

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-26>

УДК 338.2

КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КОМПАНІЇ «AMAZON»

COMPETITIVE INTELLIGENCE IN ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF THE COMPANY «AMAZON»

Воробйова Валерія Валеріївна

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3913-1289>

Джур Ольга Євгенівна

кандидат технічних наук, доцент,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3307-9985>

Vorobiova Valeriia, Dzhur Olha
Oles Honchar Dnipro National University

У статті здійснено аналіз можливостей розвитку розвідувальної діяльності та конкурентної розвідки в компанії «Amazon». Проаналізовані різні аспекти розвідування в «Amazon», включаючи оптимізацію бізнес-процесів, вдосконалення логістики, аналіз попиту та управління запасами. Було доведено, що розвідування допомагає створювати конкурентні переваги, надає компанії можливість бути попереду в конкурентній боротьбі і відіграє важливу роль у забезпеченні адаптивності «Amazon» до змін на ринку. Виділені підходи по ефективному використанню ресурсів компанії завдяки систематичному аналізу ринкових умов та конкурентного середовища. Також відзначено, що розвідування виступає джерелом інновацій для «Amazon», так як воно сприяє дослідженню технологічних новинок та адаптації власної стратегії до актуальних потреб споживачів. Обґрунтовано, що розвідування та конкурентна розвідка грають ключову роль у забезпеченні економічної безпеки «Amazon», активно формують ринок і створюють умови для стратегічного розвитку та довгострокового успіху на ринку електронної комерції.

Ключові слова: розвідка, розвідувальна діяльність, конкурентна розвідка, економічна безпека, Amazon.

This comprehensive article undertakes an in-depth analysis of the potential development of intelligence and competitive reconnaissance within the corporate landscape of Amazon, asserting that these strategic directions play a pivotal role in ensuring the economic security of the company. The research conducted within the article affirms the critical importance of judiciously employing intelligence to enhance the efficacy of strategies, secure leadership within the industry, and attain long-term stability in the highly dynamic electronic commerce market. Amazon recognizes intelligence as a fundamental instrument for ensuring economic security and harnesses its power for the systematic collection and analysis of data pertaining to market trends, customer behavior, and competitive forces. The article sheds light on various facets of intelligence within Amazon, spanning the optimization of business processes, refinement of logistics, analysis of demand, and effective inventory management. It underscores how intelligence not only contributes to creating competitive advantages but also empowers the company to stay ahead in the competitive landscape, playing a pivotal role in adapting to market changes. Special attention is devoted to the efficient allocation of resources through systematic analysis of market conditions and the competitive landscape. Furthermore, intelligence is identified as a wellspring of innovation for Amazon, facilitating the exploration of technological novelties and the adaptation of strategies to the evolving needs of consumers. In conclusion, the article underscores the indispensable role of intelligence and competitive reconnaissance in ensuring the economic security of Amazon. The key themes encompass intelligence, competitive intelligence, Amazon, strategy efficacy, economic security, industry leadership, electronic commerce, data collection and analysis, business process optimization, logistics, demand analysis, inventory management, competitive advantages, market trends, adaptability, resource optimization, innovation, technological advancements, and consumer behavior.

Keywords: intelligence, intelligence activities, competitive intelligence, economic security, Amazon.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізаційному світі з високим рівнем конкуренції розвідувальна діяльність та конкурентна розвідка стають важливими стратегічними інструментами забезпечення економічної безпеки підприємств. Зокрема, використання розвідувальних можливостей має визначальне значення для посилення конкурентоспроможності підприємств на ринку. Особливу активність в цьому проявляють такі великі міжнародні корпорації, як «Amazon». Актуальним завданням для подальшого вдосконалення стратегій підприємств та розробки ефективних заходів економічної безпеки в умовах сучасного бізнес-середовища є глибокий аналіз їхньої розвідувальної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню розвідувальної діяльності підприємств присвячені праці багатьох вітчизняних науковців, зокрема Живко З. Б., Керницького І. С., Копитко М. І. [1]. Особливості проведення підприємствами конкурентної розвідки розглядали Полторак В.А. [8], Блянюк І. Я. [9], Колосок А. М., Скорук О. В., Сумець О. М., Тумар М. Б. та ін. Вітчизняними і зарубіжними вченими досліджувалися стратегії, які використовують підприємства для збору та аналізу інформації про конкурентів, взаємозв'язки між активністю в галузі розвідування та здатністю підприємств бути конкурентоспроможним на ринку і застосування новітніх технологій в розвідувальній діяльності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження, моніторинг засобів і методів розвідувальної діяльності досвідчених лідерів ринку потребує особливої уваги, оскільки саме компанії із значним потенціалом мають потенціал до нововведень в сфері економічної безпеки і розвідки. Саме такі компанії як «Amazon», формують нові стратегії розвідування та впливу на глобальні ринкові тенденції. Тому іншим компаніям на цьому ринку для подальшого існування потрібно розуміння інструментів і механізмів захисту, основ стратегічного розвитку на ринку електронної комерції.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження особливостей розвідувальної діяльності та конкурентної розвідки «Amazon» та їх значення для економічної безпеки компанії з метою удосконалення і розширення інструментів економічної безпеки підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Метою здійснення розвідувальної діяльності є отримання переваги над кон-

курентами (стратегічної, тактичної або конкурентної). До основних завдань розвідки можна віднести наступні: 1) забезпечення стратегічного менеджменту фірми, її генеральної, зокрема, маркетингової стратегії (або стратегій); 2) Забезпечення інформацією попереджувального характеру, інформацією, що надає конкурентні переваги (стратегічного або тактичного характеру), інформацією, що дає змогу ухвалювати раціональні рішення, адекватні до оперативної обстановки, що складається в умовах навколишнього конкурентно-агресивного середовища [1, с. 6].

Контррозвідка (контррозвідувальна діяльність) виникла як відповідь на ведення розвідки конкурентами. Її головним завданням є забезпечення безпеки та захист підприємства [1, с. 6]. Конкурентна розвідка визначається як процес збирання, обробки, оцінювання та зберігання даних і проведення їх ретельного аналізу з метою розробки оптимальних рішень щодо подальшої діяльності підприємства на ринку [10]. Проведення конкурентної розвідки здійснюється у такій послідовності (див. рис. 1).

Компанія «Amazon» є однією з найбільших та найвпливовіших компаній у світі. Важливу роль в цьому відіграв широкий спектр її діяльності та інноваційні підходи до бізнесу. Діяльність компанії Amazon є дуже різноманітною, тож варто представити її за допомогою декількох сфер і розглянути кожен з них більш детально.

1. Електронна комерція

Онлайн-магазин. Шлях компанії «Amazon» на ринку почався з електронної комерції, а саме – зі створення онлайн-магазину, який спеціалізувався на продажу книг. Розвиток магазину був стрімким, тож його асортимент швидко розширився. Було додано нові категорії товарів, які включали електроніку, одяг, товари для дому та ін.

Amazon Marketplace. Наступним кроком, який приніс феноменальний успіх компанії, було створення платформи для сторонніх продавців, які отримали змогу продавати свої товари через «Amazon» [2].

2. Надання хмарних послуг

Amazon Web Services (AWS). Наразі компанія є найбільшим провайдером хмарних послуг у світі, який надає інфраструктуру для обчислень, зберігання даних, машинного навчання та ін. новітніх інструментів [3].

3. Електронні пристрої

Amazon Kindle. Компанією було розроблено програмно-апаратну платформу для читання

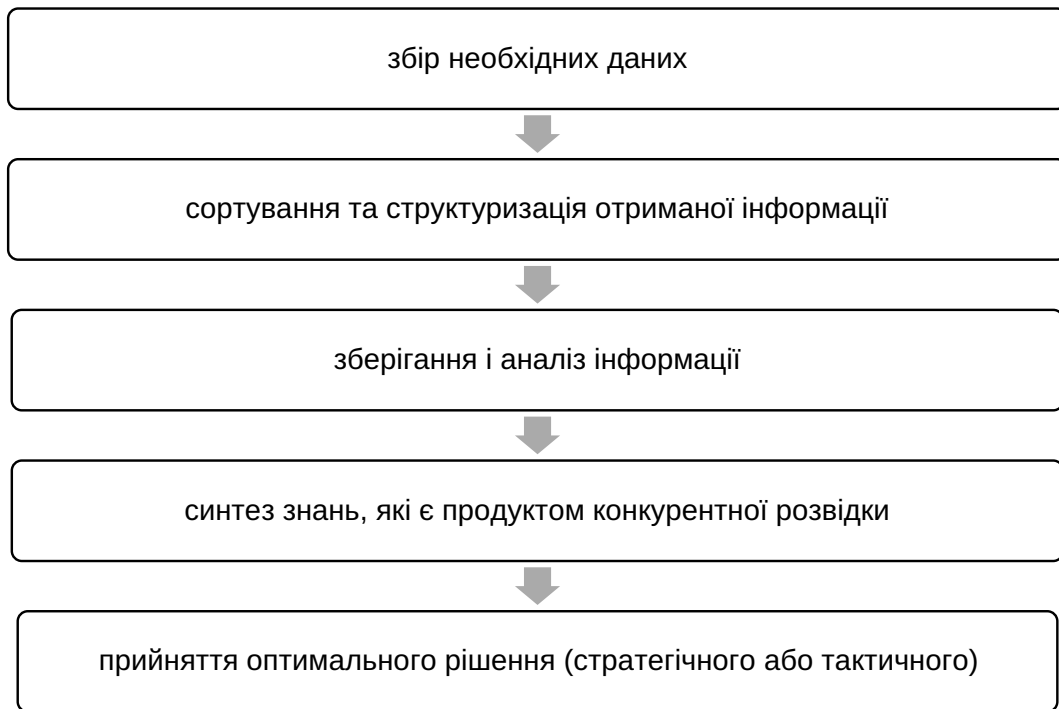


Рис. 1. Етапи проведення конкурентної розвідки

Джерело: складено авторами на основі: [1, с. 18]

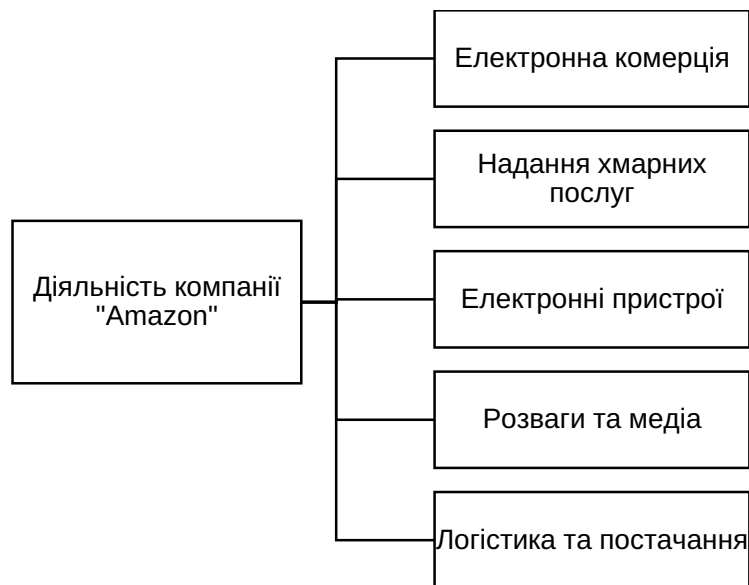


Рис. 2. Сфери діяльності компанії «Amazon»

Джерело: складено авторами на основі [3]

електронних книг. Пристрої Amazon Kindle дають змогу користувачам робити покупки, завантажувати, переглядати та читати електронні книги, газети, журнали, блоги та інші цифрові медіа дані через бездротову мережу.

Amazon Echo. Компанією було створено систему голосового керування з інтегрованим помічником «Amazon Alexa».

4. Розваги та медіа

Amazon Prime Video. Розроблено платформу для стрімінгу відео, яка пропонує користувачам оригінальний контент, фільми та серіали [4].

Amazon Music. Створено платформу потокової передачі музики і музичний онлайн-магазин [5].

5. Логістика та постачання

Amazon Logistics. Компанія має власну систему доставки, що дозволяє їй контролювати весь логістичний ланцюг, включаючи доставку в один день [6].

Amazon Prime. Розроблена компанією програма підписки, яка надає ряд переваг, таких як безкоштовна доставка і доступ до стрімінгових сервісів [7].

Також важливо визначити діяльність компанії Amazon у контексті зеленої економіки її екологічно відповідальні практики, інноваційні рішення для зменшення впливу на навколишнє середовище, участь у громадських та державних ініціативах, а також конкурентну розвідку в галузі сталого розвитку [11].

Компанія «Amazon» є глобальним лідером в електронній комерції. Вона визнана одним з найбільших онлайн-роздрібних продавців у світі з величезним асортиментом товарів і мільйонами клієнтів. «Amazon Web Services» (AWS) займає лідируючі позиції у галузі хмарних послуг, пропонуючи інноваційні обчислювальні рішення та способи зберігання даних для компаній різних розмірів. Компанія «Amazon» успішно диверсифікувала свою діяльність і охопила різні сфери, включаючи електронну комерцію, медіа, технології та логістику. Важливим досягненням компанії є інновації в логістиці та постачанні: модель доставки «Amazon», зокрема програма «Amazon Prime», встановила нові стандарти в галузі швидкої доставки, що визначає загальносвітові тенденції в цій індустрії.

Інтеграція різних продуктів та послуг «Amazon» утворює потужну екосистему, яка забезпечує високий рівень зручності для клієнтів.

Підсумовуючи перелічене вище, можна стверджувати, що компанія «Amazon» відіграє ключову роль у світовій економіці, визначаючи тенденції в ряді галузей та здійснюючи значний вплив на споживчу поведінку.

Розвиток технологій та зростання конкуренції в електронній комерції вимагає від компаній, зокрема від таких гігантів, як «Amazon», ефективних стратегій розвідування. Одним з ключових аспектів розвідування є вивчення конкурентів та моніторинг ринкових тенденцій.

«Amazon» використовує різноманітні підходи для отримання необхідної для подальшого аналізу інформації, а саме:

1) Моніторинг цін та асортименту.

«Amazon» активно вивчає ціни конкурентів та їх асортимент товарів. Це дозволяє підтримувати конкурентоспроможність та пристосо-

увати власні стратегії ціноутворення до реалій на ринку.

2) Вивчення клієнтських відгуків.

Аналіз відгуків користувачів на «Amazon» та інших платформах дозволяє компанії отримувати відгуки про власні товари та товари конкурентів. Це, в свою чергу, є дуже важливим для удосконалення якості та конкурентоспроможності.

3) Соціальний медіа-моніторинг.

«Amazon» слідкує за активністю у соціальних мережах, аналізуючи відгуки та думки клієнтів, щоб вивчити їхні смаки та вподобання. Також фахівцями компанії активно аналізується активність конкурентів у соціальних мережах.

4) Співпраця із сторонніми партнерами.

Взаємодія з постачальниками, партнерами та сторонніми продавцями дозволяє «Amazon» отримувати конфіденційну інформацію про ринок та нові продукти.

5) Постійний моніторинг технологічних інновацій.

Спостереження за новітніми технологіями та інноваціями допомагає «Amazon» залишатися на передових позиціях в області електронної комерції та інновацій.

6) Моніторинг кіберзагроз.

З урахуванням значущості електронної безпеки у сучасному світі, «Amazon» веде постійний моніторинг кіберзагроз та вдосконалює заходи безпеки для захисту конфіденційної інформації.

«Amazon», як світовий лідер в електронній комерції та інноваціях, активно використовує аналіз даних та маркетингову розвідку для оптимізації стратегій, вдосконалення обслуговування клієнтів та виходу на нові ринки.

Маркетингова розвідка (Marketing Intelligence) – це систематичний процес збору та аналізу інформації про ринок, конкурентів, клієнтів та всі інші фактори, які можуть впливати на діяльність підприємства в галузі маркетингу. Основна мета маркетингової розвідки полягає в забезпеченні компанії необхідною інформацією для прийняття обґрунтованих стратегічних рішень та планування подальших маркетингових заходів [8].

Однією з ключових стратегій «Amazon» є використання аналізу даних для створення персоналізованих пропозицій для клієнтів. Шляхом вивчення їх звичок, історії переглядів та реакції на рекламу, компанія може точно підібрати товари та послуги для кожного користувача. Все частіше для цього залучають ШІ.

Невід'ємною частиною діяльності компанії є маркетинговий аналіз конверсій. «Amazon» ретельно аналізує дані з платформи, спостерігаючи за конверсіями, тобто тим, як ефективно прості користувачі перетворюються на покупців. Це дозволяє виявляти успішні стратегії та оптимізувати ті, що потребують удосконалення.

За допомогою маркетингової розвідки «Amazon» вивчає зміни в споживчому попиті, що дозволяє компанії швидко реагувати на нові тенденції та пристосовувати до них власний асортимент товарів задля отримання максимального прибутку.

Аналіз тенденцій та прогнозування розвитку ринку дозволяє «Amazon» на належному рівні готуватися до майбутніх змін та планувати нові стратегії розвитку. Компанія веде розвідку, яка стосується діяльності конкурентів, вивчаючи їхні маркетингові стратегії, нові продукти та підходи до обслуговування клієнтів. Така ретельна і своєчасна розвідка допомагає «Amazon» зберігати лідируючі позиції в конкурентному середовищі.

Аналіз результатів рекламних кампаній дозволяє компанії визначити найбільш ефективні канали та стратегії реклами для досягнення максимального впливу на споживача.

Отже, загальною метою використання аналізу даних та маркетингової розвідки для «Amazon» є не лише управління поточними бізнес-процесами, але й активне формування майбутнього розвитку компанії, щоб вона залишалася конкурентоспроможною та інноваційною в швидкозмінному світі електронної комерції.

Враховуючи всі виклики та особливості бізнес-середовища, можна стверджувати, що конкурентна розвідка стала одним з невід'ємних видів діяльності найбільших світових компаній. Міжнародними гігантами виділяються надзвичайно великі суми на її постійне проведення, що свідчить про важливість конкурентної розвідки для успіху компаній на сучасних світових ринках.

Конкурентна розвідка – збір та аналіз інформації про конкурентів і ділове конкурентне середовище з метою формування і досягнення конкурентних переваг шляхом використання отриманого в результаті знання для прийняття ефективних і якісних стратегічних та важливих тактичних рішень у бізнесі [9].

Електронна комерція є сферою, де конкуренція є основним фактором, що визначає успіх або невдачу компанії на ринку. У цьому контексті конкурентна розвідка стає ключо-

вим інструментом для досягнення стратегічних переваг та забезпечення стійкості. Вона дозволяє вчасно адаптувати власні стратегії до змін у зовнішньому середовищі, визначити сильні та слабкі сторони конкурентів, підкреслити власні конкурентні переваги, оптимізувати власні стратегії маркетингу та реклами, побачити можливості для вдосконалення власних товарів та послуг, визначити оптимальні ціни для своїх продуктів, успішно займатися розвитком інновацій.

Отже, конкурентна розвідка є необхідним елементом стратегічного планування для компаній в електронній комерції. Вона допомагає їм швидко та ефективно адаптуватися до змін, створювати унікальні пропозиції та залишатися конкурентоспроможними в динамічному світі онлайн-торгівлі.

«Amazon», як лідер в галузі електронної комерції, визнає важливість конкурентної розвідки для адаптації до мінливого середовища. Збір інформації про ринкових гравців дозволяє компанії оперативно реагувати на нові тенденції та зміни у стратегіях конкурентів.

Аналізуючи продукти та послуги конкурентів, «Amazon» визначає конкурентні переваги та розвиває стратегії, спрямовані на створення унікальних пропозицій для клієнтів. Вивчення цінових стратегій допомагає компанії управляти цінами та пропозиціями для захисту своєї позиції на ринку.

«Amazon» використовує конкурентну розвідку для ідентифікації новітніх технологій та інновацій у галузі електронної комерції. Аналізуючи успіх конкурентів у впровадженні новаторських рішень, компанія стимулює власний розвиток та впровадження передових технологій.

Аналізуючи інформацію про конкурентів, «Amazon» може прогнозувати розвиток ринку та визначити стратегічні напрямки подальшої діяльності. Це допомагає компанії передбачувати тенденції та готуватися до майбутніх викликів. У світі електронної комерції, де рівень конкуренції невпинно зростає, «Amazon» використовує конкурентну розвідку як ключовий інструмент для формування стратегій, що дозволяють компанії залишатися лідером на ринку та впроваджувати інновації.

У сучасному світі бізнесу, де рівень конкуренції досягає своєї вершини, компанії повинні використовувати у своїй діяльності розвідувальні інструменти та конкурентну розвідку для забезпечення стабільності та виживання на ринку [12]. Компанія «Amazon» є яскравим

прикладом успішного поєднання розвідувальної діяльності та конкурентної розвідки для стратегічного розвитку та збереження лідируючих позицій на глобальному ринку. «Amazon» веде розвідку не лише щодо конкурентів, але й звертає особливу увагу на діяльність своїх власних клієнтів. Систематичний аналіз покупок, переглядів та відгуків дозволяє компанії не тільки реагувати на зміни в смаках та уподобаннях споживачів, але й створювати персоналізовані пропозиції та рекомендації. Розвідування в «Amazon» охоплює не лише особливості власної діяльності, але і комплексне вивчення конкурентів. Аналіз стратегій, нових продуктів та маркетингових прийомів конкурентів дозволяє «Amazon» адаптувати свої власні стратегії та продукти для збереження конкурентоспроможності. Синергія використання розвідувальних інструментів є важливим фактором успіху компанії при проведенні аналізу тенденцій для визначення напрямків інноваційного розвитку. Здатність передбачати зміни на ринку дозволяє компанії реагувати максимально вчасно та інноваційно, впроваджуючи нові технології у свої продукти і послуги.

Комплексне використання розвідування та конкурентної розвідки дозволяє «Amazon» створювати персоналізовані стратегії маркетингу, а аналіз рекламних кампаній конкурентів допомагає компанії визначити найефективніші канали та методи взаємодії з клієнтами.

Отже, взаємодія розвідувальної діяльності та конкурентної розвідки в «Amazon» є не тільки стратегічною необхідністю, але й ключовим чинником його успіху. Цей підхід дозволяє компанії не лише адаптуватися до змін у споживчих уподобаннях та конкурентному середовищі, але й активно формувати ринкові тенденції та визначати напрямки подальших інновацій. «Amazon» є яскравим прикладом того, як ефективна взаємодія цих двох компонентів забезпечує стабільність та лідерство компанії у галузі електронної комерції.

Але навіть «Amazon» стикається з різноманітними загрозами конкурентної розвідки. Конкуренти можуть систематично аналізувати стратегії компанії, вивчати її нові продукти та цінові стратегії, а також намагатися отримати конфіденційну інформацію про внутрішні процеси «Amazon».

Наслідки конкурентної розвідки для «Amazon» можуть бути серйозними. Витік конфіденційної інформації може призвести до втрати конкурентної переваги, зниження при-

бутковості та погіршення репутації компанії. Також можливим ризиком у сучасному світі є втручання конкурентів в стратегічні рішення «Amazon», спрямоване на зменшення його ринкової частки.

Зовнішні фактори також значним чином впливають на можливість здійснення розвідувальної діяльності компаніями, і такий гігант, як «Amazon», не є виключенням. Отже, основними зовнішніми факторами, які можуть чинити вплив на компанію у цьому аспекті, є:

1) Зміни в законодавстві та регулюванні.

«Amazon» операційно працює у багатьох країнах, і будь-які зміни в законодавстві та регулюванні можуть вплинути на його розвідувальну діяльність. Суворіші обмеження щодо збору та використання даних можуть ускладнити здійснення розвідувальних операцій.

2) Кібератаки.

Оскільки «Amazon» обробляє величезний обсяг особистих даних клієнтів та транзакцій, кібербезпека стає критично важливою для успішного функціонування компанії. Кібератаки можуть призвести до втрати конфіденційної інформації, порушити операційну діяльність та поставити під загрозу довіру клієнтів.

3) Геополітична та економічна нестабільність.

Геополітичні кризи та економічна нестабільність в країнах, де «Amazon» має свою присутність, можуть вплинути на його розвідувальну діяльність. Зміни в обсязі попиту, обмеження на трансграничні операції та зміни у валютних курсах здатні поставити перед компанією складні виклики і значним чином ускладнити процес проведення нею розвідки.

Розвідувальна діяльність для «Amazon» є життєво важливою необхідністю. Забезпечення економічної безпеки вимагає постійного моніторингу зовнішніх факторів та адаптації до змін в конкурентному оточенні. Попри це, «Amazon» може використовувати ці виклики як можливості для підвищення рівня своєї конкурентоспроможності в глобальному бізнес-середовищі.

Основними можливими напрямками розвитку розвідувальної діяльності та конкурентної розвідки в «Amazon» є наступні:

1. Вдосконалення технологічної розвідки.

«Amazon» може підвищити рівень своєї технологічної розвідки для дослідження і впровадження передових технологій, таких як штучний інтелект (ШІ) та машинне навчання. Це дозволить компанії швидше прогнозувати зміни в споживчому попиті та ринкових

умовах та більш ефективно на них реагувати. Вдосконалення технологічної розвідки є логічним і послідовним кроком, якщо врахувати загальну технологічність та інноваційність компанії.

2. Забезпечення глибшої аналітики даних про клієнтів.

Збільшення площі і поглиблення аналізу даних про клієнтів дозволить «Amazon» краще розуміти їхні уподобання та потреби. Це, в свою чергу, відкриє більше можливостей для надання персоналізованих послуг, точного прогнозування попиту та оптимізації стратегій маркетингу.

3. Розширення географії розвідувальної діяльності.

Посилення розвідки в нових регіонах дозволить «Amazon» здобути більше інсайтів щодо місцевих ринків та ситуації з конкурентами. Розширення географії дослідження може виявитися ключовим фактором для глобального лідерства компанії.

Підсумовуючи отриману інформацію щодо розвідувальної діяльності і конкурентної розвідки у діяльності компанії «Amazon», можна надати кілька основних рекомендацій, які стануть важливим чинником забезпечення її економічної безпеки.

Першою рекомендацією є кількісне та якісне вивчення конкурентів.

Максимальне використання якісного та кількісного аналізу конкурентів дозволить «Amazon» не тільки швидко і ефективно реагувати на їхні дії, але і визначити потенційні можливості для власного розвитку.

Другою рекомендацією є акцент на безпеці та захисті даних.

У зв'язку з ростом кількості кіберзагроз та важливістю конфіденційності, «Amazon» повинен акцентувати увагу на безпеці та захисті даних. Інвестування в кібербезпеку забезпечить економічну безпеку компанії та збереже довіру її клієнтів.

Однією з ключових рекомендацій є і розширення стратегій маркетингу на основі розвідування. За результатами проведеної розвідки «Amazon» може розробити більш цілеспрямовані та ефективні стратегії маркетингу.

Використання інформації про поведінку клієнтів та конкурентів дозволить вдосконалити комунікацію та привертати більше уваги споживачів.

Важливою рекомендацією є постійний моніторинг ринкових умов та вчасна адаптація стратегій «Amazon» до їх змін. Гнучкість та швидке реагування на нові умови дозволять

компанії залишатися конкурентоспроможною в різних економічних обставинах.

Отже, більшу частину розвідувальної діяльності компанії становить аналітична діяльність, яка ефективно аналізує зовнішнє і внутрішнє середовище компанії. Отримана аналітична інформація стає важливим економічним ресурсом компанії. Економічна безпека компанії (організації) представляє собою системний, випереджальний, раціональний процес менеджменту інформації. *Конкурентна розвідка (в авторському трактуванні) виступає як ключ до дослідження ринку і конкурентного середовища, що здійснюється як проект або нова програма для розуміння цілісної картини бізнес-середовища, виступає як мозковий центр, явний та прихований, і забезпечує шлях до переможних позицій підприємств.*

Висновки. В компанії «Amazon» можливості розвитку розвідувальної діяльності та конкурентної розвідки знаходяться на високому рівні. За умови правильного використання цих напрямків, компанія може підвищити ефективність стратегій, забезпечити економічну безпеку та залишатися лідером у своїй галузі. Оптимізація стратегій на основі розвідування є ключем до успіху та довгострокової стійкості «Amazon» на ринку електронної комерції. Збір та аналіз даних про ринок, клієнтів і конкурентів дозволяє компанії приймати обґрунтовані рішення та швидко реагувати на зміни в бізнес-середовищі. Розвідування в «Amazon» також використовується для оптимізації бізнес-процесів, вдосконалення логістики, аналізу попиту та управління запасами, що впливає на ефективність компанії. Розвідування надає «Amazon» можливість створювати конкурентні переваги. Вивчення конкурентів, аналіз ринкових тенденцій та реагування на вимоги споживачів дозволяє компанії бути попереду в конкурентній боротьбі. Важливу роль відіграє розвідувальна діяльність і у забезпеченні адаптивності «Amazon» до змін на ринку. Шляхом виявлення та аналізу трендів, попиту та поведінки споживачів, компанія може вчасно впроваджувати необхідні зміни в свої стратегії. Також розвідування допомагає «Amazon» ефективно використовувати свої ресурси. Систематичний аналіз ринкових умов та конкурентного середовища надає компанії змогу оптимізувати витрати та визначити пріоритети. Розвідування є джерелом інновацій для «Amazon». Вивчення технологічних новинок, аналіз поведінки клієнтів та реакції на нові продукти допомагає компанії створювати та

впроваджувати новаторські стратегії. Ефективне використання розвідування дозволяє компанії прогнозувати ризики та уникати негативних впливів на її діяльність.

Отже, завдяки інструментам розвідуванню та конкурентного розвідування «Amazon» компанія може не лише адаптуватися до змін

на ринку, але й активно формувати його, створюючи умови для свого стратегічного розвитку та довгострокового успіху. Подальшого дослідження потребують питання розробки автоматизованих систем обробки даних відносно узагальнення результатів економічної розвідки підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Керницький І. С., Живко З. Б., Копитко М. І. Конкурентна розвідка підприємств. Львів, 2015. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua> (дата звернення: 5.12.2023).
2. Офіційний сайт «Amazon». URL: <https://www.amazon.com/> (дата звернення: 5.12.2023).
3. Офіційний сайт «Amazon Web Services». URL: <https://aws.amazon.com/> (дата звернення: 5.12.2023).
4. Офіційний сайт «Amazon Prime Video». URL: <https://www.primevideo.com/> (дата звернення: 5.12.2023).
5. Офіційний сайт «Amazon Music». URL: <https://music.amazon.com/> (дата звернення: 5.12.2023).
6. Офіційний сайт «Amazon Logistics». URL: <https://logistics.amazon.com/> (дата звернення: 5.12.2023).
7. Офіційний сайт «Amazon Prime». URL: <https://www.amazon.com/amazonprime> (дата звернення: 5.12.2023).
8. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. URL: <https://ualibrarium.narod.ru/econ/marketing> (дата звернення: 5.12.2023).
9. Колосок А. М., Скорук О. В., Блянюк І. Я. Конкурентна розвідка як елемент комплексної системи фінансово-економічної безпеки підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 14. С. 394–398. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/82.pdf>. (дата звернення: 1.12.2023).
10. Murphy C. *Competitive intelligence: gathering, analysing and putting it to work*. Routledge, 2016. 304 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315573151> (дата звернення: 3.12.2023).
11. Stukalo, N. et al. «Green» economy: from global concept to reality of local development. Dnipro, 2018, 336 p. URL: <http://doi.org/10.5281/zenodo.1294014> (дата звернення: 1.12.2023).
12. Cavallo A., Sanasi S., Ghezzi A., Rangone A. Competitive intelligence and strategy formulation: connecting the dots. *Competitiveness Review: An International Business Journal*. 2021. Т. 31. № 2. P. 250–275. DOI: <https://doi.org/10.1108/cr-01-2020-0009> (дата звернення: 3.12.2023).

REFERENCES:

1. Kernitsky I. S., Zhyvko Z. B., Kopytko M. I. (2015) Konkurentna rozvidka pidpriemstv [Competitive intelligence of enterprises]. Available at: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream> (accessed December 5, 2023).
2. Official website of Amazon. Available at: <https://www.amazon.com/> (accessed December 5, 2023).
3. Official website of Amazon Web Services. Available at: <https://aws.amazon.com/> (accessed December 5, 2023).
4. Official website of Amazon Prime Video. Available at: <https://www.primevideo.com/> (accessed December 5, 2023).
5. Official website of Amazon Music. Available at: <https://music.amazon.com/> (accessed December 5, 2023).
6. Official website of Amazon Logistics. Available at: <https://logistics.amazon.com/> (accessed December 5, 2023).
7. Official website of Amazon Prime. Available at: <https://www.amazon.com/amazonprime> (accessed December 5, 2023).
8. Poltorak V. A. (2003) Marketynhovi doslidzhennia: navch. posib. [Marketing research: study guide]. Available at: <https://ualibrarium.narod.ru/econ/marketing> (accessed December 5, 2023).
9. Kolosok A. M. (2016) Konkurentna rozvidka yak element kompleksnoi systemy finansovo-ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Competitive intelligence as an element of the integrated system of financial and economic security of the enterprise]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and national economic problems*, vol. 14, pp. 394–398. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/82.pdf> (accessed December 1, 2023).
10. Murphy C. (2016) *Competitive intelligence: gathering, analysing and putting it to work*. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781315573151> (accessed December 3, 2023).
11. Stukalo, N. et al. (2018) «Green» economy: from global concept to reality of local development. Available at: <http://doi.org/10.5281/zenodo.1294014> (accessed December 1, 2023).
12. Cavallo A., Sanasi S., Ghezzi A., Rangone A. (2021) Competitive intelligence and strategy formulation: connecting the dots. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, vol. 31, no. 2, pp. 250–275. Available at: <https://doi.org/10.1108/cr-01-2020-0009> (accessed December 3, 2023).