компонентів. Конкурентна розвідка є цілеспрямованою та сталою системою підготовки та аналізу отриманої інформації про конкурентів. Вона дає змогу використовувати знайдену інформацію про конкурентне середовище, їх ресурси, наміри та чутливі місця, для своєї вигоди. Система діє згідно з чинним українським законодавством та етичних норм. Також вона спрямована на зменшення можливих ризиків та збільшенні прибутку.

Конкурентне дослідження може розглядатися як частина управління знаннями, яке охоплює інформацію із зовнішнього середовища підприємства і про це зовнішнє середовище. Одним з ключових джерел для отримання конкурентної інформації є сама компанія, що проводить дослідження. Внутрішні джерела: торгові представники, які постійно контактують з покупцями та можуть з'ясувати, що роблять конкуренти; робітників відділів розвитку та аналітики, здатні виявити нові розробки або прочитати про нові дослідження в газетах, що відносяться до дій конкурента; співробітники відділу постачання, можуть дізнатися щось від постачальника, який обслуговує в тому числі та конкурента [9].

Українські дослідники по іншому трактують роль, місце і функції конкурентної розвідки, відносячи розвідувальне забезпечення діяльності компанії винятково до функцій інформаційної безпеки. Таким чином, між двома схожими видами інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічної діяльності бізнес-структури є значні відмінності. Для визначення основних характеристик проведемо порівняльну характеристику двох типів розвідки, результати наведено у таблиці 1.

Науковці виділяють декілька ключових інструментів формування конкурентної розвідки. Об'єкти дослідження конкурентної розвідки – юридичні особи, наприклад, недержавна організація у вигляді приватного підприємства, комерційного банку, акціонерного товариства; фізичні особи, наприклад,

керівник підприємства-конкурента; ситуація, тенденція в тому чи іншому сегменті ринку. Основна область застосування конкурентної розвідки – конкурентне середовище [7].

На сьогодні 75% українських підприємств у своїй діяльності користуються інструментами розвідки. Більшість компаній застосовують розвідку не професійно та коли, це вже не є необхідним.

Основними чинниками даної проблеми є не актуальні принципи управління, незнання суті конкурентної розвідки, некомпетентність в організації процесу, не приємний досвід використання розвідки через залучення не професіональних організацій [7].

Таблиця 1. Порівняння комерційної розвідки та конкурентної розвідки

Комерційна розвідка	Конкурентна розвідка
За суб'єктами розвідки	
Спеціально створювана бізнес-одиниця. Співробітники – професійні, досвідчені співробітники фірми, щораніше працювали за профілем бізнесу організації.	Служба безпеки (служба економічної безпеки). Як правило, колишні співробітники МВС, СБУ, інших правоохоронних і силових відомств, інші фахівці
За законодавчими обмеженнями	
Використовує в своєму арсеналі будь-які законні методи і засоби, зокрема ті, які законом не заборонені або законами нерегламентуються	Здійснює свою діяльність виключно в рамках українського законодавства
За об'єктами розвідки	
Об'єкти розвідки – найістотніші для нормальної діяльності комерційної структури виклики, загрози і можливості, перспективні напрями розвитку бізнесу, нові ринки збуту, нові товари, виробництво, технології	Конкурентний пошук займається збиранням і аналізом інформації про конкурента, захистом своєї інформації, а також проведенням спеціальних операцій. Об'єкт розвідки – загрози і ризики, що безпосередньо роблять замах на нормальну діяльність або майно організації.
За джерелами інформації	
Основне завдання – пошук і робота з першоджерелами з метою отримання інформації превентивного характеру. Робота з вторинними джерелами інформації, постійний моніторинг зовнішнього середовища, відстежування обстановки щодо профілюючих проблем і можливостей для бізнесу організації.	Основна робота з відкритими джерелами інформації з проблем збирання відомостей для ведення переговорів і перевірки ненадійності партнерів, посередників, постачальників.
За функціональним відношенням	
Відноситься до функції стратегічного менеджменту. Забезпечує комплексне управління стратегічними і тактичними підприємницькими ризиками.	Відноситься до функції забезпечення безпеки організації
За метою і завданнями	
Сприяє досягненню стратегічних і тактичних цілей, що стоять перед комерційною структурою. Сприяє досягненню стратегічної переваги на бізнес-просторі комерційної структури.	Забезпечує захист від прямих посягань на нормальну діяльність комерційної структури, сприяє нормалізації її повсякденної діяльності.

Джерело: складено авторами за матеріалами [9].

Нині, в умовах господарювання основним завданням розвідки є запобігання проблемним ситуаціям, негативних подій через розробку стратегії та своєчасної її модернізації. Цей процес називається зміцненням конкурентного імунітету компанії.

Б. Джілад називав таку технологію «Завчасним конкурентним попередженням». Він вважав, що діяльність розвідки полягає в розробці тактичного плану для підготовки та аналізу отриманих даних, які дозволяють уникнути комерційних та технічних проблем. Цей етап розвідки передбачає пошук конкретних фактів про кон'юнктуру та темп розвитку ринку, технологій та конкурентів в цілому.

Оперативний пошук показує ризики та загрози, які можуть вплинути на роботу компанії в майбутньому.

Оскільки інформація відіграє ключову роль у розвідувальній діяльності підприємства, на рис. 2 та рис. 3 наведено основні наукові підходи до класифікації інформації та її джерел.

Головним осередком пошукових даних є:

- люди, носії інформації (свідки, експерти та персонал опонента);
- речові докази;
- установчі документи компанії, внутрішня документація, фінансова звітність, технологічні карти, особисті дані);
- електронна пошта та інші засоби комунікації;
- відстежені фактори.

Головним завданням конкурентної розвідки є отримання стратегічно важливої для підприємства інформації (про наміри конкурентів і партнерів, про їхню цінову політику, про стратегію розвитку, про їхні сильні і слабкі сторони, про виробляемо ними продукцію, тощо). Конкурентне дослідження також повинно бути націлене на швидке та ефективно вирішення проблем, які стоять перед будь-яким компаніям. Основні завдання конкурентної розвідки наведено в таблиці 2 [3].



Рисунок 2. Мета, напрями діяльності та завдання конкурентної розвідки
Джерело: складено авторами за матеріалами [3].



Рисунок 3. Розвідувальний цикл
Джерело: складено авторами за матеріалами [3].

Таблиця 2. Основні завдання конкурентної розвідки.

1. уникнення ділових відносин з партнерами, які можуть опинитися недобросовісними людськими шахраями;
2. уникнути або прискіти недобросовісні дії з боку конкурентів;
3. вирішити проблеми підприємства найбільш легким та економічно вигідним способом, шляхом прогнозування ситуації;
4. формувати максимально сприятливі для компанії зовнішні умови;
5. вчасно виявити загрози політичного, фінансово-економічного, соціально-психологічного характеру;
6. забезпечити інформаційний контроль розвитку інфраструктури ринку, конкурентів, їх рекламних дій;
7. створення системи технічного захисту конференційної інформації;
8. розробка правової бази захисту інформації з обмеженим доступом.

Джерело: складено авторами за матеріалами [8].

Уся діяльність конкурентної розвідки будь-якого підприємства зводиться до такої типової схеми, яку наведено на рис. 4. Усі ці дії є стандартними для будь-якого поставленого перед підрозділом конкурентної розвідки завдання, але вони можуть змінюватися та доповнюватися у залежності від граничного терміну виконання.



Рисунок 4. Схема розвідки.

Джерело: складено авторами за матеріалами [8].

Розвідувальні дії використовують вже досить давно, але лише зараз до керівництва підприємств приходить розуміння того, що виникає необхідність у створенні такої самостійної спеціалізованої структури, діяльність якої була б спрямована на розвідувальну роботу. Але ще іноді зустрічаються такі підприємці, які вважають, що простіше все вирішити за допомогою грошей і не вдаватися до зайвих клопотів, щодо розробки сценаріїв лобіювання та кропіткого збору інформації. Не все так просто, не завжди все вирішують гроші. В цій ситуації можна згадати вираз, – «Хто володіє інформацією – той, володіє світом» [2].

На превеликий жаль, діяльності розвідки для здобуття необхідної інформації недостатньо: ще необхідно на основі отриманих даних прийняти правильне управлінське рішення. Невміння керівників використовувати отримані аналітичні матеріали є типовою причиною невірної політики підприємств.

Дуже багато факторів зовнішнього середовища впливають на результати бізнесу, та чим динамічніше поводять себе ці фактори, тим менше шансів у підприємця прийняти єдине правильне рішення.

Конкурентний пошук функціонує в межах чітко визначеного правового поля. Фахівці конкурентної розвідки повинні діяти в системі інформаційних правовідносин. Норми інформаційного права мають приватно-правову і публічно-правову природу. Вони формуються як на державному, так і на приватному рівнях суспільних відносин. Ці норми забезпечують правове регулювання відносин під час реалізації права на пошук, отримання і використання інформації; при самостійному обігу інформації; при встановленні правового режиму інформаційних технологій, а також інформаційної безпеки [12].

Проте, чи може будь-яка інформація стати об'єктом цивільного права чи ні? Звичайно, ні. Адже об'єктом цивільного права, не можуть бути речі, які були вилучені в процесі цивільного обороту. Досить важко зрозуміти інформацію, отриману в процесі цивільного обороту. Але інформацією, обмеженою в доступі, може бути інформація отримана в ході процесу чи оперативна інформація.

Таким чином, людина може реалізувати свої права стосовно своїх даних рівноправно зі своїми цивільними правами на інших. Людина виконує свої права та дії, через те, що вважає за потрібне. Невиконання людиною своїх цивільних прав не є умовою для їх оспорення. Також це відноситься до суб'єктивних прав будь-якої людини на отримання необхідної інформації.

Головним призначенням економічного пошуку:

- надання повноцінної, достовірної інформації про дії партнерів, їх помічників, клієнтів;
- про сильні і слабкі сторони опонента;
- дані про можливість появи ризику;
- контроль за виконанням угод і домовленостей.

Виходячи з викладеного вище, можна сформулювати основні цілі розвідки на підприємстві, які зображено на рис. 5.

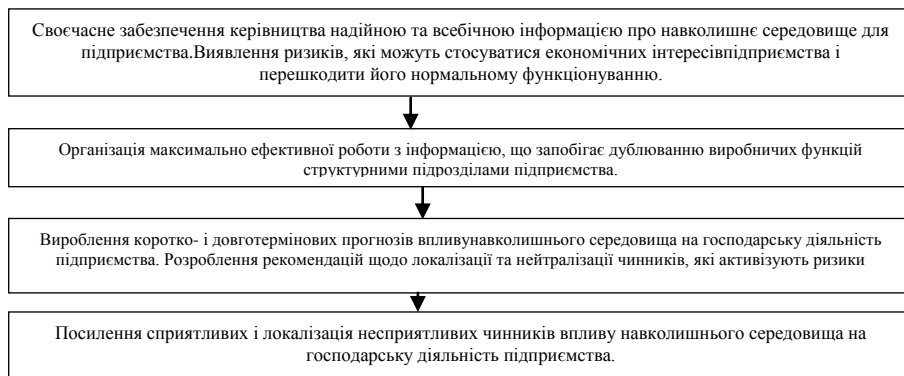


Рисунок 5. Цілі розвідки
Джерело: власна розробка авторів

Підрозділ розвідки повинен бути готовий до роботи в екстрених ситуаціях. Адже, підприємству не завжди попередньо відомо якою буде ситуація та які рішення необхідно буде приймати. Для того щоб зменшити ризик, необхідно усією групою дійти до розуміння проблеми та прийняти рішення, щодо її вирішення. Надалі виділити правила за якими буде виконуватися робота [4].

Інформаційний монополізм – це впровадження новітніх розвідувальних технологій, для майбутнього використання в роботі компанії. Ця система передбачає що кожен працівник який знає певну інформацію про конкурента або його подальші дії, він мінімізує розповсюдження інформації між іншими працівниками. Це пов'язано з тим, що працівник розуміє своє призначення на підприємстві, цінує свою роботу, саме тому він обмежує доступ до отриманих даних.

На основі підвищеної конкурентної боротьби та зростання рівня злочинності все більше постає питання, щодо створення підрозділу розвідки. Ця необхідність постійно зростає. Саме такий висновок роблять науковці з досвіду більш розвинених країн та практичної потреби кожного підприємця мати інформацію про свого конкурента. Отримання цієї інформації стане завданням служби розвідки. Основною метою служби конкурентної розвідки є виявлення та підготовка закритої інформації про потенційні загрози функціонуванню підприємства [4].

Організаційна структура розвідки має два види підрозділів, діяльність яких зображено на рис. 6.

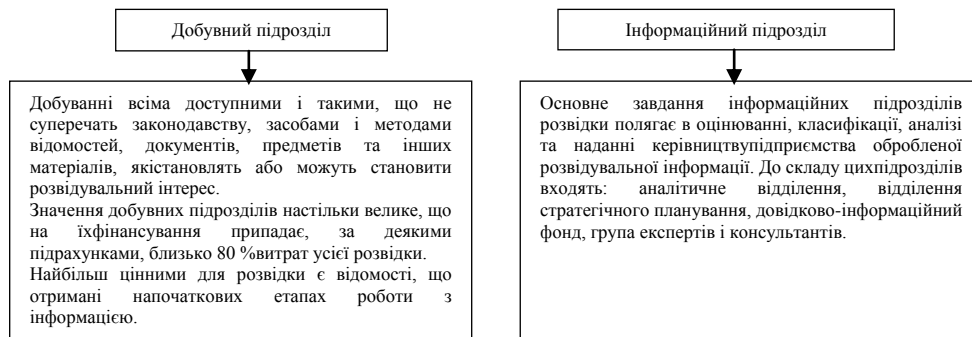


Рисунок 6. Організаційна структура конкурентної розвідки
Джерело: власна розробка авторів

Між усіма підрозділами розвідки має бути чітке розмежування за такими параметрами як завдання і форма подання результатів роботи (табл. 3).

Таблиця 3. Розмежування між підрозділами розвідки

Назва 1	Завдання підрозділу 2	Форма надання результатів 3
Відділення прихованого спостереження	Фіксація зазначених у завданні фактів	Довідка, протокол спостереження
Відділення проведення розслідувань	Збирання необхідної інформації, документів і предметів	Аналітична довідка, документи (або їх копії), предмети (або їх моделі)
Відділення по роботі з інформаторами	Залучення до співпраці інформаторів і отримання від них інформації	Справа (досьє); аналітичні огляди; довідки по кожному повідомленню інформатора
Відділення з технічного забезпечення проведення операцій	Установка і експлуатація технічних засобів, їх надання співробітникам інших груп	Акти; кіно-, фотокадри, звукозапис тощо
Відділення з виявлення і збирання відкритих і закритих публікацій	Встановлення переліку необхідних друкованих видань, їх придбання і отримання з них потрібних відомостей	Огляди; копії найважливіших публікацій

Продовження таблиці 3

1	2	3
Аналітичне відділення	Оброблення, класифікація та аналіз закритих і відкритих розвідувальних відомостей	Розвідувальні дані; довідки-меморандуми
Відділення стратегічного планування	Оцінка і ранжування зовнішніх потенційних загроз безпеки підприємства та планування заходів щодо їх запобігання (нейтралізації)	Проекти програм запобігання (нейтралізації) зовнішнім загрозам безпеки підприємства
Довідковоінформаційний фонд (ДІФ)	Зберігання і видача співробітникам потрібної інформації	Довідки; оригінали друкованих публікацій, мікрофільми тощо
Відділення експертів консультантів	Кваліфікована оцінка представлених матеріалів	Експертні висновки; акти експертиз; довідки.

Джерело: власна розробка авторів

В статті проаналізовано теоретичні підходи до конкурентної розвідки та вибору її аналітичного інструментарію. Але розвідка це досить крупний процес, який потребує розроблено чуткої організаційної структури. Розглядаючи та досліджуючи будь-яку аналітичну діяльність за характером і типами управлінського мислення можна побудувати подальші дослідження, сформувані гіпотези, концептуальні моделі, методичні підходи, виробити практичний інструментарій. На рисунку 7 зображено основну модель конкурентної розвідки та її діяльності [7].

Дана модель описує структуру конкурентної розвідки, її покликання та основні цілі, задачі та методи виконання. Кожен процес є взаємозалежним з іншим та описує кожен процес окремо. При проходженні усіх семи рівнів моделі, процес повертається на початок. Дана модель показує процес збору і обробки даних з різних джерел, для вироблення управлінських рішень з метою підвищення конкурентоспроможності організації, а також структурний підрозділ підприємства, який виконує ці функції.

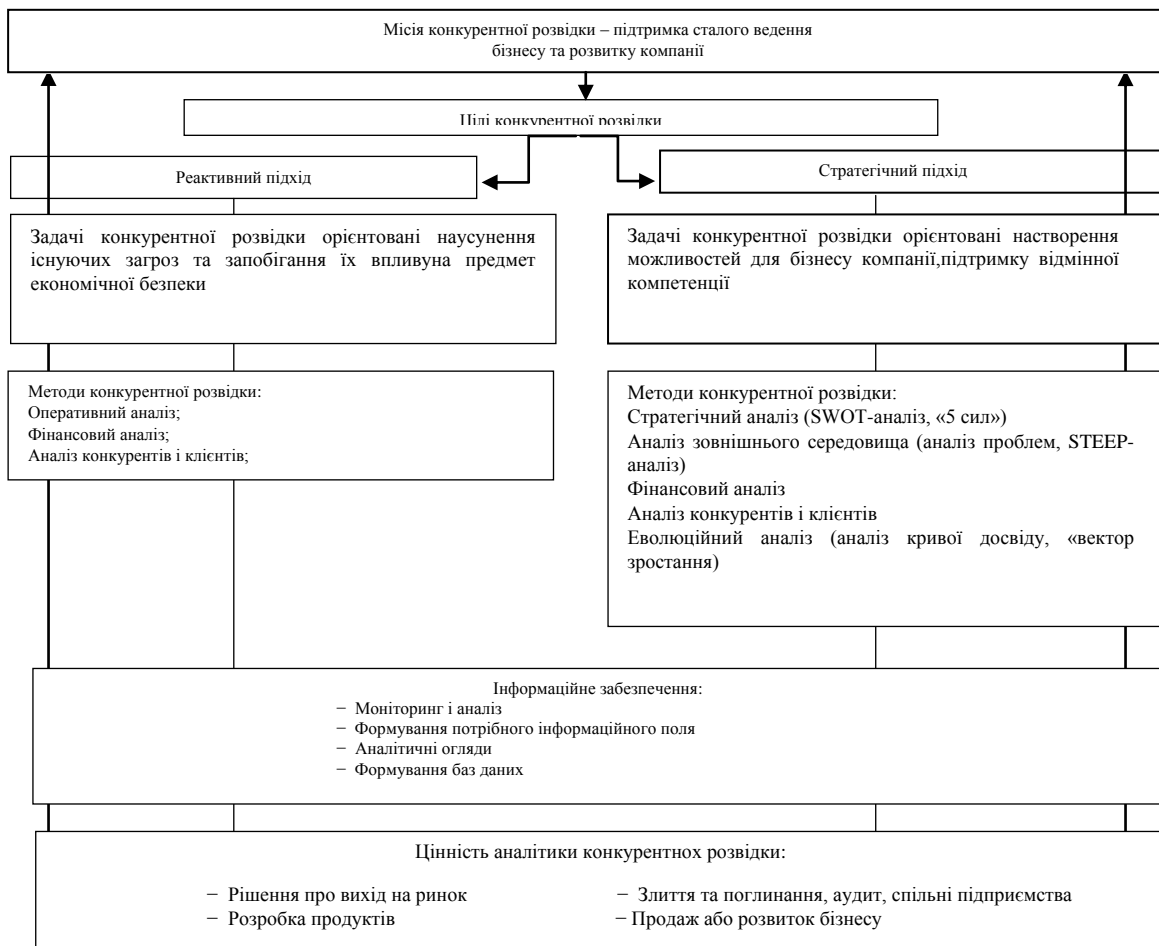


Рисунок 7. Загальна модель конкурентної розвідки

Джерело: власна розробка авторів

Розроблена та запропонована теоретична модель може виступати тим підґрунтям, який в узагальненому вигляді надає уявлення про закономірності конкурентної розвідки й особливості її аналітичного інструментарію. Надалі доцільно глибше дослідити саме методи й інформаційне забезпечення, розробляти релевантні за часом і потребою методичні підходи.

Конкурентна розвідка – складний процес, що вимагає спеціальної підготовки та серйозних аналітичних здібностей. Помилковою є думка, що для отримання реальної картини щодо конкурента досить мати під рукою результати маркетингових досліджень, які є лише складовою конкурентної розвідки, або попереднім етапом перед пошуком [9].

Під час створення служби розвідки на підприємстві слід звернути увагу на обов'язкове дотримання кількох ключових умов. По-перше, бажання створити підрозділ розвідки має бути свідомим. Найкраще, коли керівник чітко уявляє, яка конкретна мета і які завдання перед ним буде поставлено [8].

Друга умова – заздалегідь розрахований бюджет майбутньої служби. Виходячи із суми, яку керівництво підприємства готове витратити на створення й роботу підрозділу, консультант розраховує ймовірні можливості та потреби служби розвідки. У деяких випадках фахівець наполягає на розширенні бюджету, оскільки із запропонованими коштами конкурентний розвідник не зможе виконувати поставлені перед ним завдання.

У всіх сферах економіки існує єдине вираження підприємницької діяльності, як одного цілого, в пошуку, збереженні, обробці різної інформації. Всі ці аспекти характеризують діяльність фірми та її партнерів, які провадять спільну діяльність. Збереження комерційних даних, секретної інформації є основними факторами виживання будь-якої компанії на конкурентному ринку.

Фірми-конкуренти застосовують різноманітні способи для одержання необхідної інформації про своїх опонентів та їх діяльності, задля досягнення успіху на ринку.

Конкурентоспроможність бізнесу напряму залежить від здатності його керівників правильно обробляти вхідну інформацію. В такому випадку, у компанії виникає необхідність обробки та збереження отриманої інформації для подальшого користування. Для досягнення монопольного стану на ринку необхідно отриману інформацію перетворити на комерційну таємницю. Здатність ефективно та якісно вести ділові комунікації є важливою рисою керівників [1].

Конкурентний пошук є досить сильним інструментом дослідження ринку, та на сьогодні, являє собою дисципліну, яка активно розвивається. Вона виникла на межі економіки, юриспруденції та спеціальних дисциплін. Розвідку від шпигунства відрізняє те, що вона здійснюється тільки згідно з чинним українським законодавством. Результатом розвідки є отримання результатів в ході аналітичної обробки великої кількості даних отриманих з різних джерел-інформаторів.

Висновки

Сьогодні всі великі компанії світу, що усвідомлюють необхідність створення ефективної корпоративної стратегії, створюють у своєму складі спеціалізовані розвідувальні підрозділи. Та коли інформація набуває вигляду такого ж самого економічного ресурсу, як сучасні технології або фінанси, кожен керівник має бажання бути обізнаним про наміри та несподівані дії своїх конкурентів за допомогою моніторингу інформації, не переходячи межі дозволених нашим законодавством [1].

Аналіз досліджень та публікацій, присвячених вивченню цієї проблеми, показав, що вона є недостатньо дослідженою як у теоретичному, так і практичному аспектах. В Україні ще досить невирішеними є питання організаційно-правового забезпечення діяльності суб'єктів недержавної безпеки. А підрозділ конкурентної розвідки є складовою частиною служби економічної безпеки суб'єктів господарювання в Україні. На жаль, у нашій державі відсутня низка законів, яка б могла регулювати діяльність таких підрозділів.

Основною метою конкурентної розвідки є забезпечення ефективного реагування компанії на швидкі зміни навколишнього середовища й управління ризиками бізнес-діяльності та може використовувати різні види та джерела інформації й оперувати величезною кількістю активних і пасивних методів [3].

Найбільш перспективним напрямом загальнотеоретичних і прикладних наукових досліджень є вдосконалення наявних та розробка інноваційних інтегрованих засобів пошуку й обробки інформації, а також застосування нових методів і способів аналітичної діяльності, які б забезпечили виконання комплексу завдань розвідки.

Abstract

In Ukraine, the notion of fraud has been spreading lately. It arises when a company wants to gather information about its competitors and surpass them in a particular activity in order to occupy a leading position in the market. Most companies use legitimate methods of gathering information, and some are able to become leaders in their field. Therefore, business executives and managers use different methods to prevent fraud.

Large enterprises implement departments or departments of information security and use various methods and programs to protect the inside information of the enterprise, as well as develop measures against external threats.

The intelligence unit must be ready to work in an emergency. After all, the company does not always know in advance what the situation will be and what decisions will need to be made. In order to reduce the risk, it is necessary for the whole group to come to an understanding of the problem and make a decision on how to solve it. In the future, select the rules for the work.

Information monopoly is the introduction of the latest intelligence technologies for future use in the company. This system assumes that every employee who knows certain information about a competitor or his subsequent actions, minimizes the dissemination of information among other employees. This is due to the fact that the employee understands his purpose in the enterprise, values his work, which is why he restricts access to the data obtained.

On the basis of increased competition and rising crime rates, an increasing question arises as to the creation of an intelligence unit. This need will continue to grow. This is the conclusion that scientists from the experience of more developed countries and the practical need for each entrepreneur to have information about their competitor. Obtaining this information will be the responsibility of the intelligence service. The primary purpose of the Competitive Intelligence Service is to identify and prepare closed information on potential threats to the operation of the enterprise.

The competitiveness of a business directly depends on the ability of its executives to properly process input information. In this case, the company needs to process and save the information received for later use. In order to achieve a monopoly status in the market, it is necessary to turn the received information into a trade secret.

Competitive search is a very powerful tool for market research, and today it is an emerging discipline. It originated on the border of economics, law and specialty disciplines. Spyware is distinguished by the fact that it is carried out only in accordance with the current Ukrainian legislation. The result of intelligence is to obtain results during the analytical processing of a large amount of data obtained from different informant sources.

Today, all major companies in the world that are aware of the need to create an effective corporate strategy, set up specialized intelligence units. But when information becomes the same economic resource as modern technology or finance, every manager wants to be aware of the intentions and unexpected actions of his or her competitors by monitoring information without going beyond the limits allowed by our law.

The most promising area of general theoretical and applied scientific research is the improvement of existing and development of innovative integrated tools for information retrieval and processing, as well as the application of new methods and methods of analytical activity that would ensure the fulfillment of a complex of intelligence tasks.

Список літератури:

1. Divnenko Z.A., Maslov D.G. Analysis of the categories "competition" and "competitive intelligence" as enhancing factors of enterprises' competitiveness / Z.A. Divnenko, D.G. Maslov // *Моделі, системи, сетивекономіке, техніке, природіобществе.* – 2015. – № 1 (13). – С. 8-12.
2. Богданович В.Ю. Конкурентна розвідка та промислове шпигунство / В.Ю. Богданович, В.В. Бадрак. // *Сучасний захист інформації.* – 2014. – №1. – С. 16-22.
3. Василюк В. Система захисту інформації приватного підприємства. Організація служби захисту інформації приватного підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://pnzzi.kpi.ua/14/14_p45.pdf.
4. Використання інформаційних технологій в конкурентній розвідці [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://elar.ufrj.br/bitstream/10995/48262/1/trfp_2016_1_068.pdf.
5. Дацюк В.Б. Співвідношення економічних злочинів та злочинів у сфері економіки / В.Б. Дацюк // *Часопис Київського університету права.* – 2011. – №1. – С. 359-363.
6. Захарченко В.І., Лаптева В.В. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за загальною редакцією професора О.Г. Янкового. – Одеса, Атлант, 2017. 355с. – 514 с.
7. Зянько В.В. Раціоналізація бізнесової поведінки підприємств України шляхом аналізу переваг та небезпек конкурентної розвідки та промислового шпигунства / В.В. Зянько, В.С. Ревенко // *Причорноморські економічні студії* – 2016. – Вип. 6. – С. 187-191.
8. Ожеван М.А. Національна конкурентна розвідка у глобалізованому світі: нові виклики та загрози натлі «Казусу Сноудена» / М.А. Ожеван // *Стратегічні пріоритети.* – Київ: НІСД, 2013, № 4 (29). – С. 131-139.
9. Скакун Т.О. Економічні злочини: сутнісні ознаки та криміналістичний аналіз їх вчинення [Електронний ресурс] / – Режим Т.О. Скакун // *Ефективна економіка.* – 2018. – №3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6195>.
10. Філіппова С.В., Волошук Л.О., Черкасова С.О. Економічна безпека підприємств реального сектору економіки в умовах вартісно-орієнтованого управління: монографія / за заг. ред. С.В. Філіппової. Одеса : ФОП Бондаренко М. О., 2015. 196 с.
11. Якубівська Ю.Є. Вплив промислового шпигунства на сферу інтелектуальної власності / Ю.Є. Якубівська // *Зовнішня торгівля: право та економіка. Науковий журнал.* – № 3(43). 2013. – С. 158-162.
12. Якубівська Ю.Є. Цільові атаки в контексті промислового шпигунства / Ю.Є. Якубівська // *Проблеми розвитку внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: сб. науч. тр.* – Т.2, Донецк: ДонНУ, 2014. – С. 368-372.

13. Balan O.S. Information systems – principles of construction and methodical principles of use / O. S. Balan, S. A Sambros // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 2 (8). – С. 13-18. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejopu/2019/No2/13.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3566819.
14. Філіппова С.В. Моніторинг та інструментарій оцінювання управлінських компетенцій персоналу в контексті забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств [Електронний ресурс] / С.В. Філіппова С.О. Черкасова // Економіка розвитку. – 2013. – №1. – с. 87 – 93. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/2603>

References:

1. Divnenko Z.A., Maslov D.G.. Analysis of the categories "competition" and "competitive intelligence" as enhancing factors of enterprises' competitiveness / Z.A. Divnenko, D. G. Maslov – 2015. – № 1 (13). – p. 8–12
2. Bohdanovych, V. Yu. and Badrak, V. V. (2014), "Competitive intelligence and industrial espionage", *Suchasnyi zakhyst informatsii*, vol. 1, pp. 16–22.
3. Vasilyuk V. Private enterprise information security system. Private enterprise information security service organization [Electronic resource] - Resource access mode: http://pnzzi.kpi.ua/14/14_p45.pdf
4. Use of information technology in competitive intelligence [Electronic resource] - Mode of access to the resource: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/48262/1/rfp_2016_1_068.pdf
5. Datsiuk, V. B. (2011), "The ratio of economic crimes and crimes in the economy", *Chasopys Kyivskohouniversytetu prava*, vol.1, pp. 359–363. [in Ukrainian]
6. Zakharchenko VI, Lapteva VV Theoretical, methodological and practical aspects competitiveness of enterprises: a monograph / edited by Professor O.G. Yankov. Odessa, Atlant, 2017. 355-514 p. [in Ukrainian]
7. Zianko, V.V. and Revenko, V.S. (2016), "Rationalization of Business Behavior of Ukrainian Enterprises by Analyzing the Advantages and Dangers of Competitive Intelligence and Industrial Espionage", *Prychornomorskieskonomichni studii*, vol. 6, pp. 187-191. [in Ukrainian]
8. Ozhevan, M. A. (2013), "National Competitive Exploration in a Globalized World: New Challenges and Threats Against the Background of the "Casu Snowden"", *Stratehichni priorytety*, vol. 4 (29), NISD, Kyiv, Ukraine, pp.131-139. [in Ukrainian]
9. Skakun, T. O. (2018), "Economic crimes intrinsic features and forensic analysis of their commission", *Efektivna ekonomika*, vol. 3, [Online], available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6195> (Accessed 4May 2013).
10. Filippova S.V., Voloshchuk L.O., Cherkasova S.O. Economic security of enterprises real sector of the economy in terms of cost-oriented management: a monograph / for general. ed. SV Filipova. Odessa: FOP Bondarenko MO, 2015. 196 p. [in Ukrainian]
11. Yakubivska, Yu.Ye. (2013), "Impact of Industrial Espionage on the Sphere of Intellectual Property", *Zovnishnia torhivlia: pravo ta ekonomika. Naukovyi zhurnal*, vol. 3(43), pp.158-162.
12. Yakubivska, Yu.Ye. (2014), "Targeted attacks in the context of industrial espionage", *Problemy razvitijavneshejekonomicheskikh svjazej i privlechenija inostrannyh investicij: regional'nyj aspekt*, vol.2, DonNU, Doneck, Ukraine, pp. 368-372. [in Ukrainian].
13. Balan O.S. & Sambros S.A. (2019). Information systems - principles of construction and methodical principles of use. *Economic Journal Odessa Polytechnic University*, 2 (8), 13-18. Retrieved from <https://economics.opu.ua/ejopu/2019/No2/13.pdf>. DOI: 10.5281 / zenodo.3566819.
14. Filippova S.V. & Cherkasova S.O. (2013). Monitoring and tools for assessing the management competencies of personnel in the context of ensuring the competitiveness of industrial enterprises. *Economics of Development*, 1, 87-93. Retrieved from <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/2603>.

Посилання на статтю:

Хвальчик І.Л. Конкурентна розвідка як засіб інформаційного забезпечення підприємства / І. Л. Хвальчик, С. В. Філіппова // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2020. – № 1 (11). – С. 77-86. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejopu/2020/No1/77.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.01.2020.9. DOI: 10.5281/zenodo.4529478.

Reference a Journal Article:

Khvalchik I.L. Competitive intelligence as a means of information support of the enterprise / I. L. Khvalchik, S. V. Filyppova // *Economic journal Odessa polytechnic university*. – 2020. – № 1 (11). – С. 77-86. – Retrieved from <https://economics.opu.ua/ejopu/2020/No1/77.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.01.2020.9. DOI: 10.5281/zenodo.4529478.

