

підвищить ефективність здійснення кредитної діяльності та загальну прибутковість.

1. Банківський менеджмент / [за ред. О.А.Кириченка, В.І. Міщенко]. – К.: Знання, 2005. – 831 с.

2. Банківські операції / [за ред. В.І. Міщенко, Н.Г. Слав'янської]. – К.: Знання, 2006. – 727 с.

3. Гесць В. Каталізатором фінансової кризи в Україні була світова криза, але значна частина передумов має внутрішнє походження (за матеріалами лекції підготував Р.Підвисоцький) // Вісник Національного банку України. – 2009. – №2. – С.16-18.

4. Дубовик О.В., Бойко С.М., Вознюк М.А., Гірченко Т.Д. Маркетинг у банку. – 2-ге вид. – К.: Алерта, 2007. – 275 с.

5. Облік і аудит у банках / О.Г. Корнеєва, Н.Г. Слов'янська, Н.Г. Євченко, О.В. Карпенко; За ред. О.Г. Корнеєвої, Н.Г. Слов'янської. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 493 с.

6. Прокопенко І.Ф., Ганін В.І., Соляр В.В., Маслов С.І. Основи банківської справи. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 410 с.

7. Офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу: // www.bank.gov.ua.

8. Туган-Барановски (статья из БСЭ) <http://slovari.yandex.ru/~книги/БСЭ/Туган-Барановский>.

9. Дж. М. Кейнс как завершающий экономист «Мейнстрима» <http://institutiones.com/personalities/250>.

10. Милтон Фридман в электронной библиотеке InLiberty http://inliberty.ru/library/authors/Milton_Friedman.

Отримано 25.03.2013

УДК 005.934 : 658.1

Д.М.КВАШУК

Міжрегіональна академія управління персоналом, м.Київ.

ОСНОВНИ НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДРОЗДІЛІВ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ

Розглянуто основні види діяльності підрозділів конкурсної розвідки, їх особливості, характеристики та роль в сучасній економіці.

Рассмотрены основные виды деятельности подразделений конкурсной разведки, их особенности, характеристики и роль в современной экономике.

The article considers the main activities of competitive intelligence units, with their characteristics, properties and role in the modern economy.

Ключові слова: конкурентна розвідка, інформація, напрями діяльності підрозділів конкурсної розвідки, економіка, безпека.

Сучасна економіка вимагає від суб'єктів господарювання максимальних зусиль в області оптимізації та раціоналізації ведення господарської діяльності. До таких дій підштовхує скорочення ресурсів, розширення ринків, збільшення конкуруючих суб'єктів, що створює додаткове

навантаження на системи захисту підприємства. Така система повинна підтримувати підприємство у стані захищеності від зовнішніх та внутрішніх загроз та небезпек. Саме її на думку автора та багатьох інших дослідників прийнято називати економічною безпекою підприємства.

Основним продуктом що забезпечує можливість створювати превентивні заходи для запобігання різних небезпек виступає інформація. Яка також виступає основою для формування управлінських рішень.

Але на сьогоднішній день гостро стоїть проблема здобутку необхідної і перш за все точної, та своєчасної інформації в умовах інформаційного буму. Тому проблема полягає в запозиченні досвіду створення оптимальної системи подачі інформації керівному складу підприємств, та визначення таких оптимальних механізмів інформування керівного складу підприємств умовах сучасності.

Темпи сучасного розвитку інформаційних технологій та їх гнучкість з кожним роком набирають обертів, розширюються сегменти ринків, зростають споживацькі потреби як кінцевих споживачів так і підприємств, що займаються переробкою сировини в кінцевий продукт. Така ситуація потребує адаптивних заходів до модернізації процесу інформаційного забезпечення керівників підприємств до сучасних інформаційних потреб.

Сьогодні можна сказати, що конкурентна розвідка еволюціонувала, як гібридний процес діяльності зі стратегічного планування і маркетингових досліджень. На одному з етапів розвитку бізнесу, компанії почали широко застосовувати стратегічне планування у своїй діяльності. Важливими складовими всього цього процесу були аналіз конкурента, споживача і постачальника. Однак більшість компаній не були готові до того, щоб збирати й аналізувати інформацію на систематизованій, рутинній, повсякденній основі. Крім того, діяльність з досліджень та діяльність з планування залишалися окремими процесами, без будь-якого тісної взаємодії.

Аналізуючи роботу «Целевая конкуренция», автором якої є фахівець з конкурентної розвідки їх США, де визначається, що конкурентна розвідка дає компанії цілий ряд істотних переваг [5, с. 52]. Зокрема вона здатна:

- виявити нових або потенційних конкурентів;
- прогнозувати зміни на ринку;
- прогнозувати дії конкурентів і партнерів;
- значно спростити процес переймання позитивного досвіду інших компаній;
- допомогти в оцінці доцільності придбання чи відкриття нового

бізнесу;

- вивчити нові технології, продукти або процеси можуть вплинути на бізнес замовника;
- виявити зміни і відреагувати на них раніше, ніж буде пізно це робити;
- виявити слабкі місця конкурента;
- виявити потенційні джерела витоку конфіденційної інформації через співробітників компанії.

Ці можливості обумовлюють напрямки діяльності підрозділів конкурентної розвідки.

Характеризуючи основні напрями діяльності підрозділів конкурентної розвідки, дослідник Ян Гордон [5, с.153] розглядає їх як процес отримання та аналізу публічно доступної інформації для досягнення цілей компанії, полегшуючи організаційне удосконалення, диференціацію і цільову конкуренцію, він допомагає робити наступне:

- виявляти сильні та слабкі сторони конкурентів;
- покращити та диференціювати стратегію компанії.
- конкурувати за дефіцитні ресурси: час, кадри, гроші, знання;
- перемогти конкурента по ключовим факторам досягнення успіху;
- запобігти помилок;
- привабити покупців конкурентів.

Слід зазначити, що з кожним роком змінюються правила гри серед конкуруючих суб'єктів, змінюється конкурентне середовище, змінюється політична ситуація, починається нова ера в технологічному середовищі з розвитком нанотехнологій, тому хочеться сказати, що завдання та цілі залишаються такими як їх описує науковець Ян Гордон, а види діяльності підрозділів конкурентної розвідки разом зі змінами навколишнього конкурентного середовища теж потребують змін.

Науковець Ларі Кенеді в статті «Конкурентна розвідка в конструюванні бізнес-процесу: дослідження в компанії Digital Equipment Corporation» зазначає [3]: «Бізнес, який знаходиться в процесі реконструкції, потребує аналітичних даних та інтуїції фахівців підрозділу конкурентної розвідки, щоб розробити і впровадити такі бізнес-процеси, які б найкращим чином відповідали потребам ринку. Виконання цього завдання вимагає підтримки і схвалення з боку вищого керівництва компанії, а також нового підходу, який докорінно відрізняється від того, що робилося в минулому, і нової інформаційної бази».

А. Тобольський поділяє напрями діяльності конкурентної розвідки на стратегічні (довгострокові) та тактичні (короткострокові) [5]. Як і багато інших науковців він вважає, що процес діяльності підрозділів

конкурентної розвідки має певні цикли [5 с. 53].

Аналізуючи напрями діяльності конкурентної розвідки, в роботі Лемке Г.Э. «Секреты коммерческой разведки» [4] відзначається, що в характеризуються такі напрями діяльності підрозділів конкурентної розвідки, як:

- вивчення й аналіз публікацій конкурента;
- вивчення, аналіз та обробка відкритої інформації про конкурента.

Проаналізувавши характер взаємозв'язків між науковою працею Яна Гордона «Целевая конкуренция» та працею науковця Г.Э. Лемке «Секреты коммерческой разведки», статті Ларі Кенеді «Конкурентна розвідка в конструюванні бізнес-процесу: дослідження в компанії Digital Equipment Corporation» в інформаційно-аналітичному порталі «Технологии разведки для бизнеса», ми бачимо, що напрями діяльності підрозділів конкурентної розвідки мають характер збору інформації про конкурентів.

В даному випадку, провівши дослідження вищезазначених наукових видань, можна поділити напрями діяльності підрозділів конкурентної розвідки на такі типи:

- діяльність пов'язана із збором інформації;
- аналітична діяльність;

Мета статті – на основі наукових досліджень відобразити основні напрями діяльності підрозділів конкурентної розвідки, їх с особливості та характеристики.

Діяльність підрозділів конкурентної розвідки включає нестандартні рішення щодо збору інформації. Тому напрями діяльності мають певні особливості. Серед спеціалістів конкурентної розвідки існує таке поняття, як етичні норми, що відображає в собі ту межу, яка існує між конкурентною розвідкою та недобросовісною конкуренцією.

Баяндин М.І. «Этические проблемы ведения деловой разведки» російського інституту безпеки бізнесу в своїй науковій статті, опублікованій в інформаційно-аналітичному порталі Agentura.Ru [1], характеризує границю між промисловим шпигунством та конкурентною розвідкою таким чином:

Основна відмінність конкурентної розвідки від промислового шпигунства – пошук і отримання всієї необхідної інформації виключно законними (з точки зору норм існуючого права) методами. Відмінністю ділової розвідки від промислового шпигунства є те, що конкурентна розвідка проводиться в рамках діючих правових норм, і свої результати отримує завдяки аналітичній обробці величезної кількості різноманітних відкритих інформаційних матеріалів. Поява нових інформаційних

технологій (мережевих структур, комерційних баз даних, систем пошуку інформації і т.д.) і відносна дешевизна доступу до інформаційних ресурсів дозволяють аналітикам конкурентної розвідки готувати якісні матеріали, придатні для прийняття рішень керівництвом компаній.

Методи промислового шпигунства орієнтовані на використання всіх доступних засобів для отримання шуканих інформації, в тому числі як пряме порушення законів (шантаж, підкуп, злочинство, насильство і т.д.), так і неетичні методи (обман, поширення компрометуючих відомостей, випитування і т.і.). Методи ділової розвідки виключають використання кримінально карних коштів, і в більшою мірою орієнтовані на цивілізовані способи ведення бізнесу. Однак межа між неетичними і неетичними методами ведення ділової розвідки (хоча і при дотриманні в обох випадках діючих законів) залишається дуже розмитою.

Якщо брати «етичний кодекс американського суспільства професіоналів конкурентної розвідки Scip» [2], який пропонує дотримуватись етичних норм в процесі ведення конкурентної розвідки, то основними засобами в діловій битві пропонується використовувати інтелектуальний ресурс.

Проводячи паралель між вище зазначеними науковими працями виділяючи основні думки науковців та провівши аналіз взаємозв'язків між науковими визначеннями можна сказати, що діяльність підрозділів конкурентної розвідки повинна бути регламентована етичними нормами так, як межа між недобросовісною конкуренцією та діяльністю в правовому полі дуже тонка.

Автором на основі інформації з використаних джерел складено таблицю, що відображає основні напрями діяльності підрозділів конкурентної розвідки їх особливості та характеристики.

Напрями діяльності підрозділів конкурентної розвідки

Робота з відкритими джерелами	Недобросовісна конкуренція
Діяльність пов'язана зі збором інформації	Промислове шпигунство, підкуп працівників конкуруючих суб'єктів господарювання, шантаж, погрози, вбивство, копіювання промислових товарів та випуск під іншою торговою маркою. Формування враження про неспроможність підприємства виконати певні дії або підвищені його можливості щодо таких дій.
Аналітична діяльність	
Діяльність спрямована на попередження недобросовісної конкуренції	Пропаганда, контрпропаганда, чорний піар, замовлення дезінформуючі статей в ЗМІ.

Будь-які напрямки діяльності підрозділів конкурентної розвідки включають в себе такі елементи як збір та аналіз інформації. Цей процес має певні цикли, початковим є визначення об'єкту інформаційного дослідження, а кінцевим доповідь керівнику організації. Останній можна вважати готовим інформаційним продуктом, який детально перевіряється та оцінюється на предмет достовірності.

Особливості діяльності підрозділів конкурентної розвідки полягають у швидкій адаптації до інформаційного середовища як джерела інформації, з метою визначення напрямів оптимізації збору та аналізу інформації. Вони характеризуються широким спектром інструментів збору інформації та методів її аналізу, що поєднуються в спеціалізовані та адаптивні до сучасних умов технології діяльності підрозділів конкурентної розвідки.

Весь цей комплекс інформаційно-аналітичних заходів складає основу економічної безпеки підприємств.

1.Баяндин Н.И. Этические проблемы ведения деловой разведки / Институт безопасности бизнеса / МЭИ – технический университет / Источник www.agentura.ru.

2.Етичний кодекс спілки професіоналів з конкурентної розвідки SCIP / Інтернет ресурс / режим доступу <http://www.scip.org/About/content.cfm?ItemNumber=578&navItemNumber=504>.

3.Ларри Кеннеди Конкурентная разведка в конструировании бизнес-процесса: исследование в компании Digital Equipment Corporation/интернет ресурс / <http://it2b.ru/blog/arhiv/305.html#cut>.

4.Лемке Г.Э. Секреты коммерческой разведки. – М.: Ось-89, 2008. – 234 с.

5.Гордон Я. Целевая конкуренция; пер. с англ. [С. Жильцов, И. Малкова, Е. Федорова]. – М.: Вершина, 2006. – 368 с.

Отримано 22.03.2013

УДК 657.47

О.А.ШЕВЧУК, канд. екон. наук

Тернопільський національний економічний університет

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ В УПРАВЛІНСЬКОМУ ОБЛІКУ

Розглянуто особливості класифікації витрат в аспекті управлінського обліку на промислових підприємствах, а також варіанти її практичного застосування і відображення в обліковій системі підприємства. Подано авторські рекомендації щодо розробки ефективної моделі класифікації витрат підприємств в рамках управлінського обліку.

Рассмотрены особенности классификации расходов в аспекте управленческого учета на промышленных предприятиях, а также варианты ее практического применения и отражения в учетной системе предприятия. Представлены авторские рекомендации по разработке эффективной модели классификации расходов предприятий в рамках управленческого учета.