

УДК 339.138:658.8

**Шпилик Світлана**

**Shpylyk Svetlana**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА ЧИ ПРОМИСЛОВИЙ ШПІОНАЖ COMPETITIVE INTELLIGENCE OR INDUSTRIAL SPYING**

З кожним днем стає все важче знайти вільну нішу у сфері бізнесу. Велика частина ресурсів підприємства спрямовується на його конкурентоздатність. А оскільки конкуренція неможлива без отримання певної інформації про того чи іншого підприємця, то відповідно все частіше доводиться зустрічатись з проблемою нелегального, а то і кримінального отримання закритої інформації. Щоб вижити в умовах ринку, підприємець, з однієї сторони, повинен захищати свої секрети, а з іншої – пробувати дізнатись про основні комерційні тонкощі свого конкурента. Тож, на першому місці, як бачимо зараз стоїть розвідка. Основним засобом за допомогою якого розвідка впливає на проведення та розробку політики будь-якої фірми є інформація.

В сьогоденних умовах практично всі комерційні структури у своєму штаті мають підрозділи, які займаються інформаційно-аналітичною роботою. В частині компаній це інформаційно-аналітичний відділ, в інших відділ маркетингу, відділ комерційної розвідки. Часто все залежить від розуміння керівництвом важливості інформаційно-аналітичної роботи для забезпечення безпеки всіх граней діяльності комерційної структури.

Під конкурентною розвідкою розуміють цілком легальний збір інформації про “колег” по бізнесу з використанням відкритих джерел (Інтернет, виставки, наукові конференції і публікації, довідники і т.д.), під промисловим шпигунством мається на увазі вивідування інформації, що ведеться забороненими способами з закритих від широкого доступу

джерел. «Конкурентна розвідка – це маркетинговий інструмент вивчення конкурентного середовища, який є цілеспрямованим збором інформації про конкурентів для ухвалення управлінських рішень щодо подальшої стратегії та тактики ведення бізнесу» [3].

Використання Інтернет-розвідки у комерційних компаніях виправдовується не тільки міркуваннями інформаційної безпеки, але разом з тим важливо для вирішення задач менеджменту й маркетингу. При цьому підприємство отримує такі переваги: прогнозування змін на ринку; аналіз діяльності конкурентів з метою одержання передового досвіду, та можливості вчитись на чужих помилках; вивчення нової продукції на ринку; вивчення законодавчих, політичних та інших напрямів розвитку країни, для потенційного розвитку бізнесу; використання помилок конкурентів на свою користь; аналіз реклами; керування ризиками бізнесу; забезпечення конкурентних переваг за рахунок своєчасного прийняття нестандартних оптимальних рішень. Конкурентна розвідка дозволяє передбачати виявляти і прогнозувати дії нових або потенційних конкурентів, проводити моніторинг появи "вибухових" технологій і навіть політичних ризиків. Зростання ролі конкурентної розвідки визначають наступні чинники: швидке зростання темпів ділового життя; інформаційне перевантаження; зростаюча глобальна конкуренція; збільшення агресивності конкурентів; зростаючий вплив політичних змін.

Отже варто зробити висновок, що конкурентна розвідка (втім, як і промислове шпигунство) буде існувати стільки, скільки буде існувати підприємницька діяльність, адже як сказав Семюел Батлер «Всяка комерція – це спроба передбачити майбутнє».

### **Перелік посилань:**

Сергеев К. В. Промышленный шпионаж или бизнес-разведка [Електронний ресурс] / Константин Витальевич Сергеев. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://z-filez.info/story/promyshlennyy-shpionazh-ili-biznes-razvedka>.