

## **ОБЗОР И АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ В ИНТЕРНЕТЕ, КАК ИНСТРУМЕНТА ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Сергиеня Д. С., магистр*

*Научный руководитель: Данилов А. Д., старший преподаватель  
Харьковский Национальный Университет Радиоэлектроники*

В последнее время выросла роль знаний о действиях и возможностях конкурентов (замыслах, планах, коммуникативных связях), так как эти знания могут повлиять на развитие компании. Знание конкурентной ситуации позволяет получить конкурентное преимущество в различных сферах, минимизирует риски, предупреждает появление угроз и способствует устойчивому развитию. Поэтому в современных условиях особенно актуальной становится тема осуществления конкурентной разведки [1].

В первую очередь применение методов конкурентной разведки является актуальным в Интернете. Дудихин В. В. утверждает: “Internet в его нынешней форме представляет собой конгломерат различных по своему виду, значению, достоверности и ценности источников информации. К величайшему сожалению, большая часть его ресурсов - информационный мусор. Так что умение ориентироваться в этом безграничном информационном пространстве - уже половина дела” [2]. Это выражение очень хорошо характеризует состояние Интернета в наше время, но когда необходимо определить риски или возможности компании, основываясь на результатах конкурентной разведки при ориентации на недостоверные источники можно не только не извлечь с нее пользы, но и совсем наоборот.

Рассмотрим возможности нахождения необходимой информации наблюдателем, воспользовавшись источниками информации в Интернете.

Одним из самых достоверных источников стоит считать информационные агентства. Информация, которую они предоставляют, обычно является актуальной на данный момент и достоверной. Очень важным в этой информации также является то, что она минимально подвержена комментариям и неверным трактовкам, а более делает упор на факты. Это позволяет нам отслеживать политическую, экономическую, социальную информацию в регионе, стране или мире в реальном времени и основываясь на этой информации самим делать выводы и принимать своевременные решения которые смогут увеличить прибыль, уменьшить вероятные расходы или получить конкурентное преимущество основанное на каком либо ином показателе.

Далее рассмотрим информацию в средствах массовой информации (СМИ). СМИ можно рассматривать, как информационный ресурс, который преобразует факты. Обычно сведения, которые подаются в СМИ, собираются, структурируются и обрабатываются. В результате этих операций мы получаем недостоверную информацию. Также эти операции приводят к тому, что СМИ подают информацию менее оперативно, чем информационные агентства. Из этой информации, понимая, чья точка зрения освещается средствами СМИ, и

как его влияние затрагивает вашу сферу деятельности можно строить планы опираясь на эту точку зрения и отношение ее к определенным событиям. Правильно используя эту информацию можно извлечь большую выгоду для ведения бизнеса.

Остальные ресурсы целесообразно называть ординарными сайтами, которые являются огромным хранилищем информации, процент достоверности и актуальности которой невелик. Эти сайты могут содержать всё что угодно, по этому для того, чтоб получить полезную для себя информацию стоит определить, кто ее изложил, или кому принадлежит сайт. В случае принадлежности сайта юридическому лицу или государственной структуре можно использовать эту информацию, но с учётом понимания заинтересованности данных лиц к информации в этом ресурсе. Остальная информация не дает точной правдивости, так как не юридические лица могут публиковать всё, что угодно. Этот факт дает основание сомневаться в правильности применения этих знаний к бизнесу, так как это может ухудшить ваши экономические показатели.

Очень важно понимать, где и как стоит получать информацию в Интернете, так как если вы хотите обезопасить свое дело от ненужных растрат и проблем, и хотите повысить свою прибыль, конкурентоспособность, уменьшить расходы или улучшить свое имя, что в последствии улучшит экономические показатели, то стоит огромное внимание уделить достоверности той информации, которую вы получаете в Интернете [3].

Проведенный обзор эффективности применения конкурентной разведки при ведении бизнеса наглядно показывает целесообразность применения методов конкурентной разведки при работе с информацией с целью повышения конкурентоспособности предприятия и обеспечения его устойчивого развития.

### **Литература.**

1. АИС: Конкурентная разведка в интернете [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://infosystems.ru/services/konkurentnaya\\_r\\_638.html](http://infosystems.ru/services/konkurentnaya_r_638.html)- 15.10.2015 г.
2. Дудихин В.В., Дудихина О.В. “Конкурентная разведка в Интернет” М. 2004.
3. Конкурентная разведка [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://mtc.md/consulting/Competitive%20intelligence%20ru.htm> - 16.10.2015 г.

## **ПОНЯТТЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

*Шелегова А. А., студентка*

*Науковий керівник Стогул О. І., к.е.н, доцент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Конкурентоспроможність будь-якої організації, незалежно від форми її власності і розмірів, залежить в першу чергу від якості її продукції та сумірності ціни цієї продукції з пропонованим якістю, тобто від того, якою мірою продукція підприємства задовольняє запитам споживача. Якість