

СЕКЦІЯ 16.

ЕЛЕКТРОНІКА ТА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЇ

Гайова Світлана Борисівна, здобувач вищої освіти факультету інфокомунікацій
Харківський національний університет радіоелектроніки, Україна

Науковий керівник: Штих Інна Анатоліївна, асистент кафедри
інформаційно-мережної інженерії
Харківський національний університет радіоелектроніки, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОКОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ

Конкурентна розвідка (competitive intelligence) – це систематичний та етичний процес збирання, аналізу та використання відкритої інформації для ухвалення стратегічних рішень на користь компанії. Її головна мета — своєчасно виявляти потенційні можливості для зростання бізнесу, а також ідентифікувати загрози, що можуть вплинути на конкурентоспроможність, прибутковість чи репутацію компанії.

У сучасних умовах високої конкуренції, швидких технологічних змін і глобалізації ринків, ефективне управління інформацією є критично важливим для виживання та розвитку підприємств.

Конкурентна розвідка дозволяє не лише відстежувати дії конкурентів, але й аналізувати ринкові тенденції, поведінку споживачів, правові зміни, інновації у галузі тощо.

Мета конкурентної розвідки полягає в тому, щоб визначити у процесі прийняття управлінських рішень на корпоративному рівні та оцінити потенційні бізнес-можливості, виявити ризики і загрози які стосуються відповідно діяльності компанії, а також її публічної репутації, активів, доходів, бізнес партнерів і тощо. При цьому уникнути витоку конфіденційної та персональної інформації, а також використання непрозорих джерел або методів оперативно-пошукової діяльності.

Великі компанії створюють відділи безпеки інформації та використовують різні програми та методи, щоб захистити внутрішню інформацію підприємства, а також створювати засоби захисту від зовнішніх загроз. Одним із способів є конкурентний пошук. В даний час вона відіграє важливу роль і є одним із основних інструментів і методів досягнення провідних позицій компаній.

Діяльність такого роду повинна забезпечувати керівництво підприємства інформацією про наміри потенційних і дійсних партнерів, про їхні сильні та слабкі сторони, дозволяти впливати на позицію зацікавлених осіб під час переговорів, попереджати про можливі кризові ситуації, дозволяти контролювати виконання та дотримання раніше досягнутих домовленостей, і виявити несанкціоновані джерела витоку конфіденційної інформації про компанію. Розробка системи забезпечення економічної безпеки підприємства необхідна для боротьби з недобросовісною конкуренцією.

Основні завдання конкурентної розвідки: виявлення сильних та слабких сторін конкурентів; аналіз ринкових трендів і змін у попиті; прогнозування дій гравців ринку; оцінка ризиків при виході на нові ринки або при запуску нових продуктів; моніторинг репутаційних загроз та інформаційних інцидентів.

На відміну від промислового шпигунства, конкурентна розвідка базується виключно на законних та відкритих джерелах інформації, таких як: офіційні звіти компаній; фінансові публікації; профілі в соціальних мережах; публічні бази даних; виступи на конференціях, новини, аналітика тощо.

Однією з ключових вимог є етичність і правова чистота методів. Конкурентна розвідка виключає застосування незаконних або прихованих засобів отримання інформації, зокрема – зломів, перехоплень, прослуховування чи обману.

Конкурентна розвідка є стратегічним інструментом, що забезпечує бізнес не лише актуальною інформацією, а й дає змогу уникнути помилок, оптимізувати ресурси та зміцнити ринкові позиції. Її впровадження дозволяє компаніям приймати обґрунтовані рішення на основі фактів, а не припущень, при цьому дотримуючись правових норм та етичних стандартів.