



## **НАУЧНАЯ СТАТЬЯ**

УДК 339.137

Дата поступления: 15.11.2023  
рецензирования: 17.12.2023  
принятия: 26.02.2024

### **Инновационные механизмы конкурентной разведки в обеспечении экономической безопасности организации**

**С.В. Афанасьева**

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация  
E-mail: afanasyeva\_svtln@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0821-2876>

**Е.С. Черепанова**

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация  
E-mail: ms.Katusha01.06@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-2480-1513>

**Н.В. Шехова**

Балтийский государственный технический университет «Военмех» им. Д.Ф. Устинова,  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация  
E-mail: nataly65vf@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4904-7120>

**Аннотация:** Актуальность данной статьи обуславливается тем, что на сегодняшний день конкурентная разведка важна на современных динамичных рынках и в будущем по мере того, как будут происходить новые технологические прорывы. Инструменты конкурентной разведки помогают организациям разумно конкурировать, продвигаться вперед и иметь преимущества на рынке, а также отслеживать своих конкурентов, отраслевые сегменты, клиентов и весь конкурентный ландшафт. Целью данной работы стало выявление инновационных механизмов и инструментов конкурентной разведки на предприятии, влияющих на уровень его экономической безопасности. Авторы поставили перед собой следующие задачи: изучение понятия, функций и типологии конкурентной разведки; выявление преимуществ конкурентной разведки, определение ее роли в компании; изучение способов проведения конкурентной разведки. Использованы такие методы исследования, как: статистический метод, методы анализа, классификации, изучения и анализа литературы. Представлены типы конкурентной разведки, к ним можно отнести: конкурентный анализ, маркетинговую разведку, стратегическую разведку, технологическую разведку и финансовую разведку. Также авторами были выявлены преимущества и проблемы внедрения конкурентной разведки. К преимуществам конкурентной разведки можно отнести следующее: прогнозирование действий конкурентов, понимание ожиданий клиентов, уточнение собственной маркетинговой стратегии и готовность к будущему. Проблемами внедрения конкурентной разведки являются анализ и сбор точных данных, действие на основе тенденций и быстрое реагирование на тенденции. Авторами представлены статистические данные по конкурентной разведке за 2020–2023 гг. В качестве информационной базы для написания данной статьи выступили научные работы отечественных и зарубежных ученых.

**Ключевые слова:** конкурентная разведка; искусственный интеллект; конкуренты; сбор информации; стратегия; анализ данных; тенденции; маркетинговая стратегия; рынок; клиенты.

**Цитирование.** Афанасьева С.В., Черепанова Е.С., Шехова Н.В. Инновационные механизмы конкурентной разведки в обеспечении экономической безопасности организации // Вестник Самарского университета. Экономика и управление Vestnik of Samara University. Economics and Management. 2024. Т. 15, № 1. С. 20–31. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0461-2024-15-1-20-31>.

**Информация о конфликте интересов:** авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

© Афанасьева С.В., Черепанова Е.С., Шехова Н.В., 2024

Светлана Валерьевна Афанасьева – студент факультета бизнеса, таможенного дела и экономической безопасности, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 191023, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21.

*Екатерина Сергеевна Черепанова* – студент факультета бизнеса, таможенного дела и экономической безопасности, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 191023, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21.

*Наталья Владимировна Шехова* – профессор кафедры Р 1 «Менеджмент организации», доктор экономических наук, профессор, Балтийский государственный технический университет «Военмех» им. Д.Ф. Устинова, 190005, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, ул. 1-я Красноармейская, 1.

### SCIENTIFIC ARTICLE

Submitted: 15.11.2023

Revised: 17.12.2023

Accepted: 26.02.2024

## **Innovative mechanisms of competitive intelligence in ensuring economic security of an organization**

**S.V. Afanasyeva**

Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russian Federation

E-mail: afanasyeva\_svtln@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0821-2876>

**E.S. Cherepanova**

Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russian Federation

E-mail: ms.Katusha01.06@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-2480-1513>

**N.V. Shekhova**

Baltic State Technical University «Voennmeh» named after D.F. Ustinov, Saint Petersburg, Russian Federation

E-mail: nataly65vf@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4904-7120>

**Abstract:** The relevance of this article is due to the fact that competitive intelligence is important in today's dynamic markets and in the future as new technological breakthroughs occur. Competitive intelligence tools help organizations to compete intelligently, advance and have an advantage in the market, and keep track of their competitors, industry segments, customers and the entire competitive landscape. The purpose of this article is to identify innovative mechanisms and tools of competitive intelligence in the enterprise that affect the level of economic security of the organization. The authors have set the following objectives: to study the concept, functions and typology of competitive intelligence; to identify the benefits of competitive intelligence, to determine its role in the company; to study the ways of conducting competitive intelligence. This article used such research methods as: statistical method, methods of analysis, classification, study and analysis of literature. The article presents the types of competitive intelligence. These include competitive intelligence, marketing intelligence, strategic intelligence, technological intelligence and financial intelligence. Also, the authors have identified the advantages and challenges of implementing competitive intelligence. The benefits of competitive intelligence include predicting competitor actions, understanding customer expectations, refining your own marketing strategy and being prepared for the future. The challenges of implementing competitive intelligence are analyzing and collecting accurate data, acting on trends and reacting quickly to trends. The authors present statistical data on competitive intelligence for 2020–2023. The scientific works of domestic and foreign scientists acted as an information base for writing this article.

**Key words:** competitive intelligence; artificial intelligence; competitors; information gathering; strategy; data analysis; trends; marketing strategy; market; customers.

**Citation.** Afanasyeva S.V., Cherepanova E.S., Shekhova N.V. Innovative mechanisms of competitive intelligence in ensuring economic security of an organization. *Vestnik Samarskogo universiteta. Ekonomika i upravlenie Vestnik of Samara University. Economics and Management*, 2024, vol. 15, no. 1, pp. 20–31. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0461-2024-15-1-20-31>. (In Russ.)

**Information on the conflict of interest:** authors declare no conflict of interest.

© Afanasyeva S.V., Cherepanova E.S., Shekhova N.V., 2024

*Svetlana V. Afanasyeva* – student of Business, Customs and Economic Security Faculty, Saint Petersburg State University of Economics, 21, Sadovaya Street, Saint Petersburg, 191023, Russian Federation.

*Ekaterina S. Cherepanova* – student of Business, Customs and Economic Security Faculty, Saint Petersburg State University of Economics, 21, Sadovaya Street, Saint Petersburg, 191023, Russian Federation.

*Nataliya V. Shekhova* – professor of the Department of Organization Management, Doctor of Economics, professor, Baltic State Technical University «Voenmeh» named after D.F. Ustinov, 1, Pervaya Krasnoarmeyskaya Street, Saint Petersburg, 190005, Russian Federation.

## **Введение**

На сегодняшний день организации по всему миру все чаще инвестируют в высокотехнологичные инструменты конкурентной разведки и программное обеспечение. В связи с этим конкурентная разведка стала не только общепризнанным принципом принятия корпоративных решений, но и важным видом деятельности для поддержания и развития бизнеса.

Конкурентная разведка важна для компаний как часть их бизнес-стратегии, поскольку помогает им понять конкурентную среду, ее возможности, а также проблемы. Каждая организация использует конкурентную разведку в той или иной форме для разработки маркетинговых стратегий, дорожных карт продуктов и принятия стратегических решений. Современные рынки очень динамичны, и любая компания, желающая быть на вершине своей целевой отрасли, должна отслеживать своих конкурентов.

Цель данной работы заключается в выявлении инновационных механизмов и инструментов конкурентной разведки в обеспечении экономической безопасности в организации. Для достижения поставленной цели необходимо решение таких задач, как:

- 1) изучить понятие конкурентной разведки, ее функции и типологию;
- 2) выявить преимущества конкурентной разведки;
- 3) определить роль конкурентной разведки в компании;
- 4) установить роль конкурентной разведки в обеспечении экономической безопасностью организации;
- 5) изучить способы проведения конкурентной разведки.

В статье были использованы следующие методы исследования: статистический метод, методы анализа, классификации, изучения и анализа литературы.

Теоретической и методологической основой исследования явились труды следующих авторов: Бальжановой Б.М., в работе которой было дано определение конкурентной разведки [1], Галстян С.С. и Недомолкина Я.Н. в своих трудах описали основные функции конкурентной разведки [2; 3], на основании исследования Плешаковой Н.В. были рассмотрены преимущества конкурентной разведки [4] и многих других отечественных и зарубежных ученых.

## **Ход исследования**

Конкурентная разведка представляет собой получение, анализ и оценку информации, имеющей отношение к компании, о ее клиентах, конкурентах, структуре и динамике ее отрасли, конкурентных силах, действующих на рынке, технологические и организационные инновации, экономический, технологический и правовой контекст и мониторинг изменений, происходящих в этих рамках [1; 5].

Основными целями конкурентной разведки являются следующие.

1. Предоставление точной и своевременной информации, что помогает принимать обоснованные решения, которые могут положительно повлиять на эффективность компании.
2. Выявление возможностей роста компании и изолирование потенциальных угроз, которые могут негативно или положительно повлиять на бизнес.
3. Оценивание своих сильных и слабых сторон, сравнив собственные ключевые показатели эффективности с показателями конкурентов, такие как доля рынка, рост выручки, прибыльность, удовлетворенность клиентов и инновационные возможности [6; 7].

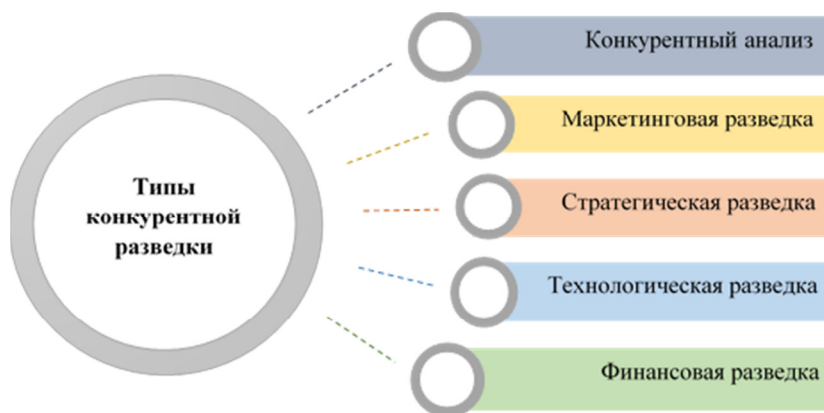
К функциям конкурентной разведки относятся:

- 1) детальное изучение деятельности конкурентов;
- 2) контроль лояльности деловых партнеров;
- 3) получение информации о рынке из средств массовой информации и открытых источников;
- 4) маркетинговый анализ рынка в регионе;
- 5) стратегии прогнозирования основных конкурентов;
- 6) анализ перспектив расширения бизнеса [2; 3].

Экономическая деятельность предполагает развитие тесного делового сотрудничества, обмен информацией, оказание услуг и многое другое. Экономическая безопасность напрямую зависит от эффективного уменьшения рисков на каждом этапе экономической деятельности. Конкурентная развед-

ка, в свою очередь, напрямую связана с получением и обменом информацией. Тогда можно сказать, что конкурентная разведка напрямую может влиять на уровень экономической безопасности [8].

Далее авторами были определены и рассмотрены типы конкурентной разведки в компании (рисунок 1).



Источник: Составлено самостоятельно на основе [9].

Рисунок 1 – Типы конкурентной разведки

Figure 1 – Types of competitive intelligence

Конкурентный анализ включает в себя сбор и оценку данных о продуктах, услугах, ценах и маркетинговых усилиях конкурентов с целью получения лучшего понимания их конкурентной позиции на рынке. Она также включает в себя изучение стратегии конкурентов, тенденций отрасли и потребностей клиентов, чтобы определить области, в которых собственный бизнес может совершенствоваться или внедрять инновации.

Маркетинговая разведка фокусируется на сборе информации о поведении и предпочтениях клиентов, а также отраслевых тенденциях, которые могут повлиять на эффективность работы компании на рынке. Данный тип разведки использует опросы, интервью с клиентами, статистический анализ текущих рыночных условий и другие методы исследования для получения ценной информации, которая может быть использована для обоснования стратегических бизнес-решений.

Стратегическая разведка – это понимание внешней среды, такой как политические и экономические тенденции, которые могут повлиять на компанию. Она также может включать анализ действий конкурентов, чтобы определить, какие стратегии или тактики они могли бы использовать для получения преимущества на рынке [10].

Технологическая разведка направлена на сбор информации о технологиях конкурента и исследование технологических достижений, которые могут быть использованы компанией для улучшения своих продуктов и услуг.

Финансовая разведка включает в себя сбор данных о финансовых показателях конкурента, таких как показатели продаж, нормы прибыли и другие финансовые показатели, чтобы получить представление об их общей бизнес-стратегии. Данный тип разведывательной информации полезен для принятия стратегических решений, связанных с ценообразованием и маркетинговыми усилиями [9].

Преимущества конкурентной разведки представлены на рисунке 2.

Основная цель проведения конкурентной разведки заключается в умении предсказывать действия конкурентов и идти на опережение. Анализ изменений на веб-сайтах конкурентов, обновлений в социальных сетях, PR-объявлений, предложений продуктов и услуг может дать четкое представление об их текущей и будущей стратегии. Одним из преимуществ конкурентной разведки является то, что она позволяет лучше подготовиться к изменениям рынка и меняющимся ожиданиям клиентов [11].

Преимущества конкурентной разведки распространяются и на собственные маркетинговые усилия. Маркетинговые коммуникации и стратегии играют решающую роль в создании имиджа своего бренда и того, как клиенты воспринимают организацию. Конкурентная разведка помогает анализировать маркетинговые стратегии конкурентов и понимать предпочтения собственной целевой аудитории [4; 12].



Источник: Составлено самостоятельно на основе [4].

Рисунок 2 – Преимущества конкурентной разведки  
Figure 2 – Advantages of competitive intelligence

Одним из наиболее важных преимуществ конкурентной разведки является понимание ожиданий клиентов. Выводы, полученные в результате анализа клиентов конкурентов, дадут четкое представление о том, что ищут целевые клиенты [12]. Можно понять, что они ценят больше всего и что можно сделать для улучшения качества обслуживания клиентов. Также, если клиенты недовольны определенными функциями или продуктами конкурента, можно использовать это для улучшения собственных предложенных продуктов и услуг.

Чаще всего маркетинговые команды могут столкнуться с творческим застоем и в конечном итоге делать одно и то же, не оставляя места для инноваций. Однако преимущества конкурентной разведки могут включать в себя необходимое вдохновение для пересмотра стратегий продаж и маркетинга с целью улучшения результатов бизнеса, улучшения качества обслуживания клиентов и укрепления позиций бренда. Конкурентная разведка позволяет постоянно отслеживать тенденции рынка и меняющееся покупательское поведение клиентов. Таким образом, можно быть всегда готовым к будущим изменениям рынка и требованиям клиентов.

Однако ведение и управление конкурентной разведкой на предприятии – сложный и длительный процесс. Проблемы внедрения конкурентной разведки приведены на рисунке 3.

Конкурентная разведка требует сбора данных из различных источников, включая конкурентов, клиентов и отраслевых экспертов. Это может быть непростой задачей, поскольку требует значительного количества времени и ресурсов для обеспечения точности, и актуальности данных.

Как только данные собраны, их необходимо проанализировать для выявления тенденций. Для этого требуется глубокое понимание отрасли и способность осмысленно интерпретировать данные. После анализа данных их необходимо использовать для обоснования решений и стратегий. Для этого требуется четкое понимание конкурентной среды и способность быстро реагировать на тенденции [14].

Конкурентная среда постоянно меняется, поэтому важно быть в курсе последних идей. Для этого требуется приверженность постоянному мониторингу и анализу [13].

Авторам удалось изучить статистические данные на 2020–2023 гг. по конкурентной разведке, которые привели их к следующим выводам [15].

1. Несмотря на преимущества, внедрение больших данных в бизнесе по-прежнему сопряжено с трудностями: 73,4 % организаций мира считают это постоянной проблемой.

2. Используя конкурентную разведку, 56 % руководителей следят за своими потенциальными конкурентами и строят планы по завоеванию новых рынков в ближайшие три года.

3. В 2021 году 81 % маркетологов ожидали, что через два года они будут конкурировать в основном или полностью на основе опыта клиентов со своими конкурентами.

4. В 2020 году 94 % предприятий инвестировали в конкурентную разведку.

5. 90 % респондентов, принявших участие в опросе, говорят, что их отрасль теперь более конкурентоспособна.

6. В 2020 году 57 % организаций мира имеют команды по конкурентной разведке из двух и более человек, это на 20 % больше, чем всего два года назад (37 %).

7. В качестве основного источника данных конкурентной разведки 98 % респондентов считают, что лучше всего подойдет веб-сайт конкурента.



Источник: Составлено самостоятельно на основе [13].

Рисунок 3 – Проблемы внедрения конкурентной разведки  
Figure 3 – Problems of implementing competitive intelligence

Далее авторами были рассмотрены методы проведения конкурентной разведки. Выделяют два способа: конкурентная разведка собственными силами организации или с помощью привлечения специальных агентств [16; 17].

Конкурентная разведка собственными силами подразумевает получение необходимой информации о конкуренте, не прибегая к чьей-либо помощи. Без привлечения сторонних лиц организация может прибегнуть к следующим действиям для проведения конкурентной разведки.

1. Изучить сайт конкурента, аккаунтов в социальных сетях, получить информацию из открытых источников [12].

2. Стать «тайным покупателем», чтобы ознакомиться со всем ассортиментом и предложениями конкурента, узнать особенности сотрудничества.

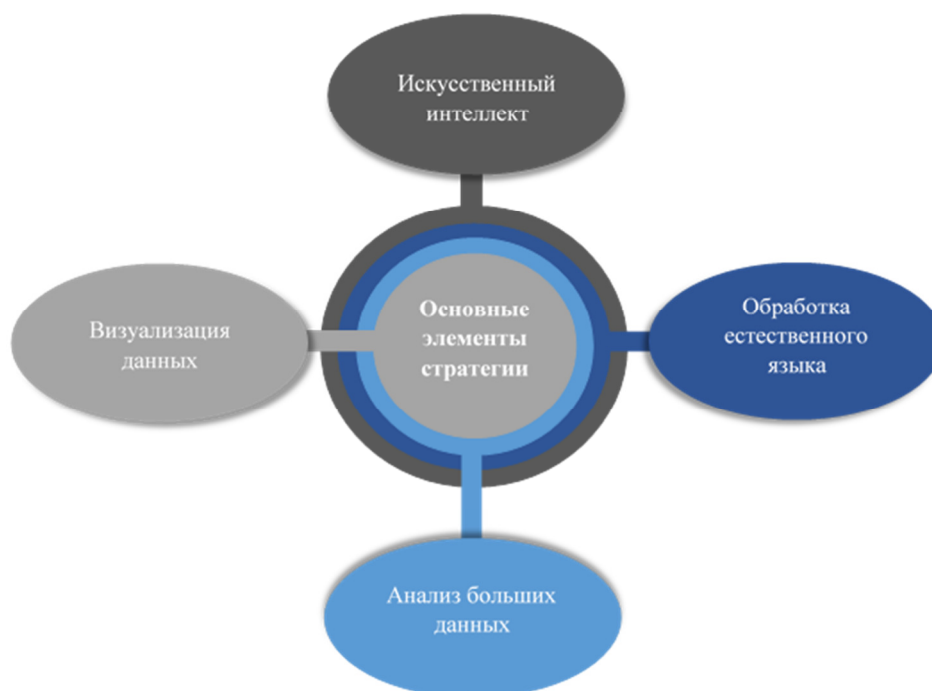
3. Ознакомиться с отзывами клиентов и партнеров о деятельности конкурента, посмотреть обзоры на работу организации [16; 17].

Следующий способ – конкурентная разведка через агентства. Такой метод включает в себя все те же самые действия, что и при проведении конкурентной разведки собственными силами. Главным отличием является то, что все действия будут выполняться профессионалами. Для этого можно создать отдел в своей компании для изучения конкурентов или же обратиться за помощью в специализированную организацию. Такой способ подходит при ограниченном бюджете фирмы, однако первый метод гарантирует полный контроль со стороны руководства [16; 17].

Настоящее время характеризуется эпохой цифровизации, поэтому появляются новые инновационные подходы к конкурентной разведке. Для сбора и анализа огромных объемов данных в стратегиях конкурентной разведки используются передовые технологии. На рисунке 4 приведены основные элементы такой стратегии.

Искусственный интеллект играет важнейшую роль при разработке стратегии конкурентной разведки. Алгоритмы машинного обучения позволяют быстро анализировать большие наборы данных, чтобы находить идеи, закономерности и тенденции, которые было бы сложно или невозможно найти иным способом. Бизнес-организации могут извлечь выгоду из искусственного интеллекта, автоматизируя сбор данных, анализ и отчетность, освобождая аналитиков для концентрации на стратегических задачах [19].





Источник: Составлено самостоятельно на основе [18].

Рисунок 4 – Основные элементы стратегии конкурентной разведки  
Figure 4 – Main elements of a competitive intelligence strategy

Механизмы искусственного интеллекта в конкурентной разведке следующие.

1. Автоматизация сбора и анализа данных. Сбор данных требует больше времени и энергии, чем большинство сотрудников могут позволить себе потратить. Привлечение людей, даже целого отдела, для сбора и просеивания тонн данных заняло бы много времени. Более того, люди склонны к ошибкам, и на их производительность и результативность могут влиять многие факторы внутри и за пределами бизнес-среды.

С другой стороны, машины более точны и при хорошем обслуживании могут выдавать стабильные результаты. Искусственный интеллект автоматизирует сбор данных, одновременно повышая эффективность и целостность собранных данных.

2. Улучшение понимания рынка и клиентов. Программы конкурентной разведки позволяют маркетологам лучше понимать динамику рынка. Искусственный интеллект в конкурентной разведке помогает увидеть, как рынок реагирует на изменения в экономической и социальной среде, и как можно воспользоваться ситуацией для достижения конкурентного преимущества.

3. Оптимизация внутренних процессов. Искусственный интеллект может использоваться для автоматизации и рационализации бизнес-процессов несколькими способами. Например, его можно использовать для автоматизации задач обслуживания клиентов, таких как реагирование на запросы клиентов и персонализация контента для отдельных клиентов. Сегодня многие компании используют роботов с искусственным интеллектом для автоматизации повторяющихся административных задач, таких как заполнение документов и планирование встреч.

Стратегия конкурентной разведки также включает в себя такой мощный инструмент, как обработку естественного языка (NLP), который может помочь компаниям быстро и точно анализировать большие объемы текстовых данных, чтобы получить представление о стратегиях, продуктах и услугах своих конкурентов. Данный метод может использоваться для:

- выявления тенденций в продуктовых предложениях конкурентов, ценообразовании и обслуживании клиентов;
- анализа пресс-релизов конкурентов, контента веб-сайта и сообщений в социальных сетях, чтобы получить представление об их стратегиях;

- выявления потенциальных возможностей компаний отличаться от своих конкурентов. Анализируя контент конкурентов, компании могут выявлять пробелы в предложениях своих конкурентов и разрабатывать стратегии для восполнения этих пробелов;
- выявления ключевых слов и фраз, связанных с определенной темой или отраслью. Это может помочь компаниям выявить потенциальные возможности и угрозы на рынке;
- анализа отзывов клиентов. Анализируя настроения клиентов, компании могут получить ценную информацию о том, как продукты и услуги конкурентов воспринимаются их клиентами. Это может помочь компаниям определить области, в которых они могут улучшить свои собственные продукты и услуги [20].

Большие и сложные наборы данных анализируются с помощью **аналитики больших данных** для того, чтобы делать выводы и выявлять тенденции. Эта стратегия лучше всего подходит компаниям, у которых много данных для анализа, таких как данные о клиентах, транзакциях и социальных сетях. С помощью анализа больших данных компании могут лучше понимать своих конкурентов и рынок [21].

Жизненно важным элементом стратегии конкурентной разведки является **визуализация данных**. Заинтересованным сторонам проще выявлять тенденции и принимать разумные решения, когда предприятия представляют сложные наборы данных в понятном формате с использованием инструментов визуализации данных. Компании могут принимать более быстрые и точные решения, используя визуализацию данных для быстрого выявления закономерностей, тенденций и аномалий в своих данных [18].

Также авторами были приведены статистические данные, касающиеся инструментов конкурентной разведки. Те или иные методы конкурентной разведки используют в своей работе такие крупные компании, как: Google, Apple, Facebook, Microsoft и Amazon. Исследование, где приняли участие около 150 специалистов по конкурентной разведке из США, Европы и Карибских островов, показало следующие результаты:

- 65 % используют бесплатные средства для анализа, тогда как 25 % применяют платные инструменты и 10 % совмещают оба метода в своей деятельности;
- всего 32 % организаций используют различные средства для изучения деятельности конкурентных компаний;
- лишь 48 % компаний непрерывно исследуют информацию от конкурентов в своей сфере деятельности;

Основным средством исследования является компьютер, его применяют в своей работе 78 %, далее для изучения используют смартфоны и все реже – планшеты [17].

Таким образом, инструменты конкурентной разведки различаются многообразием подходов. Они включают в себя ряд законных подходов, позволяющих планировать, анализировать развитие организации. Для каждой компании главное – сохранить конфиденциальную и ценную информацию в неприкосновенности и не дать ей попасть к организации-конкуренту.

### **Заключение**

Благодаря конкурентной разведке компания адаптируется к окружающей среде, чтобы улучшить свои позиции по отношению к конкурентам и добиться успеха. С помощью конкурентной разведки можно стратегически отслеживать развитие рынка, его участников и новые передовые технологии, что помогает принимать правильные решения и отражать собственную роль с точки зрения сильных и слабых сторон.

Инструменты на базе искусственного интеллекта позволяют быстро и точно собирать, и анализировать огромные объемы данных из различных источников, таких как веб-сайты компаний, форумы и платформы социальных сетей. Искусственный интеллект также может собирать информацию из событий, источников новостей, советов по обзору вакансий и многих других источников.

Конкурентная разведка организации имеет прямую связь с обеспечением ее экономической безопасности. При помощи конкурентной разведки компании получают необходимую информацию, помогающую руководству организации принимать обоснованное решение, которое касается важных вопросов и проблем в компании.



При отсутствии конкурентной разведки на предприятии или минимальном ее внедрении, организация лишается следующих преимуществ.

1. Четкое понимание организацией своего положения на рынке и то, как она соответствует бизнес-целям своих конкурентов, определение своих сильных и слабых сторон, а также разработка стратегии для получения конкурентного преимущества.

2. Использование инструментов конкурентной разведки в создании новых товаров и услуг, а также выявление закономерностей в новых тенденциях и предпочтениях потребителей.

3. Понимание маркетинговых и рекламных стратегий своих конкурентов и, следовательно, максимизация своих маркетинговых и рекламных усилий, анализируя поведение своих конкурентов в Интернете.

4. Выявление возможностей повышения производительности, снижения затрат, улучшения качества продукции и, тем самым, улучшение управления цепочками поставок.

5. С помощью инструментов конкурентной разведки выявление потенциальных опасностей, рисков и угроз для своей деятельности, а также разработка резервных планов по их снижению, ориентируясь на активность конкурентов и тенденции рынка [22].

Внедрение же конкурентной разведки в организации положительно повлияет на различные отделы, такие как:

1) Отделы продаж смогут достигать более высоких показателей, заключать больше сделок и быть более уверенными в себе;

2) Команды маркетологов смогут создавать убедительные маркетинговые сообщения и создавать мощные кампании, которые будут выделять предприятие среди конкурентов и стимулировать рост продаж;

3) Продуктовые команды будут использовать конкурентную разведку для улучшения процесса принятия решений по дорожной карте продукта и создания превосходных продуктов, будучи лучше информированными о рынке и конкурентной среде;

4) Руководство будет лучше информировано о любых серьезных изменениях на рынке в будущем, что поможет принимать обоснованные решения при построении стратегии и определении направлений деятельности организации [23].

Конкурентная разведка должна рассматриваться как необходимое условие при формировании устойчивости, конкурентоспособности и экономической безопасности компании.

Конкурентная разведка – это непрерывный процесс. По мере изменения динамики рынка и появления новых конкурентов важно сохранять бдительность и использовать возможности инструментов для постоянного мониторинга и анализа организаций-конкурентов. Получив глубокое понимание их стратегий, сильных и слабых сторон, компания сможет добиться успеха в бизнесе и обеспечить устойчивый рост.

Инновационные инструменты конкурентной разведки, упомянутые в данной статье, предлагают ряд возможностей, позволяющих компаниям собирать ценную информацию и принимать обоснованные стратегические решения.

### **Библиографический список**

1. Бальжанова Б.М., Попок Л.Е. Принципы построения системы конкурентной разведки // Цифровизация экономики: направления, методы, инструменты: сборник материалов V всероссийской научно-практической конференции. Краснодар. 2023. С. 60–65. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50396003>. EDN: <https://elibrary.ru/ezxsus>.

2. Галстян С.С. Современные особенности проведения конкурентной разведки // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15, № S1. URL: <https://esj.today/43fav123.html>; <https://elibrary.ru/item.asp?id=53945822>. EDN: <https://www.elibrary.ru/rqghbe>.

3. Недомолкина Я.Н. Конкурентная разведка как вид информационного обеспечения принятия решений в области формирования и поддержания конкурентоспособности экономического субъекта // Современная экономика: проблемы и решения. 2023. № 4 (160). С. 101–117. DOI: <https://doi.org/10.17308/meps/2078-9017/2023/4/101-117>. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=53876094>. EDN: <https://www.elibrary.ru/yjtbdy>.

4. Плешакова М.В., Гонин А.А. Конкурентная разведка и промышленный шпионаж как источники информации предприятия // Экономика: теория и практика. 2020. № 4 (60). С. 65–71. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44347649>. EDN: <https://www.elibrary.ru/scizra>.
5. Bloomenthal A. Competitive Intelligence: Definition, Types, and Uses // Investopedia: Business essentials. 2022. URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/competitive-intelligence.asp>.
6. Банк С.В., Графов Ю.Г. Повышение эффективности анализа деятельности предприятия на основе данных конкурентной разведки // Российский экономический интернет-журнал. 2023. № 1. URL: <https://www.e-rej.ru/upload/iblock/de9/59n0uxq2eyea1pd9l8kjah2ts9r9m6ur.pdf>; <https://elibrary.ru/item.asp?id=52695182>. EDN: <https://www.elibrary.ru/evxfli>.
7. Колесников А.Ю. Конкурентная разведка, как легальная составляющая промышленного шпионажа: определение-метод-защита // Механизм реализации стратегии социально-экономического развития государства: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции. Махачкала, 2022. С. 126–130. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50143455>. EDN: <https://www.elibrary.ru/iybhia>.
8. Shakarishvili D. Business intelligence management and its impact on economic security // University of Maribor Press: 6th Feb International Scientific Conference-2022.
9. Credence Research: Market Research Report and Consulting Firm. URL: <https://www.credenceresearch.com/news/what-is-competitive-intelligence>.
10. Cavallo A., Sanasi S., Ghezzi A., Rangone A. Competitive intelligence and strategy formulation: connecting the dots // Competitiveness Review. 2021. Vol. 31, issue 2. P. 250–275. DOI: <https://doi.org/10.1108/CR-01-2020-0009>.
11. Тофан А.Л. Конкурентная разведка как инструмент обеспечения экономической безопасности предприятия // Обеспечение экономической безопасности и эффективности деятельности субъектов хозяйствования: монография. Донецк, 2021. С. 424–439. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47359576>. EDN: <https://www.elibrary.ru/vdigxk>.
12. SearchInform: Конкурентная разведка. URL: <https://searchinform.ru/resheniya/biznes-zadachi/konkurentnaya-razvedka>.
13. Learning Loop: Gain confidence to unlock your potential. URL: <https://learningloop.io/glossary/competitive-intelligence>.
14. Heras-Rosas C., Herrera J. Innovation and Competitive Intelligence in business. A bibliometric analysis // International Journal of Financial Studies. 2021. Vol. 9. Issue 2. P. 31. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijfs9020031>.
15. WebinarCare: Effortlessly Start and Run your Business. URL: <https://webinarcare.com/best-competitive-intelligence-software/competitive-intelligence-statistics/>.
16. Декополитова В.А. Актуальные вопросы реализации методов конкурентной разведки в современных условиях // Экономика и инновации: сборник статей участников межвузовской научно-практической конференции. Москва, 2023. С. 16–20. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50518442>. EDN: <https://www.elibrary.ru/dguidv>.
17. Блог Checkiant: Тайм трекер для учета времени, заработка и продуктивности. URL: <https://blog.checkiant.com/ru/blog-o-produktivnosti/259-konkurentnaya-razvedka-effektivnye-metody-i-populyarnye-instrumenty>.
18. PREDIK Data-Driven: Big Data Analytics Company. URL: <https://predikdata.com/competitive-intelligence-solutions-the-innovative-approach/>.
19. Marketing Artificial Intelligence Institute: Artificial Intelligence for Marketing. URL: <https://www.marketingaiinstitute.com/blog/ai-for-competitive-intelligence>.
20. Adspire: Agency management just got easier. URL: <https://adspire.ai/using-natural-language-processing-for-competitive-intelligence/>.
21. Determ: Media monitoring. URL: <https://www.determ.com/blog/a-guide-to-competitive-intelligence>.
22. Эмилов Н.Т. Конкурентная разведка в целях управления внешними рисками // Аллея науки. 2023. Т. 1, № 5 (80). С. 264–271. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54110432>. EDN: <https://www.elibrary.ru/dmlwhy>.

23. Грошева Е.С. Конкурентная разведка в структуре современной организации // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2020. № 4 (36). С. 5–13. DOI: <https://doi.org/10.21685/2227-8486-2020-4-1>. EDN: <https://www.elibrary.ru/lcccn>.

## References

1. Balzhanova B.M., Popok L.E. Principles of building a competitive intelligence system. In: *Digitalization of economy: directions, methods, tools: collection of materials of the V all-Russian research and practical conference*. Krasnodar, 2023, pp. 60–65. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50396003>. EDN: <https://elibrary.ru/ezxsus>. (In Russ.)
2. Galstyan S.S. Analysis of the experience of foreign countries in combating money laundering and terrorist financing in the field of insurance. *The Eurasian Scientific Journal*, 2023, vol. 15, no. S1. Available at: <https://esj.today/43fav123.html>; <https://elibrary.ru/item.asp?id=53945822>. EDN: <https://www.elibrary.ru/rqghbe>. (In Russ.)
3. Nedomolkina Y.N. Competitive intelligence as a type of information support for decision-making in the field of forming and maintaining the competitiveness of an economic subject. *Modern Economics: Problems and Solutions*, 2023, no. 4 (160), pp. 101–117. DOI: <https://doi.org/10.17308/meps/2078-9017/2023/4/101-117>. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=53876094>. EDN: <https://www.elibrary.ru/yjtbdy>. (In Russ.)
4. Pleshakova M.V., Gonin A.A. Competitive intelligence and industrial espionage as sources of enterprise information. *Economics: Theory and Practice*, 2020, no. 4 (60), pp. 65–71. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44347649>. EDN: <https://www.elibrary.ru/scizra>.
5. Bloomenthal A. Competitive Intelligence: Definition, Types, and Uses. *Investopedia: Business essentials*, 2022. Available at: <https://www.investopedia.com/terms/c/competitive-intelligence.asp>.
6. Bank S.V., Grafov Yu.G. Improving the efficiency of enterprise activity analysis based on competitive intelligence data. *Russian economic online journal*, 2023, no. 1. Available at: <https://www.e-rej.ru/upload/iblock/de9/59n0uxq2eyea1pd918kjah2ts9r9m6ur.pdf>; <https://elibrary.ru/item.asp?id=52695182>. EDN: <https://www.elibrary.ru/evxfli>. (In Russ.)
7. Kolesnikov A.Yu. Competitive intelligence as a legal component of industrial espionage: definition-method-defense. In: *Mechanism for implementing the strategy of socio-economic development of state: collection of materials from the XIV International research and practical conference*. Makhachkala, 2022, pp. 126–130. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50143455>. EDN: <https://www.elibrary.ru/iybhia>. (In Russ.)
8. Shakarishvili D. Business intelligence management and its impact on economic security. In: *University of Maribor Press: 6th February International Scientific Conference-2022*.
9. Credence Research: Market Research Report and Consulting Firm. Available at: <https://www.credenceresearch.com/news/what-is-competitive-intelligence>.
10. Cavallo A., Sanasi S., Ghezzi A., Rangone A. Competitive intelligence and strategy formulation: connecting the dots. *Competitiveness Review*, 2021, vol. 31, issue 2, pp. 250–275. DOI: <https://doi.org/10.1108/CR-01-2020-0009>.
11. Tofan A.L. Competitive intelligence as a tool to ensure economic security of an enterprise. In: *Ensuring economic security and efficiency of economic entities: monograph*. Donetsk, 2021, pp. 424–439. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47359576>. EDN: <https://www.elibrary.ru/vdigxk>.
12. SearchInform: Competitive intelligence. Available at: <https://searchinform.ru/resheniya/biznes-zadachi/konkurentnaya-razvedka/>. (In Russ.)
13. Learning Loop: Gain confidence to unlock your potential. Available at: <https://learningloop.io/glossary/competitive-intelligence>.
14. Heras-Rosas C., Herrera J. Innovation and Competitive Intelligence in Business. A Bibliometric Analysis. *International Journal of Financial Studies*, 2021, vol. 9, issue 2, p. 31. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijfs9020031>.
15. WebinarCare: Effortlessly Start and Run your Business. Available at: <https://webinarcare.com/best-competitive-intelligence-software/competitive-intelligence-statistics/>.
16. Dekopolitova V.A. Actual issues of realization of competitive intelligence methods in modern conditions. In: *Economics and innovation: collection of articles by participants of the interuniversity research and practical*

conference. Moscow, 2023, pp. 16–20. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50518442>. EDN: <https://www.elibrary.ru/dguidv>. (In Russ.)

17. Checkiant Blog: Time tracker for time tracking, earning and productivity. Available at: <https://blog.checkiant.com/ru/blog-o-produktivnosti/259-konkurentnaya-razvedka-effektivnye-metody-i-populyarnye-instrumenty>. (In Russ.)

18. PREDIK Data-Driven: Big Data Analytics Company. Available at: <https://predikdata.com/competitive-intelligence-solutions-the-innovative-approach/>.

19. Marketing Artificial Intelligence Institute: Artificial Intelligence for Marketing. Available at: <https://www.marketingaiinstitute.com/blog/ai-for-competitive-intelligence>.

20. Adspire: Agency management just got easier. Available at: <https://adspire.ai/using-natural-language-processing-for-competitive-intelligence/>.

21. Determ: Media monitoring. Available at: <https://www.determ.com/blog/a-guide-to-competitive-intelligence>.

22. Emilov N.T. Competitive intelligence in order to manage external risks. *Alleya nauki*, 2023, vol. 1, no. 5 (80), pp. 264–271. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54110432>. EDN: <https://www.elibrary.ru/dmlwhy>. (In Russ.)

23. Grosheva E.S. Competitive intelligence in the structure of a modern organization. *Models, Systems, Networks in Economics, Engineering, Nature and Society*, 2020, no. 4 (36), pp. 5–13. DOI: <https://doi.org/10.21685/2227-8486-2020-4-1>. EDN: <https://www.elibrary.ru/llcccn>. (In Russ.)