

УДК 339.137.22

Леонова Ю.О.

аспірант кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність – поняття, яке є багатоаспектним і використовується в теорії та практиці економічного аналізу. Наявність багатоаспектності підходів до конкурентоспроможності як економічної категорії зумовили систематизацію наукових поглядів, які створюють теоретичну базу для дослідження конкурентоспроможності як показника, що розширює наявний категорійний апарат. В умовах сучасної економіки конкурентоспроможність являє собою ключовий фактор успішної діяльності компанії, що здійснюється в рамках жорсткої конкуренції. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства здійснюється конкурентна розвідка, що забезпечує кращу поінформованість і більш чітке прийняття управлінських рішень, що стає найважливішим інструментом для виявлення конкретних загроз та прийняття попереджувальних заходів. Необхідно розробляти стратегію розвитку, з огляду на особливості ринку і конкурентне середовище. Отже, стає необхідним ведення моніторингу на національному і міжнародному ринках у зв'язку з поступовим збільшенням процесів глобалізації.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна розвідка, багатоаспектність, підхід, ринкова система.

Леонова Ю.А. КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА КАК КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Конкурентоспособность – понятие, которое является многоаспектным и используется в теории и практике экономического анализа. Наличие многоаспектности подходов к конкурентоспособности как экономической категории обусловили систематизацию научных взглядов, создают теоретическую базу для исследования конкурентоспособности как показателя, расширяют существующий категориальный аппарат. В условиях современной экономики конкурентоспособность представляет собой ключевой фактор успешной деятельности компании, осуществляемой в рамках жесткой конкуренции. Для повышения конкурентоспособности предприятия осуществляется конкурентная разведка, что обеспечивает лучшую осведомленность и более четкое принятие управленческих решений, становится важнейшим инструментом для выявления конкретных угроз и принятия предупредительных мер. Необходимо разрабатывать стратегию развития, учитывая особенности рынка и конкурентной среды. Таким образом, становится необходимым ведение мониторинга на национальном и международном рынках в связи с постепенным увеличением процессов глобализации.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная разведка, многоаспектность, подход, рыночная система.

Leonova Y.O. COMPETITIVE INTELLIGENCE AS A KEY TOOL FOR ENTERPRISE COMPETITIVENESS

Competitiveness – a concept that is multidimensional and is used in the theory and practice of economic analysis. The presence of a multidimensional approach to competitiveness as an economic category led the systematization of scientific views, create a theoretical framework for the study of the competitiveness as an indicator, expanding existing categorical apparatus. In today's economy competitive is a key factor in the success of the company, carried out under the fierce competition. To improve the competitiveness of enterprises is carried out competitive intelligence that provides better awareness and more precise management decisions, it becomes an essential tool to identify specific threats and take preventive measures. It is necessary to develop a strategy for development, given the characteristics of the market and competitive environment. Thus, it becomes necessary to conduct monitoring at the national and international markets, due to the gradual increase in the processes of globalization.

Keywords: competition, competitive, competitive intelligence, multidimensional approach, the market system.

Постановка проблеми. Конкурентна розвідка – поняття досить нове, проте існує чимало робіт, присвячених даному підходу до моніторингу ринку. Конкурентоспроможність – тема, що вже давно обговорюється, їй присвячено велику кількість робіт, хоча консенсус із багатьох питань так і не досягнутий. При цьому специфіка застосування конкурентної розвідки для зміцнення конкурентоспроможності на корпоративному рівні рідко виступає як предмет дослідження. У цьому полягає актуальність даної роботи.

На сьогоднішній день розроблені спеціальні інструменти стратегічного і конкурентного аналізу, результати яких застосовуються і для розробки стратегій зміцнення корпоративної конкурентоспроможності. Кожен із них має відмінні риси і специфічні методики. Однак не кожен метод конкурентного аналізу дає розуміння не тільки нинішньої ситуації на ринку, але й дає змогу з високою часткою ймовірності робити вірні прогнози майбутніх змін. Виникає проблема вибору найбільш оптимального методу з урахуванням специфіки діяльності компанії.

У періоди нестабільності та спаду в економіці посилюється конкуренція, причому в хід йдуть неци-

вілізовані і навіть протизаконні прийоми, а також зростає кримінальна активність у вигляді крадіжки і шахрайства.

Бізнесу й держструктурам необхідно протистояти економічним загрозам як із боку зовнішніх контрагентів, так і з боку внутрішніх співробітників.

Конкурентна розвідка передусім необхідна великому і середньому бізнесу, якому потрібна інформація для стратегічного планування й оцінки зовнішніх ризиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід звернути увагу на багатозначність трактувань сутності понять «конкурентоспроможність» і «конкурентна розвідка» сучасними вченими-економістами. Проблемі конкурентоспроможності як елементу управління діяльністю підприємства присвячено роботи І. Ансоффа, Дж. Блайта, Д. Джеббера, П. Дойля, Дж. Еванса, Ф. Котлера, М. Портера, А. Стрікланда, А. Томпсона та ін. У наукових працях вітчизняних учених та науковців із країн СНД О.І. Амоші, Л.В. Балабанової, О.А. Воронова, І.Б. Гуркова, Я.А. Жаліла, А.О. Задої, Й.М. Ліфіца, О.Б. Чернеги, А.В. Шегди, О.О. Шубіна та ін. пред-

ставлено результати досліджень із питань стратегії та забезпечення конкурентоспроможності підприємств за умов мінливості конкурентного середовища.

Теоретичні основи конкуренції розкрито в роботах Е. Чемберлена, Дж. Робінсона, Ф. фон Хайека, М. Портера, які зробили істотний внесок у дослідження теми конкурентної боротьби.

Помітний внесок у розробку проблем конкурентної розвідки зробили вчені та фахівці-практики: Ю.П. Воронов, Я.В. Бузанова, А. Деревицький, А.І. Доронін, І.Ю. Нежданов, М.В. Переліків, В. Светозаров, В.І. Ярочкин, Е.Л. Ющук, В.Л. Берсенев, П. Кохно та ін.

Мета статті полягає у розробці рекомендацій щодо застосування інструментів конкурентної розвідки в управлінні підприємством для оцінки її конкурентоспроможності. Об'єктом дослідження виступає конкурентоспроможність, а предметом – методи конкурентної розвідки для оцінки конкурентоспроможності обраної компанії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «конкуренція» не має узгодженого і визнаного дослідниками визначення, тому доцільним є проведення аналізу основних його трактувань, сформульованих відомими науковцями. Слово «конкуренція» (від. лат. – *concurrentia*) визначається як змагання або зіткнення [1, с. 48].

Представник класичної теорії А. Сміт уважав конкуренцію чесним, без змови, суперництвом, яке проводиться між продавцями (або покупцями) за найбільш вигідні умови продажу (купівлі) товару. А. Сміт уперше довів, що конкуренція, зрівнюючи норми прибутку, призводить до оптимального розподілу праці та капіталу. Згідно зі структурним трактуванням конкуренції акцент робиться на аналізі структури ринку.

К. Макконнелл і С. Брю визначають конкуренцію як наявність на ринку великої кількості незалежних продавців і покупців, які мають можливість вільно входити на ринок та виходити з нього.

М. Портер [2, с. 233] стверджує, що конкуренція – це динамічний процес, який розвивається, це ландшафт, який безперервно змінюється, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси та нові ринкові сегменти. Завдяки проведеному дослідженню наукових джерел слід зробити висновок, що конкуренція – поняття багатоаспектне і в кожному випадку її зміст визначається залежно від сформованих цілей. Значну кількість досліджень присвячено конкурентоспроможності підприємств.

Конкурентоспроможність є узагальненням багатьох економічних категорій. Згідно з науковою літературою, конкурентоспроможність є позицією країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках, зумовленою економічними, соціальними та політичними чинниками [3, с. 23].

Конкурентоспроможність також є комплексною категорією, переваги якої остаточно реалізуються внаслідок діяльності на різних ринках, але конкурентні переваги створюються на всіх ланках суспільного виробництва [4, с. 19].

Серед низки методів оцінки конкурентного середовища особливе місце займає конкурентна розвідка. Вона є безперервним і всеосяжним методом відстеження бізнес-оточення і виявляє можливості для зростання і розвитку, а також указує на можливі загрози. Конкурентна розвідка не тільки корисна для аналізу ринку, а й для стимулювання розвитку конкурентоспроможності [5, с. 79].

Уперше спроби щодо впровадження конкурентної розвідки як системи були зроблені в 1980-х роках, проте й досі немає усталеного визначення цього поняття. До найбільш повних визначень конкурентної розвідки, які присутні у зарубіжних і вітчизняних джерелах, належать такі.

Конкурентна розвідка – це систематичний, безперервний процес з етичного і законного збору інформації про основні складники бізнесу, такі як покупці, конкуренти, противники, персонал, технології і все навколишнє бізнес-середовище [6, с. 132].

Конкурентна розвідка – це процес отримання та аналізу публічно доступної інформації для досягнення цілей компанії, що полегшує організаційне вдосконалення, диференціацію і цільову конкуренцію.

Конкурентна розвідка – інструмент управління, який допомагає підприємницьким структурам краще розуміти навколишнє конкурентне середовище і приймати правильні рішення в бізнесі.

Конкурентна розвідка – це збір інформації, що проводиться на постійній основі, дослідження ринку і всього ділового середовища з метою виявлення реальних і потенційних чинників, які впливають або можуть вплинути на здатність компанії успішно конкурувати на даному ринку [7, с. 85].

Конкурентна розвідка – збір та обробка інформації для зниження невизначеності під час вироблення управлінських рішень, що здійснюються в рамках закону і з дотриманням морально-етичних норм (на відміну від промислового шпигунства).

Конкурентна розвідка – це систематичний метод планування, збору, аналізу, зберігання і поширення інформації про стан зовнішнього навколишнього середовища і шляхи поліпшення конкурентоспроможності [8, с. 341].

Стратегічна комерційна розвідка – безперервний процес, спрямований на підтримку та інформаційний супровід управлінських рішень, що сприяють досягненню стратегічних цілей компанії.

Ділова розвідка – це постійний процес збору, накопичення, структурування, аналізу даних про внутрішнє і зовнішнє середовище компанії та видачі вищому менеджменту компанії інформації, що дає йому змогу передбачати зміни у цьому середовищі і вживати своєчасні оптимальні рішення з управління ризиками, впровадження змін у компанії і відповідні заходи, спрямовані на задоволення майбутніх запитів споживачів і підтримку прибутковості [9, с. 93].

Для оцінки конкурентоспроможності можливо використовувати інформацію, отриману з відкритих джерел, а також скористатися методами вивідвання. Можливе використання відкритих джерел, таких як: виставки, конференції, річні звіти компанії, думки аналітиків і експертів. До методів вивідвання в даному разі належать: вивчення відкритих вакансій у компанії, переговори безпосередньо з конкурентами та їх співробітниками, пошук в Інтернеті з використанням спеціальних мов пошуку і роботів стеження, відвідування дня відкритих дверей або екскурсій на завод [10, с. 70–75].

Варто зазначити, що набір методів конкурентної розвідки для кожної компанії індивідуальний і залежить як від діяльності компанії, так і від галузі, в якій вона працює. Для аналізу галузі використовується модель М. Портера, який у книзі «Конкурентна стратегія: методи для аналізу галузей і конкурентів» об'єднав такі види аналізів: структурний, конкурентний та аналіз розвитку галузі. У результаті вийшла інтегрована модель, яка отримала назву «модель п'яти сил Портера» [11, с. 21].

Дана модель полягає в описі й аналізі економічних сил, які в будь-якому разі впливають на прибутковість галузі. М. Портер виділив п'ять основних конкурентних сил і зазначив, що всі вони спільно визначають інтенсивність галузевої конкуренції і прибутковість.

Конкурентні сили за класифікацією М. Портера виглядають так:

ринкова влада споживачів;

ринкова влада постачальників;

загроза появи товарів-замінників або послуг-замінників, конкурентоспроможних із точки зору ціни;

загроза появи нових або потенційних конкурентів;

загроза з боку наявних конкурентів.

Для оцінки конкурентоспроможності можливо використовувати інформацію, отриману з відкритих джерел, а також скористатися методами вивідвання. Причому для кожного фактора конкурентоспроможності можна підібрати окремий метод конкурентної розвідки.

Конкурентна розвідка є комплексом інформаційно-аналітичних методів, які мають постійний характер і розглядають усі явища через призму конкурентної боротьби. Конкурентна розвідка проводиться на основі збору інформації з відкритих джерел, отримана інформація дає цілісну картину бізнес-оточення компанії і допомагає оцінити її конкурентоспроможність.

Висновки. Оцінка конкурентоспроможності компанії є невід'ємною частиною її стратегії. Конкурентна розвідка може з легкістю впоратися з завданням оцінки конкурентоспроможності. Її інструментарій корисний для оцінки кожного аспекту конкурентоспроможності. Це доводить, що конкурентна розвідка, дійсно, всеосяжний і універсальний спосіб для оцінки конкурентоспроможності компанії.

У майбутньому можна розглянути застосування методів конкурентної розвідки для аналізу конку-

рентоспроможності в різних галузях для складання порівняльного аналізу інструментарію конкурентної розвідки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Масляева О.О. Економічна сутність категорії «конкурентоспроможність»: дефініція та систематизація / О.О. Масляева // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php>.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер ; пер. с англ. ; 3-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
3. Шопотов Б. О современных теориях конкурентных преимуществ и отраслевого лидерования / Б. Шопотов // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 3.
4. Андреева Е.Л. Организационные предпосылки конкурентоспособности предприятий / Е.Л. Андреева // Проблемы прогнозирования. – 2003. – № 4.
5. Хусианова С. Развитие товарного рынка как внешней среды совершенствования управления конкурентоспособностью / С. Хусианова ; НЧФ НОУ ВПО «Академия управления «ТИСБИ», 2009. – 184 с.
6. Ющук Е.Л. Конкурентная разведка: маркетинг рисков и возможностей / Е.Л. Ющук. – М. : Вершина, 2006. – 240 с.
7. Нежданов И. Аналитическая разведка для бизнеса / И. Нежданов. – М. : Ось-89, 2008. – 336 с.
8. Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе / К. Фляйшер, Б. Бенсуссан. – М. : БИНОМ, 2005. – 541 с.
9. Митрофанов А.А. Экономическая безопасность коммерческих предприятий и деловая разведка / А.А. Митрофанов // Энциклопедия деловой разведки и контрразведки / Сост. Ф.Г. Меркулов, Р.В. Ромачев. – М. : Русь-Олимп, 2007. – С. 376.
10. Смоленюк П.С. Конкурентоспроможність як економічна категорія / П.С. Смоленюк // Інноваційна економіка. – 2011. – № 7(70). – С. 70–75.
11. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. В.Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 49 с.