

РОЗДІЛ II

Суспільні комунікації

УДК 001.92:334:172

**Любов Добржанська,
Наталія Карпчук**

Соціальна відповідальність та інформаційна етика конкурентної розвідки в організаціях

Проблема інформаційної етики конкурентної розвідки стає особливо актуальною через активне бажання підвищувати конкурентоспроможність організацій і підтримувати максимально позитивний імідж компаній. Кодекс етики вважають загальноприйнятим елементом ведення конкурентної розвідки, адже він сприяє зростанню капіталізації та прихильності серед партнерів і споживачів. Виконуючи репутаційну, управлінську функції й функцію розвитку корпоративної культури, кодекс формує довіру до організації, бо моральна відповідальність співробітників означає надійність і стабільність.

Основними завданнями дослідження є: 1) з'ясувати роль і місце конкурентної розвідки в інформаційному забезпеченні конкурентоспроможності організацій; 2) дослідити використання етики конкурентної розвідки у практичній діяльності; 3) розробити рекомендації щодо оцінки рівня професійності та дотримання етичних норм у роботі спеціалістів конкурентної розвідки. Для вирішення поставлених у роботі задач було використано декілька наукових підходів, а саме: інформаційний підхід (збір та аналіз інформації), системний підхід (дослідження структури, взаємозв'язків, функціонування, суті та особливості елементів системи), синергетичний підхід (аналіз шляхів розвитку, результатів майбутньої взаємодії).

У статті розкрито значення та роль кодексу етики в діяльності конкурентної розвідки; на основі типових ситуацій у сфері КР проаналізовано та визначено правильну поведінку КР-спеціалістів у роботі; дослідження критеріїв оцінки професійності КР-фахівців дало змогу визначити характерні особливості та навички, яким повинен володіти професіонал конкурентної розвідки. Наголошено, що КР-професіонали повинні володіти необхідними етичними та професійними навичками, зокрема, аналітичною, комунікаційною, етичною, мережевою майстерністю. На основі SWOT-аналізу проведено оцінку рівня професійності та використання етичних норм у роботі КР-професіоналів.

Ключові слова: конкурентна розвідка, інформаційна етика, КР-професіонал, кодекс етики, інфоетика.

Постановка наукової проблеми та її значення. Важливість конкурентної розвідки в Інтернет-середовищі, організаціях й установах набула широкого визнання. Використання цього інструменту стало потребою сьогодення. Механізм конкурентної розвідки забезпечує підвищення якості інформації, швидке прийняття рішень, систематичне вдосконалення організаційних процесів, зростання ефективності в процесі роботи. Проблема інформаційної етики конкурентної розвідки стає особливо актуальною через активне бажання підвищувати конкурентоспроможність організацій та підтримувати максимально позитивний імідж компаній.

Мета статті – дослідити й проаналізувати процес використання інформаційної етики конкурентної розвідки в практичній діяльності та розробити рекомендації щодо оцінювання рівня професійності КР-професіоналів.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Упродовж останнього десятиліття конкурентна розвідка стала одним з основних механізмів прийняття стратегічних рішень в організаціях. КР – це етичний і легальний вид діяльності, у центрі якого є дослідження конкурентного середовища. Процес КР передбачає збір інформації, перетворення її в розвідку, а потім використання результатів у рішеннях. КР часто розглядають як синонім аналізу конкурентів, але конкурентна розвідка включає набагато більше залучених об'єктів: клієнтів, конкурентів, дистриб'юторів, технологій, макроекономічних показників тощо.

Конкурентна розвідка – сукупність правових й етичних методів збору, обробки, аналізу та поширення корисної інформації, що стосується конкурентів, постачальників, клієнтів, самої організації й конкурентного середовища. Сьогодні КР забезпечує керівництво знаннями щодо планів конкурентів, які будуть утілені в майбутньому, наприклад їхня нова лінія продуктів, рентабельність, цільові ринки, потенційні клієнти [8].

Кодекс етики вважається загальноприйнятим елементом ведення конкурентної розвідки; він сприяє зростанню капіталізації та прихильності серед партнерів і споживачів. Кодекс формує довіру до організації, тому що моральна відповідальність співробітників означає надійність і стабільність. Також його існування показує рівень корпоративного управління. При цьому кодекс – публічний документ управління. Він не повинен бути формальним, оскільки невідповідність реальності негативно впливає на імідж організації [1].

Кодекс – це конвенція, угода, система правил, які обов'язкові для обох сторін; спосіб самоорганізації співтовариства професіоналів, що підвищує його статус, імідж і професіоналізм. Прийняття кодексу забезпечує формування нового спеціально створеного соціального та морального середовища, більш сприятливого для діяльності. Ціль кодексу – зробити співпрацю між організаціями узгодженою, стабільною й контролюючою. Етичний кодекс – набір правил і норм поведінки, які підтримують учасники відповідної групи. Це допомагає втілювати актуальні моделі поведінки й регулювати клімат у стосунках і спільній роботі членів організації [5].

Щодо причин прийняття кодексу етики, то серед них можна виділити такі: 1) чинне законодавство, яке регламентує права й обов'язки конкретних спеціалістів, не може охопити своїм регулюванням усі аспекти їхньої професійної діяльності, тому й виникає потреба в додатковому регулюванні дій і поведінки співробітників. Логічний той факт, що найкраща розробка кодексу буде здійснена спеціалістами з відповідної сфери діяльності; 2) оскільки правове регулювання має свої межі, то законодавець прагне мінімізувати своє вторгнення до морально-етичної сфери суспільства, яка традиційно регламентується релігійними

й моральними нормами, звичаями та традиціями. У цьому випадку прийняття етичного кодексу варто розглядати як результат упорядкування суспільних відносин усередині організації силами самої організації. Існування кодексу етики – показник моральної зрілості організації, яка може без допомоги державної влади самостійно регламентувати поведінку своїх членів; 3) завдання кодексу етики полягає в тому, щоб демонструвати паралельні думки співробітників про «добро» й «зло». Цього можна досягнути, сформувавши моральні ідеали, на яких ґрунтується та чи інша професійна діяльність, склавши їх в обов'язкові до виконання етичні принципи й норми організації; 4) новим співробітникам простіше влитися в колектив, коли з одного офіційного джерела чітко зрозуміло, за якими правилами цей колектив живе. Для того, щоб дізнатися про всі правила, потрібно пропрацювати в компанії не менше ніж півроку, оскільки лише за цей період можливо ознайомитися з усіма інструкціями, положеннями, зрозуміти їх суть, цілі та принципи організації. Кодекс етики допомагає зробити це набагато швидше. Також на етапі відбору нових працівників із допомогою кодексу можна відгородити компанію від людей, які не підтримують її цінності та переконання [2].

Кодекс етики може виконувати три основні функції: 1) репутаційну, яка полягає у формуванні довіри до компанії зі сторони референтних зовнішніх груп (опис політик, традиційно закріплених у міжнародній практиці стосовно клієнтів, підрядників, постачальників тощо). Отже, кодекс є інструментом корпоративного PR і сприяє підвищенню іміджу організації; наявність кодексу етики стає загальносвітовим стандартом ведення конкурентної розвідки; 2) управлінську, яка відповідає за регламентацію поведінки в складних етичних ситуаціях; підвищення ефективності діяльності членів організації здійснюється через регламентацію пріоритетів у взаємодії з важливими зовнішніми групами, визначення порядку прийняття рішень у складних етичних ситуаціях, зазначення неприпустимих форм поведінки; 3) розвиток корпоративної культури [4].

Варто зауважити, що немає універсальної форми кодексу етики конкурентної розвідки. Кодекси можуть відрізнятися формою викладеного змісту та структурою підрозділів. Це залежить від конкретних галузей, регіонів, організацій, підприємств, поглядів

керівництва тощо. Проте в будь-якому разі основа кодексу етики будується на таких принципах [6]:

1. Принцип відкритості: кодекс етики повинен бути зрозумілим і доступно представленим. Якщо принципи поведінки інтерпретовані занадто складно, добитися успіху в діяльності та сприйнятті кодексу етики членами організації буде дуже важко.

2. Принцип людської гідності: основа кодексу етики конкурентної розвідки містить норми взаємодії й спілкування з клієнтами та партнерами. Тому в ньому повинні бути закладені принципи взаємної поваги та поваги людської гідності.

3. Принцип співучасті: підтримка співробітниками норм поведінки, які є в кодексі, та можливість членів організації брати участь у розв'язанні проблем.

Для правильної організації конкурентної розвідки компанії потрібний власний набір етичних правил – кодекс поведінки. Є основні стандарти стосовно збору інформації. Більшість із них зорієнтована на такі мінімальні вимоги, які дають змогу не порушувати закони різного рівня, зокрема нелегальні спроби отримати комерційну таємницю; незаконне отримання будь-якої інформації від конкурента силою чи обманом; відмова від протиправних дій (наприклад порушення права власності або перехоплення телефонних повідомлень) під час збору даних; повернення власникові конфіденційної та приватної інформації, отриманої випадково або ненавмисно. У разі отримання конфіденційної державної інформації влада повинна бути поінформована щодо порушення державної безпеки [7].

Істотним показником того, що галузь конкурентної розвідки стала повноцінною сферою діяльності, є створення організацій для просування інтересів своїх клієнтів. У 1986 р. засновано Організацію професіоналів конкурентної розвідки (SCIP) в США. Ця організація має великий попит серед світових бізнес-структур. Із 1990 р. аналогічні органи SCIP почали виникати по всьому світі. Одним із головних досягнень SCIP є розроблення кодексу етики для управління діяльністю КР.

Кодекс етики Організації спеціалістів конкурентної розвідки містить такі принципи: 1) постійно прагнути збільшення поваги й визнання до цієї професії на всіх державних рівнях: члени SCIP

повинні просувати інтереси професії КР, намагаючись продемонструвати її цінність та важливість; якість роботи й стандартів професійної цілісності окремого члена повинні також сприяти позитивній репутації та репутації професії загалом; 2) не порушувати внутрішньодержавні й міжнародні закони; 3) під час ділової зустрічі потрібно подавати всю інформацію щодо справи, у т. ч. належність до організації: важливо, щоб співробітники повідомляли свої справжні імена; 4) уникати конфліктів інтересів під час виконання своїх обов'язків: фахівці КР повинні утримуватися від зловживання інформацією, наприклад спроба використання торгових цінних паперів, отриманих під час виконання своїх обов'язків. Консультанти, які надають послуги КР, не повинні використовувати конфіденційну інформацію про своїх клієнтів із попередніх проектів; 5) забезпечувати чесними, реалістичними рекомендаціями й висновками; 6) просувати кодекс етики в межах своєї компанії та для зовнішніх співробітників; 7) дотримуватися й підтримувати політику, цілі та керівні принципи організації: потенційні клієнти зобов'язані ознайомлюватися з правилами перед згодою працювати над проектом, щоб мінімізувати виникнення додаткових проблем і непорозумінь [10].

Кожна організація визначає власні завдання, для розв'язання яких вона використовує такий інструмент, як кодекс етики конкурентної розвідки. Проте створення кодексу – це не тільки написаний текст документа. Існує специфіка виконання: змусити виконувати етичний кодекс неможливо. Для того, щоб він справді функціонував, ще на етапі його створення потрібно передбачити процедури, які б уключали в процес розроблення документа по можливості всіх співробітників організації. За таких умов імовірність дотримання етичних принципів і норм поведінки майже стовідсоткова.

Кожен елемент системи конкурентної розвідки має свої особливості. Етика – важливий інструмент у побудові ефективної та правильної розвідки. Тому всі етапи КР повинні відповідати принципам інформаційної етики. Розглянемо докладніше складові елементи системи й проаналізуємо використання етики конкурентної розвідки:

1. Планування розвідувальних дій: обов'язкова ідентифікація особистості та організації, яка займається конкурентною розвідкою; інформування керівництва щодо можливих змін і переформування завдань розвідки; переконання в тому, що замовник підтримує етичний кодекс організації з КР.

2. Збір інформації: не можна використовувати й поширювати конфіденційну інформацію; не порушувати права інтелектуальної власності; комерційна таємниця не загальнодоступна, тому не використовується в дослідженнях конкурентів.

3. Аналіз даних: при обробці персональних даних потрібно мати офіційне підтвердження того, що інформація загальнодоступна; запобігання упередженості в оцінці даних; регулярна верифікація інформації.

4. Презентація результатів: результат має бути точним і безпечним; забезпечення повною й актуальною інформацією; якість готового продукту відповідає за цілісність системи КР.

5. Використання оброблених даних: сприяти покращенню захисту інформації; забезпечувати швидкий доступ до інформації.

6. Удосконалення розвідувальних планів: прагнення підтримки й покращення професійних знань та навичок; сприяти поширенню моральних цінностей на всіх рівнях функціонування організації [3].

Збільшення будь-якого типу знань і розвідки, які не є загальними для всіх сторін, сприяють можливості виникнення неетичної поведінки, тобто те, що може бути, наприклад, корпоративним шпигунством, не є видом діяльності конкурентної розвідки. Проте існує реальна небезпека виходу за межі етичної поведінки. Фахівці з конкурентної розвідки повинні бути обачливими, особливо коли прагнуть до підвищення продуктивності, щоб не перетнути лінію незаконних видів діяльності.

За даними Організації професіоналів конкурентної розвідки (SCIP), КР – це процес етичного збору, аналізу й використання точної, актуальної інформації щодо конкурентного середовища. Ефективна розвідка передбачає конкретні фази, які працюють у безперервному циклі. Усі етапи взаємопов'язані між собою – успіх одного визначає успіх інших. Отже, спеціалісти конкурентної розвідки повинні володіти потрібними етичними та професійними

навичками, щоб забезпечити систему КР усіма інструментами, зокрема [9]:

1. Аналітична майстерність: у процесі конкурентної розвідки потрібно працювати з потенційними клієнтами, щоб виявити їхні потреби, а потім інтерпретувати їх у ключові завдання розвідки. Аналітичні навички також забезпечують професійний збір інформації. Розвідник повинен знати, як забезпечити достовірність і надійність джерел інформації; як провести паралель та визначити відмінність між передбаченням і припущенням.

2. Комунікаційна майстерність: ефективна розвідка вимагає регулярної серії переговорів із керівниками в організації, щоб зрозуміти їхні вимоги. Це має важливе значення для фахівців КР, оскільки розвиток і вдосконалення вмінь інтерв'ювання впливає на співпрацю з потенційними клієнтами, від яких залежить дозвіл на збір й аналіз відповідної інформації.

3. Етична майстерність: головне завдання КР-аналітика полягає в етичному й законному зборі даних. Надійний та справжній фахівець конкурентної розвідки через поєднання своїх професійних здібностей та етичної поведінки виконує завдання з максимальною ефективністю.

4. Мережева майстерність: не всю потрібну інформацію можна отримати з опублікованих ресурсів, найкращі результати може дати контакт із людьми. Людські джерела – це не тільки цінна інформація, а й пояснення відповідних наслідків. Якщо особистість не може виступати як постачальник інформації, то вона може направити до джерела інформації. Варто відзначити, що мережеві навички повинні добре поєднуватися з навичками етики та спілкування.

Ми оцінили рівень професійності й використання етичних норм у роботі КР-професіоналів, використовуючи SWOT – аналіз. Основою є вивчені ситуації, що виникають у процесі конкурентної розвідки, завдання, цілі, професійні й моральні цінності спеціалістів КР. Результати SWOT-самоаналізу наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати SWOT – самоаналізу

SWOT	Можливості (O):	Загрози (T):
	1) ідентифікація особистості; 2) збір інформації через прямий контакт з конкурентами; 3) забезпечення конфіденційності даних; 4) мінімізація проблем.	1) вплив нечесних гравців; 2) зловживання інформацією; 3) дезінформування; 4) фальсифікація; 5) вторгнення в приватне життя.
Сильні сторони (S): 1) мультифункціональність; 2) чесність; 3) відповідальність; 4) справедливість; 5) повага до приватного життя; 6) раціональність; 7) оперативність.	Чесний та відповідальний фахівець здійснює пошук інформації виключно законними способами та гарантує захист даних та їх нерозголошення. Мультифункціональний спеціаліст зможе вирішити проблеми, як комерційного характеру, так і юридичного або організаційного.	Оперативний КР-аналітик усуне проблему та профільтрує оточення від недобросовісних партнерів та клієнтів. Слід спроектувати свою реакцію, щоб мінімізувати негативні наслідки. Співробітники КР повинні підтримувати та поширювати між собою етичні принципи, щоб уникнути неправомірних дій роботи з інформацією, тобто її зловживання.
Слабкі сторони (W):	При відсутності саморегулювання,	Відсутність верифікації джерел інформації та осіб

<p>1) упередженість; 2) відсутність саморегулювання; 3) власна думка; 4) слабка поінформованість.</p>	<p>спеціаліст КР ставить під загрозу свій авторитет та організацію в цілому. Упередженість з боку КР-аналітиків може викликати додаткові проблеми при вирішенні поставлених завдань щодо аналізу конкурентів. Через недостатню поінформованість працівники можуть ненавмисно поширити конфіденційну інформацію.</p>	<p>у системі конкурентної розвідки викликає загрози для фахівців КР. Упереджене ставлення (передчасна оцінка ситуації) до змісту завдання розвідки призводить до взаємодії з небезпечними особами, використання забороненої інформації та здійснення дій, які суперечать кодексу етики.</p>
---	---	---

З огляду на результати аналізу, можна створити портрет професіонала конкурентної розвідки. По-перше, КР-спеціаліст повинен дотримуватись етичних принципів у процесі збору та використання інформації, не порушуючи законодавство: захищати інформацію; не поширювати конфіденційні дані; мати дозвіл на використання особистої інформації. По-друге, етика спілкування – важливий елемент у роботі фахівця КР. При зборі даних через прямий контакт із конкурентами потрібно ідентифікувати себе та свою організацію. По-третє, професіонал повинен швидко реагувати й розв’язувати проблеми, що мають неетичні й негативні наслідки для організації. По-четверте, поширення моральних та етичних цінностей в організації в організації – невід’ємний обов’язок для КР-спеціаліста.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, сфера конкурентної розвідки поєднує в собі широкий спектр службових обов’язків. Проте ця професія прагне вдосконалити й підвищити імідж розуміння «розвідки» серед суспільства. Справжні професіонали своєї справи можуть показати на своєму прикладі суть діяльності конкурентної розвідки. Поєднання професійних навичок й

етичних цінностей – запорука успішності спеціаліста конкурентної розвідки.

Список використаних джерел

1. Кодекс корпоративной этики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://constructor.ru/karera/kodeksa-korporativnoj-etiki.html>
2. Кодекс профессиональной этики: понятие и юридическое значение [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://studbooks.net/584501/etika_i_estetika/kodeks_professionalnoy_etiki_ponyatie_yuridicheskoe_znachenie
3. Конкурентная разведка в коммерческом банке [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.itctraining.ru/biblioteka/bezopasnost/konkurentnaya-razvedka-v-banke/>
4. Стернин И. Кодекс корпоративной этики: каждой компании – свой кодекс [Электронный ресурс] / И. Стернин, Н. Панферова. – Режим доступа : https://iteam.ru/publications/corporation/section_94/article_3227
5. Этические кодексы и их роль в повышении профессионализма // Краткий курс лекций по дисциплине «Деловая этика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://studme.org/1733101219300/etika_i_estetika/eticheskie_kodeksy_rol_povyshenii_professionalizma
6. Этический кодекс – регулятор реализации ответственности // Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://studme.org/67741/menedzhment/eticheskiy_kodeks_regulyator_realizatsii_otvetstvennosti
7. Andres M. C. Ethical Differences: A Literature Review of the Ethics of Competitive Intelligence for the LIS Professional / M. C. Andres [Electronic resource] // Journal of Library and Information Sciences. – 2016. – ? 1. – P. 1–15. – Mode of access : http://jlisnet.com/journals/jlis/Vol_4_No_1_June_2016/1.pdf
8. Bartes F. Action Plan – Basis of Competitive Intelligence Activities / F. Bartes // Economics and Management. – 2011. – P. 664–669.
9. Bharu K. The Skills of Competitive Intelligence Practitioners: Complementing the Cycle of Competitive Intelligence / K. Bharu [Electronic resource] // Entrepreneurship Vision 2020: Innovation, Development Sustainability, and Economic Growth. – Mode of access : http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://umkeprints.umk.edu.my/1505/1/paper%2520102.pdf&gws_rd=cr&ei=54PjWNb4FIGwsQG7uqzACg
10. Code of ethics. SCIP [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.scip.org/?page=CodeofEthics>

Добржанская Любовь, Карпчук Наталья. Социальная ответственность и информационная этика конкурентной разведки в организациях. Проблема информационной этики конкурентной разведки становится особенно актуальной через активное желание повышать конкурентоспособность организаций и поддерживать максимально положительный имидж компаний. Кодекс этики считают общепринятым элементом ведения конкурентной разведки, ведь он способствует росту капитализации и приверженности среди партнеров и потребителей. Выполняя репутационную, управленческую функции и функцию развития корпоративной культуры, кодекс формирует доверие к организации, потому что моральная ответственность сотрудников означает надежность и стабильность.

Основными задачами исследования являются: 1) выяснить роль и место конкурентной разведки в информационном обеспечении конкурентоспособности организаций; 2) исследовать использование этики конкурентной разведки в практической деятельности; 3) вынести рекомендации по оценке уровня профессионализма и соблюдения этических норм в работе специалистов конкурентной разведки. Для решения поставленных в работе задач были использованы несколько научных подходов, а именно: информационный подход (сбор и анализ информации), системный подход (исследование структуры, взаимосвязей, функционирования, суть и особенности элементов системы), синергетический подход (анализ путей развития, результатов будущего взаимодействия).

Раскрыто значение и роль кодекса этики в деятельности конкурентной разведки; на основе типичных ситуаций в сфере КР проанализировано и определено правильное поведение КР-специалистов в работе; исследование критериев оценки профессионализма КР-специалистов позволяет определить характерные особенности и навыки, которым должен обладать профессионал конкурентной разведки. Отмечено, что КР-профессионалы должны обладать необходимыми этическими и профессиональными навыками, в частности, аналитическим, коммуникационным, этическим, сетевым мастерством. На основе SWOT-анализа проведена оценка уровня профессионализма и использования этических норм в работе КР-профессионалов.

Ключевы слова: конкурентная разведка, информационная этика, КР-профессионал, кодекс этики, инфоэтика.

Dobrzhanska Lyubov, Karpchuk Natalia. Social Responsibility and Ethics of Competitive Intelligence Information in Organizations. The problem of information ethics of competitive intelligence becomes especially relevant because of the active desire to increase the competitiveness of organizations and maintain the most positive image of companies. The Code of Ethics is considered

to be a common element of conducting competitive intelligence, since it promotes capitalization and commitment among partners and consumers. By performing reputation, management functions and the function of developing corporate culture, the code builds trust in the organization, because the moral responsibility of employees means reliability and stability.

The main objectives of the research are: 1) to clarify the role of competitive intelligence in the information support of competitive organizations; 2) to study the practical application of competitive intelligence ethics; 3) to make recommendations to assess the level of professionalism and ethics of the competitive intelligence professionals. To solve the problems of the research several approaches were used, including: information approach (collection and analysis of information), system approach (study of the structure, relationships, function, nature and characteristics of system elements), synergetic approach (analysis of ways, results of future interactions).

The author discovered the importance and role of the ethics code in competitive intelligence; analyzed and identified the correct behavior of CI professionals at work; the research evaluation criteria of professionalism of CI professionals made it possible to determine the characteristics and skills that a professional should possess. It was emphasized that CI professionals should have the necessary ethical and professional skills, in particular, analytical, communication, ethical, network skills. On the basis of the SWOT-analysis, an assessment of the level of professionalism and the use of ethical norms in the work of CP-professionals has been conducted.

Key words: competitive intelligence, information ethics, CI-professional, code of ethics, infoethics..

Стаття надійшла до редколегії
05.05.2017 р.

УДК 334:343.534

**Тетяна Міщук,
Антоніна Митко**

Особливості конкурентної розвідки та шпіонажу на підприємствах

У статті досліджено процеси промислового шпигунства та конкурентної розвідки як прихованих форм отримання конфіденційної