

ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Західноукраїнський національний університет

Анотація

Досліджено теоретичне поняття конкурентної розвідки (КР) та її значення в діяльності підприємств. Описано історичний контекст розвитку поняття КР, особливості її еволюції в Україні та відмінності використання поняття від міжнародного досвіду. Розглянуто ключові аспекти КР, включаючи її функціональні особливості, зв'язки з бізнес-аналітикою та роль у стратегічному плануванні. Акцентовано увагу на важливості чіткого розмежування між КР і бізнес-аналітикою для подальшого розвитку цих дисциплін.

Ключові слова: конкурентна розвідка, бізнес-аналітика, конкурентні переваги, конкурентне середовище, менеджмент, управління, підприємство, стратегічне планування.

Abstract

The theoretical concept of competitive intelligence (CI) and its significance in business activities have been explored. The historical context of CI development, its evolution in Ukraine, and the differences in its application compared to international practices are described. Key aspects of CI are examined, including its functional features, connections with business analytics, and its role in strategic planning. Emphasis is placed on the importance of clearly distinguishing between CI and business analytics for the further advancement of these disciplines.

Keywords: competitive intelligence, business analytics, competitive advantages, competitive environment, management, enterprise, strategic planning.

Вступ

В Україні початок розвитку конкурентної розвідки (КР) як галузі економічної діяльності припадає на початок 2000-х років, проте не копіює еволюції КР, як вона відбувалася в США та Західній Європі, де окрім застосування менеджментом для підтримки власних компаній, КР також розвивається як окрема сфера бізнес-послуг, відповідно отримавши і підтримку науковців (найбільше у 80-90-ті рр. ХХ ст.). Відмінності зумовлені переходом України до ринкової економіки, особливостями політичного та економічного розвитку держави, недосконалістю законодавства та іншими чинниками, які на десятиліття затримали виникнення ширшої потреби бізнесу в системному застосуванні методологій планування діяльності в умовах конкурентного середовища. Поняття КР зростало в економічному середовищі декілька десятиліть, і вже тривалий час цей термін співіснує поруч з такими темами, як економічна розвідка, промислове шпигунство, стратегічна розвідка, бізнес-аналіз та ін. Крім того сьогодні простежуються тенденції до поширення його міждисциплінарних зв'язків також на інші суміжні галузі та створення нових економічних спеціалізацій, пов'язаних з аналітикою середовища.

Стосовно останніх, не достатньо лише застосувати до певних процесів відмінну назву. Потрібно дати відповідь на питання: чим нова галузь діяльності відрізняється від інших та чим обмежене поле її досліджень?

Результати досліджень

Академічний розвиток КР відрізняється від практичного використання незліченного аналітичного інструментарію в економічних відносинах тим, що покликаний сформувати відповіді на ці питання та в умовах постійного удосконалення економічних відносин виокремити перспективні шляхи розвитку економічних знань в сфері конкурентоспроможності. [1]

Поняття конкурентної розвідки (КР) та бізнес-аналітики (БА) часто не мають чіткого визначення та використовуються взаємозамінно або дещо спотворено. Тому окреслення відмінностей цих дисциплін є важливим для подальшого їх розвитку як з наукової точки зору, так і для уніфікації їх використання випускниками економічних спеціальностей.

Конкурентна розвідка (англ. Competitive Intelligence) — дослідження конкурентного (зовнішнього) середовища підприємства з метою аналізу відповідності власного становища на ринку цілям

діяльності та формування поля конкурентних переваг. Включає отримання даних про діяльність інших суб'єктів господарювання, державних інституцій та пов'язаних з ними структур, їх аналіз та валідацію, створення інформаційного забезпечення для процесів стратегічного та оперативного планування діяльності та розвитку. Поняття КР, не обмежується діяльністю спрямованою на суб'єктів ринку, що є для підприємства суперниками в своїй економічній активності (конкурентів). Воно натомість включає процеси аналізу ринкового середовища загалом, його соціальних, економічних, політичних, юридичних та інших чинників.

Бізнес-аналітика — (англ. Business Intelligence, BI) — діяльність спрямована на аналіз даних про саме підприємство (дослідження внутрішнього середовища): задач, вимог, показників діяльності, кадрів, позицій на ринку тощо. Має на меті удосконалення бізнес-процесів, підготовки організаційних змін, створення аналітичного підґрунтя для стратегічного планування та ін.

Бізнес-аналітику, зокрема при використанні англомовної термінології (Business Intelligence, BI), часто несвідомо плутають чи свідомо отождожують з конкурентною розвідкою (Competitive Intelligence, CI), вважають останню одним з підтипів БА, або взагалі називають їх синонімами. Першогоглядова схожість понять та використання “розвідки” в означенні можуть натякати на подібність підходів, а прийняття “бізнесу” та “конкурентів” як об'єктів діяльності говорити про те, що перше є більш загальним і включає в себе друге. Втім, якщо проаналізувати історію виникнення цих галузей діяльності, можна прослідкувати з якою метою вони виникали та які задачі перед ними ставилися, таким чином розділивши бізнес-аналітику та конкурентну розвідку в сучасних значеннях.

В англомовному середовищі поняття BI та CI еволюціонували та наразі відрізняються від тих, якими початково вони вводилися в обіг. Business Intelligence (досл. Бізнесова розвідка) виникла як галузь економічної діяльності після Другої Світової війни, коли розвиток економік та інтенсивність інновацій стали вимагати обробки великої кількості даних для забезпечення конкурентоздатності. Тому для таких задач почали використовуватися напрацювання військової розвідки, яка історично ускладнилася до рівня, коли ведення бойових дій почало вимагати обробки та глибокого аналізу величезних масивів даних. Спираючись на таку базу, BI сформувалася як напрямок саме аналітичної діяльності на користь бізнесу та економічних інтересів [2].

Конкурентна розвідка ж виросла з поняття конкурентних переваг в стратегічному плануванні, імплементованого в економічну науку М. Портером.

Бізнес-аналітика допомагає мінімізувати витрати спираючись на аналіз показників діяльності підприємства, дає інформаційно-аналітичне підґрунтя для налаштування бізнес-процесів та виявлення “вузьких місць” в діяльності. БА охоплює практично всі аспекти поточного функціонування підприємства, а також покликана надати консолідовану аналітичну інформацію особам, що залучені до стратегічного планування діяльності як організації в цілому, так і постановки завдань для окремих її підрозділів та функціональних одиниць [3]. Загальна мета — підвищення швидкості та продуктивності діяльності організації, потенціалу конкурентоздатності продукції, зниження їх ресурсоемності, вартості.

Критичний аналіз публікацій українських науковців показує, що залежно від контексту галузі застосування, в формулюванні визначення КР можуть траплятися і узагальнення спрямованості КР, як на внутрішнє, так і на зовнішнє середовище підприємства, як поле діяльності КР, і субтипуювання КР, як маркетингової дисципліни [4], і абсолютна підпорядкованість КР Бізнес-аналітиці і навіть синонімізація цих понять [5].

В західних країнах, де конкурентна розвідка крім того вже сформувалася в окрему галузь аутсорсингових послуг для компаній, розвиток цієї дисципліни призводить до сегментації КР на більш таргетовані послуги. Зокрема формуються такі підвиди КР, як *ринкова розвідка* (англ. Market Intelligence), КР як частина комплексного супроводу процесу поглинань (рейдерства — в позитивній конотації), розвідка технологій або розвідка інновацій (англ. *Technology scouting*), та інші спеціалізовані дисципліни, що диференціюють КР за нішею застосування та приналежністю інформації [6].

На нашу думку, узагальненим підходом до формулювання визначення КР та її місця в діяльності підприємства і співіснування з БА є прийняття того, що КР працює з зовнішнім середовищем, від фахівців з КР потребує розуміння зовнішніх умов, конкурентного середовища, технологій та різних галузей діяльності, в той час, як БА може здійснюватися окремими аналітиками вузького профілю. Наприклад, аналітику людських ресурсів компанії може проводити кадровий відділ за показниками, які не потребують глибокого розуміння всіх бізнес-процесів компанії: статистичні характеристики

часу роботи працівників в компанії, причини звільнень, рівень заробітної плати, рівень освіти та професійне зростання тощо — можуть бути проаналізовані фахівцем з HR з відповідними фаховими висновками щодо ефективнішої роботи з персоналом.

Висновок

Конкурентна розвідка є важливим інструментом для дослідження зовнішнього середовища, формування конкурентних переваг та підтримки стратегічного планування в економічній діяльності. Досліджені основні аспекти та визначення конкурентної розвідки (КР), відмінності її від суміжних дисциплін, а також її сегментації на окремі напрямки в економічній діяльності свідчать, що поняття КР є самодостатнім та водночас залежним від інших методів підтримки планування діяльності підприємств. Історичний розвиток КР у світі та в Україні демонструє різні підходи до її формування та використання поняття, а також фактичних відмінностей удіяльнення цієї сфери теоретичних знань, зумовлених специфікою економічного, політичного та лінгвістичного контексту. Чітке розмежування між КР і бізнес-аналітикою сприяє ефективнішому використанню цих дисциплін, що є особливо важливим в умовах сучасного конкурентного середовища, що, однак не є впровадженим в умовах українського економічного середовища. Таким чином, подальший розвиток КР як наукової дисципліни в Україні потребує узгодження термінології, підходів до функціональної, логічної та організаційної структуризації такої діяльності у практиці управління підприємствами, науковій та освітній сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Klaus Solberg Søilen. The impasse of competitive intelligence today is not a failure. *Journal of Intelligence Studies in Business*. Vol. 10, No 2 (2020) p. 4-5.
2. BOTOŞ, H.M. Business intelligence and competitive intelligence - The evolution of the terms. *Research and Science Today, Târgu-Jiu*. Iss. 2 (Nov 2018) / University Constantin Brancusi of Târgu-Jiu. P. 56-61.
3. Горбаль Н.І., Смерека Л.В., Микитин О.З. Конкурентна розвідка: сутність, значення, перспективи розвитку. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка": Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку* / Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів. URL: <https://ena.lpnu.ua/> (Дата звернення: 23.11.2024).
4. Viviers, W., Saayman, A., Muller, M.L. & Calof, J. 2002. Competitive intelligence practices: a South African study. *South African Journal of Business Management* 33(3): P.27-37.
5. Муравська Ю.Є. Поняття та сутність економічної розвідки в контексті її відмінності від бізнес-аналітики. 2022: *Російсько-Українська війна: право, безпека, світ*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 29—30 квіт. 2022 р. / Західноукраїнський національний ун-т. Тернопіль, 2022. С. 245-248.
6. Business Intelligence, Competitive Intelligence, and Market Intelligence – What is the Difference? *FedSavvy Strategies*, 2019. URL: <https://www.fedsavvystrategies.com/business-intelligence-competitive-intelligence-and-market-intelligence-what-is-the-difference/> (access date: 23.11.2024).

Омельченко Олександр Вікторович — аспірант, Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, e-mail: o.omelchenko@st.wunu.edu.ua

Науковий керівник: **Гугул Оксана Ярославівна** — кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу, Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, e-mail: o.gugul@tneu.edu.ua

Omelchenko Oleksandr V. — PhD student at the Western Ukrainian National University, Ternopil, e-mail: o.omelchenko@st.wunu.edu.ua

Supervisor: **Gugul Oksana Y.** — PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of International Tourism and Hotel Business, e-mail: o.gugul@tneu.edu.ua