



УДК 005.332.4:005.52:001.8
JEL Classification: D83, L21, M21
DOI: 10.31713/ve2202616

Мельник В. І.¹

доктор економічних наук, професор

ORCID ID: 0000-0002-8587-1192

E-mail: melnyk.vc@gmail.com

Омельченко О. В.²

здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня

ORCID ID: 0009-0005-6773-0387

E-mail: visnyk_econom@nuwm.edu.ua

¹Вінницький навчально-науковий інститут економіки Західноукраїнського
національного університету, м. Вінниця, Україна

²Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна

КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА У ГАЛУЗЕВОМУ ВИМІРІ: УНІВЕРСАЛЬНІСТЬ КОНЦЕПТУ ТА ОПЕРАЦІЙНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ

У статті досліджено теоретико-методологічні засади функціонування конкурентної розвідки (КР) у галузевому вимірі з урахуванням суперечності між універсальністю її понятійного ядра й операційною варіативністю. Проаналізовано епістемологічний фокус наукових публікацій та дефініції конкурентної розвідки у репрезентативних секторах економіки. Обґрунтовано роль КР як ключового інструменту інформаційного забезпечення системи стратегічного управління підприємством та підвищення обґрунтованості управлінських рішень. Розкрито сутність і зміст операційної диференціації КР, визначено її основні рівні (об'єктне поле інтересу, джерела інформації, методи аналізу та організаційні форми). Охарактеризовано їх особливості у діяльності підприємств досліджуваних галузей. Проаналізовано варіанти архітектури визначення концепту за допомогою модульного фреймворку «5Р». Особливу увагу приділено поєднанню вимірів процесу, продукту й мети, а також ролі нормативного ізоморфізму при формуванні єдиного дисциплінарного поля. Обґрунтовано доцільність використання запропонованої рамки операційної диференціації для коректної адаптації розвідувального інструментарію без хибного переформулювання базових визначень.

Ключові слова: конкурентна розвідка; стратегічний менеджмент; фреймворк 5Р; концептуальне ядро; крос-галузевий аналіз.

Актуальність теми. Не зважаючи на понад чотири десятиліття існування як науково-прикладної дисципліни, конкурентна розвідка (КР) має концептуальний вигляд, що досі викликає дискусії. Навіть щодо базового визначення КР в літературі спостерігається множинність визначень. Madureira, Popovič та Castelli (2021) зафіксували понад 800 дефініцій у рецензованих виданнях, що відображає суперечність між двома підходами: адаптацією до урахування контексту застосування та необхідністю збереження її універсальності та концептуального ядра [11]. Søylen (2020) охарактеризував цю тенденцію як «семантичну пастку», де множення термінів і галузевих адаптацій визначень підміняє собою реальний науковий внесок [23].

Особливо відчутно ця проблема постає в галузевому вимірі: дослідники, що вивчають застосування КР в окремих секторах економіки, системно оминають питання того, чи потребує кожна досліджувана галузь власного концептуального визначення КР, або ж достатньо адаптацій на операційному рівні. Аналіз галузевих публікацій виявляє стійку закономірність: загальні визначення КР переносяться у галузевий контекст як готовий каркас без концептуальної модифікації [4; 27]. Це явище можна кваліфікувати як стихійно сформований методологічний консенсус. Попри це, систематичного крос-галузевого доведення того, що такий консенсус є методологічно обґрунтованим, а не інерційним, до цього часу не здійснено. Відсутність прямої наукової дискусії з цього питання є не свідченням його вирішеності, а відображенням того, що воно, як самостійна дослідницька проблема, у науковому полі досі не формулювалося.

Ця прогалина має безпосередні наслідки для управлінської практики. Організації, що формують або розвивають функцію КР, нерідко стикаються з відсутністю галузево-адаптованих методичних орієнтирів: консультанти та внутрішні аналітики змушені або механічно переносити загальні рамки без урахування галузевої специфіки, або, навпаки, розробляти власні «галузеві» концепції КР, фактично дублюючи вже наявний дисциплінарний апарат. Обидва сценарії призводять до неефективного розподілу ресурсів і знижують якість стратегічних рішень, що приймаються на основі результатів КР. Теоретичне вирішення питання про співвідношення концептуального ядра і операційної варіативності КР є, таким чином, не лише

академічним завданням, а й передумовою розроблення обґрунтованих галузевих методичних стандартів застосування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Концептуальні засади конкурентної розвідки (КР) як науково-прикладної дисципліни ґрунтовно висвітлені у працях Calof & Wright [4], Pellissier & Nenzhelele [17], Prescott & Miree [19] та Madureira et al. [11; 12].

Галузево-специфічні аспекти застосування КР досліджували Badr, Madden & Wright [2], Fatti & Du Toit [9], Nte et al. [16], Wright, Fleisher & Madden [25], Barnea [3], Shapira [22], Alkhawaldeh et al. [1], Pirttimäki et al. [18] та de Almeida et al. [6].

Окремий масив публікацій становлять систематичні огляди літератури у сфері КР, що свідчать про те, що концепт вже досяг рівня зрілості, за якого рефлексія над накопиченими публікаціями є самостійним напрямом досліджень. Du Toit (2015) здійснила огляд тематичних тенденцій у публікаціях з КР [8]; Madureira, Popovič та Castelli (2023) провели систематичний огляд моделей зрілості КР із метою синтезу єдиної уніфікованої моделі [13]; Maluleka & Chummun (2023) у систематичному огляді літератури щодо зв'язку КР зі стратегічним плануванням категоризують публікації за тематичним і географічним критеріями [14], а Cavallo et al. (2020) поєднують огляд літератури з емпіричним аналізом ролі КР у формуванні стратегії [5]. Важливо зауважити, що в жодному з цих досліджень галузева класифікація не є предметом концептуального чи онтологічного аналізу.

Madureira et al. (2023) при розробці уніфікованої моделі зрілості КР явно декларують її «галузеву агностичність», підтверджуючи таким чином концептуальну інваріантність КР як конструкту [13, р.9]. Висновок за цим напрямом є однозначним у межах опрацьованого масиву публікацій: жодне з виявлених систематичних досліджень не виокремлює потреби порівняльного аналізу концептуальних визначень КР у різних галузях і не здійснює таких порівнянь, цілком зосереджуючись на прагматичному та емпіричному аспектах.

Мета дослідження: довести, що концептуальна модель КР є галузево-інваріантною, а галузева диференціація втілюється лише на операційному рівні, не торкаючись базового визначення та основних концептів. Для цього сформульовано такі завдання:

1. Проаналізувати наявні галузеві дослідження КР на предмет їхнього епістемологічного фокусу.

2. Верифікувати відсутність галузево-специфічних визначень КР у репрезентативних секторах економіки.

3. Визначити рівні операційної диференціації КР у досліджуваних галузях на основі фреймворку «5Р» [11].

4. Обґрунтувати універсальну галузеву специфіку визначень КР у методологічному контексті.

Об'єктом дослідження є концептуальна структура КР як науково-прикладної дисципліни. Предмет дослідження: галузеві та організаційні особливості застосування конкурентної розвідки.

Теоретико-методологічною основою дослідження є метод доведення від супротивного як дедуктивний інструмент; цільовий огляд систематичних оглядів наукової літератури з КР; порівняльний аналіз операційних особливостей КР у досліджуваних секторах із застосуванням фреймворку «5Р» (Madureira et al., 2021) [11] як інструменту порівняння.

Робота є теоретико-аналітичним дослідженням із дедуктивною логікою верифікації. Вхідна гіпотеза про те, що концептуальна структура КР є галузево-інваріантною, перевіряється методом доведення від супротивного: якщо у жодному з обраних секторів концептуальне визначення КР не потребує переформулювання, а галузева специфіка щоразу виявляється лише через конфігурацію операційних параметрів, гіпотеза отримує підтвердження. Аналітичним інструментом верифікації слугує модульний фреймворк «5Р» (Madureira et al., 2021) [11].

Інформаційною базою дослідження є профільні видання, що формують ядро КР, а також релевантні публікації суміжних економічних видань. Критеріальними ознаками вибірки стала наявність явної або імпліцитної основи розкриття концепту КР.

До аналізу включено фармацевтичну галузь, оборонну промисловість і телекомунікації – сектори, що поєднують виражену регуляторну та структурну специфіку з найбільш представленою емпіричною базою досліджень КР у контексті відповідного сектору.

Виклад основного матеріалу. Центральним теоретичним конструктором дослідження є модульне визначення КР, розроблене Madureira et al. (2021). Вибір цього фреймворку зумовлений його верифікованістю як найбільш повного синтезу визначень КР та його архітектурною придатністю для дедуктивного тестування гіпотези галузевої інваріантності. Проаналізувавши понад 800 дефініцій КР, застосувавши якісний контент-аналіз, тематичне моделювання та

методи теорії графів, з масиву індуктивно виведено п'ять ключових вимірів, що утворюють концептуальне ядро дисципліни [11]:

1. Process (процес збору та аналізу інформації);
2. Purview (сфера охоплення конкурентного середовища);
3. Product (результат у вигляді знання як основи рішень);
4. Purpose (мета – забезпечення конкурентної переваги);
5. Practice (організаційні і методологічні засади реалізації).

Кожен вимір розкривається через систему дескрипторів, що вільно комбінуються залежно від контексту застосування [11]. Модульність закладена як архітектурна властивість: вона забезпечує адаптивність концепту до будь-якого бізнес-контексту без зміни самого визначення. В [12] Madureira et al. (2021) підтверджують придатність фреймворку, як дисциплінарного стандарту, верифікуючи його через експертні опитування.

Дослідження Madureira et al. (2021) [11] рухалось індуктивно від термінологічного різноманіття до концептуальної єдності. Дане дослідження рухається у протилежному напрямку: від верифікованого концептуального ядра до перевірки його стійкості в умовах операційної різноманітності. Придатність 5P для такого дедуктивного застосування зумовлена тим, що автори підтвердили повноту фреймворку на корпусі 816 визначень з 412 публікацій [11, С. 8-9]. Якщо п'ять вимірів справді вичерпують концептуальне ядро КР, то будь-яке галузево-специфічне визначення, якби воно існувало, логічно мало б реалізувати один із трьох сценаріїв: (а) вийти за межі п'яти вимірів, увівши новий, шостий вимір; (б) редукувати до підмножини 5P та звестися до часткової конфігурації наявного; (в) зберегти всі п'ять вимірів, переозначивши концептуальне наповнення одного чи кількох із них у спосіб, несумісний з універсальним розумінням. Лише сценарій (а), а також (в) для частини ядра, утворювали б власне галузеве визначення; натомість варіація наповнення означення через відмінні «Purview» і «Practice» визначенням не є, як передбачена за своєю суттю самою модульністю фреймворку (авт. висновок з логіки 5P-моделі). Емпіричний результат аналізу обраних секторів полягає в тому, що сценаріїв (а) і (б) не виявлено взагалі, а сценарій (в) у доступних прикладах обмежується конфігуруванням «Purview» і «Practice» при фактично незмінних «Process», «Product» і «Purpose», що підтверджується порівняльним аналізом суміжних термінів, здійсненим самими авторами

фреймворку [11, С. 16]. Це і є операційним підтвердженням гіпотези даного дослідження.

Аналіз кожного сектору здійснюється за єдиним протоколом: фіксація використаного визначення КР; ідентифікація його відповідності/відхилення від загальноприйнятих дефініцій; окреслення операційної специфіки за «Purview» і «Practice»; висновок про наявність або відсутність концептуальних змін.

Перевірка гіпотези про галузеву інваріантність концепту КР здійснюється через аналіз секторів, відібраних за перетином двох умов: структурної релевантності та емпіричної досліджуваності (наявність наукових праць, що досліджують КР в контексті цього сектору і роблять можливою верифікацію на концептуальному рівні). Серед відібраних: фармацевтика, оборонна промисловість та телекомунікації. По кожному аналізується два аспекти: концептуальний (яке визначення КР використовується) та операційний (що саме є специфічним у реалізації КР в цій галузі).

Фармацевтична галузь є одним із перших задокументованих кейсів галузевої специфіки CI. Так, Martre (1994) в урядовому звіті описали дворівневу структуру КР у фармацевтичному секторі, як сукупність «наукової розвідки» (моніторинг публікацій, патентів, бібліометрія) та «конкурентної розвідки» (відстеження лабораторій конкурентів через результати клінічних випробувань), вказавши, що «розроблена система призводить до суттєвої економії часу і коштів з огляду на масштаб залучених інвестицій» [15]. Дворівнева структура відобразила не галузеву специфіку самого концепту КР, а специфіку об'єктів моніторингу. Емпіричні дослідження наступних десятиліть підтверджують, що застосовуване визначення КР у галузі залишається стандартним.

Так, в одному з перших масштабних емпіричних досліджень КР у фармацевтичній галузі Європи (79 анкет та 14 глибинних інтерв'ю з КР-менеджерами) Badr, Madden & Wright (2006) оперують загальноприйнятим концептом КР без галузевої адаптації, а функція КР емпірично ідентифікується як компонент процесу ухвалення стратегічних рішень, що робить внесок на всіх його етапах – від формування ринкової обізнаності до розробки стратегічних кроків і тактик за напрямками роботи компаній [2, с. 16]. Робота Fatti & du Toit (2013) в дослідженні фармацевтичного сектору Південної Африки також показує, що застосовані визначення є стандартними, а галузева специфіка проявляється через конфігурацію напрямків



збору інформації та регуляторно-законодавчий контекст [9]. Nte et al. (2020) в дослідженні 13 фармацевтичних компаній у Нігерії, констатують у висновках, що КР функціонує як «стратегічний інструмент для прогнозування руху в конкурентному середовищі», концептуально залишаючись у межах загальноприйнятого розуміння [16, С. 95].

Водночас операційний рівень у цьому секторі є одним із найбільш специфічних серед усіх досліджених галузей. Об'єктами моніторингу виступають клінічні випробування та патентні заявки, портфелі препаратів і R&D-інвестиції конкурентів, злиття й поглинання, позиціонування конкурентних препаратів та зміни галузевого законодавства [2, С. 20]. Wright, Fleisher & Madden (2008) ідентифікують у фармацевтичній галузі чотири орієнтації КР: стратегічну (sector commitment analysis, M&A, патентний моніторинг та ін.), тактичну (підтримка продажів), технологічну (R&D-інновації, способи виготовлення препаратів) та цільову (відстеження патентів конкурентів, сценарне планування та «what-if» аналіз), що унаочнює глибину операційної диференціації КР у цьому секторі [25]. Таким чином галузева специфіка тут є яскраво вираженою, але виключно на рівні того, що і як відстежується, а не того, чим є сам процес КР.

Оборонна промисловість є сектором, де КР функціонує в безпосередній близькості до державної розвідки та промислового шпигунства, що потенційно могло б вимагати окремого концептуального визначення. Однак провідні дослідники галузі, зокрема Barnea (2015) у статті про КР в оборонному секторі Ізраїлю, послідовно застосовують виключно бізнесові, правомірні дефініції, не вдаючись до категорій державної розвідки. Концептуальний апарат його дослідження – ключові розвідувальні теми (KIT), розвідка з відкритих джерел (OSINT), раннє попередження, конкурентна технологічна розвідка, повністю відповідає полю КР [3].

Це підтверджується і з позиції практика: Shapira (2020), полковник у відставці ізраїльської воєнної розвідки, аналізуючи причини обмеженого впливу КР на корпоративну стратегію в Ізраїлі (країні з розвиненою системою державної розвідки), свідомо використовує апарат національної розвідки як порівняльну аналітичну рамку, проте послідовно утримує концептуальне розмежування двох сфер. В цьому випадку КР визначається як відкрита й легальна діяльність, на противагу прихованому збору інформації в державній розвідці [22, С. 4]. Показовість кейсу

визначається контекстом: навіть у середовищі, де культура державної розвідки є інституційно розвиненою та поширеною, в праці зберігається її концептуальне відмежування від КР, що свідчить про стійкість цієї межі як такої, а не лише про термінологічне розділення.

Операційна специфіка галузі виявляється передусім через предмет моніторингу: державні закупівлі, тендери та наміри держав-замовників, злиття, поглинання і стратегічні партнерства конкурентів, технологічні інновації, а також макроаналіз іноземних економік, внутрішньополітичних процесів і регуляторного середовища [3]. Характерною рисою сектору також є й коопетиція – поєднання конкуренції та ситуативної співпраці між компаніями-суперниками в межах об'єднань для виконання великих замовлень [3]. Таким чином, адаптація до специфіки сектору не змінює методологічної рамки КР і залишається в межах класичної методології [3].

Визначення КР у телекомунікаційному секторі відповідає загальнодисциплінарному консенсусу: галузеві дослідження спираються на усталені дефініції КР. У дослідженні телекомунікаційного сектору Йорданії Alkhawaldeh et al. (2024) КР визначається як безперервний інтегрований процес збору та аналізу інформації про конкурентне середовище для підтримки стратегічних рішень (за Kula & Naktiyok, 2021, цит. в [1]). Попри регуляторну, технологічну та ринкову специфіку галузі, аналіз відповідної літератури не виявляє спроб сформулювати окреме «телекомунікаційне» визначення КР. Показовим є й термінологічний вимір: Pirttimäki et al. (2006) досліджуючи бізнес-розвідку в фінській телекомунікаційній компанії Elisa Corporation встановили, що у телекомунікаційній практиці розвідувальна функція нерідко реалізується під парасольковими позначеннями business intelligence, market intelligence чи competitor intelligence. Майже всі ці визначення мають спільний референт – аналітичне опрацювання інформації про бізнес-середовище для ухвалення ефективних рішень [18, С.83]. Термінологічне різноманіття, відтак, не супроводжується концептуальною фрагментацією.

Показово, що у телекомунікаційних компаніях КР нерідко впроваджується через інфраструктуру бізнес-розвідки (BI): Pirttimäki et al. (2006) задокументували, як Elisa Corporation організувала «комплексний і фільтрований канал ринкової та конкурентної розвідки» через спеціалізований Intelligence Portal, підтверджуючи,

що операційна архітектура КР в телекомі визначається галузевими потребами, але не трансформує природи самого процесу [18, С. 86-87].

De Almeida, Lesca & Canton (2016), досліджуючи КР у великій телекомунікаційній компанії в Латинській Америці, також спираються на загальноприйняте визначення дисципліни (Bernhardt, 1994, цит. за [6]), фіксуючи при цьому специфіку виміру Practice. Дослідження показує, що КР реалізується через мережу рядових співробітників у ролі «трекерів», залучених до збору та інтерпретації слабких конкурентних сигналів [6], що є характерною операційною адаптацією.

Таким чином, галузева диференціація виявляється виключно на операційному рівні, основним чином через характерний предмет моніторингу: стратегії та діяльність конкурентів, технологічні інновації, зокрема темпи розгортання мереж п'ятого покоління, динаміку споживчих преференцій, а також законодавчі та регуляторні зміни, відстеження яких у літературі окреслюється як окремий напрям розвідки – «регуляторну розвідку» [1, С. 44]. Ці об'єкти визначають фокус спостереження, але не змінюють природи аналітичного процесу, підтверджуючи тезу про операційну, а не концептуальну диференціацію КР між галузями: виміри «Purview» і «Practice» конфігуруються специфічно, тоді як «Process», «Product» і «Purpose» залишаються інваріантними.

Результати відображають стійку закономірність, що повторюється в усіх досліджених секторах: попри радикальну відмінність операційного наповнення (об'єктів моніторингу, джерел інформації, методів аналізу та організаційних форм), жодна з галузей не виробила власного концептуального визначення КР. Усі дослідники послідовно використовують загальні дефініції Calof & Wright [4], Pellissier & Nenzhelele [17], Prescott [19] та ін., що виступають незмінною теоретичною базою, яку дослідники відтворюють без галузевої модифікації [2; 9; 16; 25], адаптуючи виключно конфігурацію дескрипторів у вимірах «Purview» і «Practice» згідно з фреймворком 5Р. Ця закономірність виявляється і поза межами досліджених секторів: Köseoglu et al. (2019) у кейс-дослідженні готельного бізнесу Гонконгу не лише не модифікують визначення КР, а буквально відтворюють універсальну дефініцію Du Toit [8; 10], тоді як операційна специфіка реалізується виключно через конфігурацію розвідувальних напрямків: конкурентного,

клієнтського, економічного, бізнесового та конкурентно-технічного за фреймворком Bulger (2016), застосованим Köseoglu et al [10].

Цей результат означає, що висока операційна гнучкість КР підтверджує її архітектурну зрілість як дисципліни. Модульна структура її визначення дозволяє необмежено варіювати операційний зміст, зберігаючи незмінним концептуальне ядро та не розмиваючи його. Спроба ж зафіксувати галузеву специфіку на рівні визначення, наприклад, сформулювати «визначення КР у фармацевтичній галузі», неминуче зводиться до включення опису елементів поля інтересу КР як прикладної дисципліни в загальне визначення, що не створює нового наукового знання, а лише ускладнює термінологічний апарат.

Пояснення цього феномену пропонує концепція прототипної семантики в когнітивній лінгвістиці. Відповідно до теорії Rosch (1975), розвиненої Taylor (2003), когнітивні категорії організовані навколо прототипного ядра у вигляді множини ознак, що максимально характеризують категорію як таку, з поступовим переходом до периферійних ознак, властивих окремим екземплярам, але не категорії загалом [24, С. XIV; 20, С. 193]. Застосована до КР як концепту дисципліни, така рамка дозволяє точно описати виявлену асиметрію вимірів «Purpose», «Process» і «Product», що утворюють прототипне ядро дисципліни, та галузево-специфічного наповнення вимірів «Purview» і «Practice», що є периферійними ознаками конкретних реалізацій.

Включення периферійних ознак до прототипного ядра, тобто формулювання «галузевого визначення КР», суперечить природі категоріальної структури: за Taylor (2003), категорії організовані навколо прототипних зразків і «не мають чітких меж», а спроба включити до ядра побічних членів категорії породжує «граничні випадки, де чітка однозначна категоризація неможлива» [24, С. 57] – тобто не нове знання, а втрату класифікаційної визначеності.

Узагальнення матеріалу секторів дає змогу виокремити чотири рівні, на яких реалізується галузева диференціація КР:

1. Об'єкти моніторингу – те, що відстежується (клінічні випробування, звіти, ланцюги постачання тощо).

2. Джерела інформації – звідки надходять дані (від спеціалізованих регуляторних баз до OSINT, соц. мереж тощо).

3. Методи аналізу – інструментарій опрацювання (сценарний аналіз, аналіз споживчих трендів, моніторинг цифрової активності тощо).

4. Організаційні форми впровадження – від виділених підрозділів до суміщення функцій кількома співробітниками.

Усі чотири рівні відповідають вимірам «Purview» і «Practice» фреймворку 5P і вичерпують простір галузевої варіації, тоді як виміри «Process», «Product» і «Purpose» лишаються інваріантними. Цей результат безпосередньо стосується третього завдання дослідження: рівні операційної диференціації визначено як проєкцію архітектури 5P на емпіричний матеріал галузей.

Висновки. Сукупність отриманих результатів дозволяє сформулювати центральний висновок цього дослідження: концептуальна структура КР є галузево-інваріантною, тоді як операційна диференціація реалізується щонайменше на чотирьох відносно незалежних рівнях: об'єктів моніторингу, джерел інформації, методів аналізу та організаційних форм впровадження. Жодна з досліджених галузей не потребує переформулювання базового визначення КР для адекватного опису її специфічних практик.

Цей результат має конкретний методологічний зміст у термінах фреймворку 5P: виміри «Process» і «Purpose» є стабільними незалежно від галузі чи контексту, вимір «Product» варіюється в деталях та формах, але зберігає незмінним своє концептуальне ядро, тоді як виміри «Purview» і «Practice» є основними носіями галузевої специфіки. Саме через них реалізується вся операційна диференціація КР без будь-якого впливу на концептуальний рівень визначення.

Така дихотомія пояснює механізм, завдяки якому КР може одночасно мати усталений концепт і різноманітну практику у втіленні. Галузь не трансформує КР, а конфігурує її операційний зміст у межах концептуального каркасу.

Відсутність галузево-специфічних визначень КР пояснюється розривом між двома дослідницькими напрямками: практики одразу переходять до операційного аналізу, не рефлексуючи над онтологічним статусом поняття, тоді як теоретики зосереджені на синтезі універсальних рамок, таких як індуктивно виведений Madureira et al. (2021) фреймворк 5P [11]. Дедуктивне тестування, застосоване в цьому дослідженні, заповнює цей розрив і показує:

«мовчазний консенсус» літератури щодо єдності визначень КР – ознака концептуальної стійкості.

Пояснює це також концепція нормативного ізоморфізму DiMaggio & Powell (1983) [7], розвинена Scott (2014) [21]: дослідники, що працюють в спільному інформаційному полі, відтворюють єдині дефінітивні рамки без координації між собою [21, С. 162; 7, С. 152]. Конвергенція визначень у досліджених секторах є передбачуваним наслідком саме цього механізму.

Практики КР нерідко функціонують неформалізовано, покладаючись на інтуїтивно-утилітарний підхід, що не змінює природи процесу, але визначає його організаційне втілення. Доведення концептуальної інваріантності КР має конкретні прикладні наслідки, що виходять за межі академічної дискусії.

По-перше, це методологічне обґрунтування крос-галузевої передачі практик КР. Якщо її концептуальна структура є єдиною, то операційні рішення, розроблені в одній галузі, є застосовними в іншій за умови відповідного урахування дескрипторів «Purview» і «Practice». Це стимулює активніше перенесення аналітичних методів між секторами: наприклад, алгоритми предиктивного аналізу, відпрацьовані в телекомунікаціях, можуть бути адаптовані для фармацевтичної галузі без концептуальної переорієнтації.

По-друге, це має наслідки для підготовки фахівців з КР. Якщо концептуальна основа КР є галузево-інваріантною, то освітні програми можуть будуватися навколо єдиного теоретичного ядра, доповнюючи його специфічними модулями, орієнтованими на галузеву операційну спеціалізацію замість того, щоб розробляти окремі курси «КР у фармацевтиці», «КР в оборонній промисловості» тощо, як концептуально самостійні дисципліни. Це підвищує і якість підготовки з концентрацією на методології КР замість вивчення специфічних для галузей операційних інструментів, і мобільність фахівців між галузями.

По-третє, результати дослідження мають значення для самої науки про КР. Як зауважував Sørensen (2020), множення визначень і галузевих субтермінів шкодить накопиченню знань у дисципліні [23]. Доведення інваріантності концепту надає дослідникам чітку підставу для відхилення спроб «уточнити» або «адаптувати» визначення КР під конкретний галузевий контекст.

Перспективним напрямом є розширення галузевої вибірки за рахунок контекстів з нетривіальною інтерпретацією поняття



«конкурент» – некомерційного сектору, освіти, публічного управління, а також поглиблення покриття вже досліджених галузей через систематичний огляд. Особливої уваги заслуговує верифікація встановленої закономірності на основі первинних емпіричних даних безпосередньо з організацій, що дозволить перейти від аналізу теоретичної репрезентації КР у літературі до її реальної практики в галузях.

1. Alkhawaldeh B., Jaran F. Z., Al-Shakri K. S., Almahameed H., Bany Taha I. A. The influence of competitive intelligence on sustainable competitive advantage in Jordanian telecommunications companies: *Mediating Role information sharing*. *Journal of Intelligence Studies in Business*. 2024. Vol. 14, no. 1. P. 42–54. <https://doi.org/10.37380/jisib.v14.i1.2488>
2. Badr A., Madden E., Wright S. The contribution of CI to the strategic decision-making process: empirical study of the European pharmaceutical industry. *Journal of Competitive Intelligence and Management*. 2006. Vol. 3, No. 4. P. 15–35. URL: https://www.academia.edu/69469731/The_contribution_of_CI_to_the_strategic_decision_making_process_Empirical_study_of_the_European_pharmaceutical_industry
3. Barnea A. Competitive Intelligence in the Defense Industry: A Perspective from Israel – A Case study analysis. *Journal of Intelligence Studies in Business*. 2015. Vol. 4, no. 3. P. 91–111. <https://doi.org/10.37380/jisib.v4i3.107>
4. Calof J. L., Wright S. Competitive intelligence: a practitioner, academic and inter-disciplinary perspective. *European Journal of Marketing*. 2008. Vol. 42, no. 7/8. P. 717–730. <https://doi.org/10.1108/03090560810877114>
5. Cavallo A., Sanasi S., Ghezzi A., Rangone A. Competitive intelligence and strategy formulation: Connecting the dots. *Competitiveness Review: An International Business Journal*. 2020. Vol. 31, No. 2. P. 250–275. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2020-0009>
6. de Almeida F. C., Lesca H., Canton A. W. P. Intrinsic motivation for knowledge sharing – competitive intelligence process in a telecom company. *Journal of Knowledge Management*. 2016. Vol. 20, no. 6. P. 1282–1301. <https://doi.org/10.1108/JKM-02-2016-0083>
7. DiMaggio P. J., Powell W. W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*. 1983. Vol. 48, No. 2. P. 147–160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
8. Du Toit A. S. Competitive intelligence research: An investigation of trends in the literature. *Journal of Intelligence Studies in Business*. 2015. Vol. 5, No. 2. P. 14–21. <https://doi.org/10.37380/jisib.v5i2.127>
9. Fatti A., Du Toit A. Competitive intelligence in the South African pharmaceutical industry. *Journal of Intelligence Studies in Business*. 2013. Vol. 3, no. 1. P. 5–14. <https://doi.org/10.37380/jisib.v3i1.53>
10. Köseoglu M. A., Chan E. S. W., Okumus F., Altin M. How do hotels operationalize their competitive intelligence efforts into their management processes? Proposing a holistic model. *International Journal of Hospitality Management*. 2019. Vol. 83. P. 283–292. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.007>
11. Madureira L., Popović A., Castelli M. Competitive intelligence: A unified view and modular definition. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. Vol. 173. Art. 121086. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121086>
12. Madureira L., Popović A., Castelli M. Competitive Intelligence Empirical Construct Validation Using Expert In-

Depth Interviews Study. Technology Management, Operations and Decisions (ICTMOD) : proc. 2021 IEEE Intern. Conf. (Marrakech, Morocco, 24–26 Nov. 2021). Marrakech : IEEE, 2021. P. 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICTMOD52902.2021.9739422> **13.** Madureira L., Popović A., Castelli M. Competitive Intelligence Maturity Models: Systematic Review, Unified Model and Implementation Frameworks. Journal of Intelligence Studies in Business. 2023. Vol. 13, No. 1. P. 6–29. <https://doi.org/10.37380/jisib.v13i1.988> **14.** Maluleka T., Chummun B. Z. Competitive intelligence and strategy implementation: Critical examination of present literature review. SA Journal of Information Management. 2023. <https://doi.org/10.4102/sajim.v25i1.1610> **15.** Martre H. Intelligence économique et stratégie des entreprises : rapport du Groupe «Intelligence économique et stratégie des entreprises». Paris : La Documentation Française, 1994. 167 p. URL: <https://www.vie-publique.fr/files/rapport/pdf/074000410.pdf> (дата звернення: 15.06.2026) **16.** Nte N. D., Omede K. N., Enokie B. K., Bienose O. Competitive Intelligence and Competitive Advantage in Pharmaceutical Firms in Developing Economies: A Review of Lagos State, Nigeria. Journal of Management, Economics and Industrial Organization. 2020. Vol. 4, no. 1. P. 76–99. <https://doi.org/10.31039/jomeino.2020.4.1.5> **17.** Pellissier R., Nenzhelele T. E. Towards a universal competitive intelligence process model. SA Journal of Information Management. 2013. Vol. 15, No. 2. <https://doi.org/10.4102/sajim.v15i2.567> **18.** Pirttimäki V., Lönnqvist A., Karjaluoto A. Measurement of Business Intelligence in a Finnish Telecommunications Company. The Electronic Journal of Knowledge Management. 2006. Vol. 4, iss. 1. P. 83–90. URL: https://www.researchgate.net/publication/220826011_Measurement_of_Business_Intelligence_in_a_Finnish_Telecommunications_Company (дата звернення: 12.06.2026) **19.** Prescott J. E., Miree C. E. Small Business Solutions: Building and Leveraging a Competitive Intelligence Capability Without Going Broke. Journal of Small Business Strategy. 1998. Vol. 9, no. 2. P. 57–76. URL: <https://libjournals.mtsu.edu/index.php/jsbs/article/view/390> (дата звернення: 14.04.2026) **20.** Rosch E. Cognitive representations of semantic categories. Journal of Experimental Psychology: General. 1975. Vol. 104, No. 3. P. 192–233. <https://doi.org/10.1037/0096-3445.104.3.192> **21.** Scott W. R. Institutions and Organizations: Ideas, Interests and Identities. 4th ed. Thousand Oaks : SAGE, 2014. 360 p. **22.** Shapira I. The limited influence of competitive intelligence over corporate strategy in Israel: historical, organizational, conceptual, and cultural explanations. Intelligence and National Security. 2020. Vol. 36, no. 1. P. 95–115. <https://doi.org/10.1080/02684527.2020.1796338> **23.** Sølten K. S. Labeling or Science-by-Buzzwords: The Semantic Trap in Academic Research and How to Get Out of It. Journal of Intelligence Studies in Business. 2020. Vol. 10, No. 3. P. 4–7. <https://doi.org/10.37380/jisib.v10i3.635> **24.** Taylor J. R. Linguistic Categorization. 3rd ed. Oxford : Oxford University Press, 2003. 324 p. **25.** Wright S., Fleisher C. S., Madden E. Characteristics of Competitive Intelligence Practice in R&D Driven Firms: Evidence from the UK Pharmaceutical Industry. European Business Research Forum (EBRF) : conference paper (Finland, 2008). URL: https://www.researchgate.net/publication/228978848_Characteristics_of_competitive_intelligence_practice_in_RD_driven_firms_Evidence_from_the_UK_pharmaceutical_industry (дата звернення: 21.05.2026).



REFERENCES:

1. Alkhawaldeh B., Jaran F. Z., Al-Shakri K. S., Almahameed H., Bany Taha I. A. The influence of competitive intelligence on sustainable competitive advantage in Jordanian telecommunications companies: *Mediating Role information sharing. Journal of Intelligence Studies in Business*. 2024. Vol. 14, no. 1. P. 42–54. <https://doi.org/10.37380/jisib.v14.i1.2488>
2. Badr A., Madden E., Wright S. The contribution of CI to the strategic decision-making process: empirical study of the European pharmaceutical industry. *Journal of Competitive Intelligence and Management*. 2006. Vol. 3, No. 4. P. 15–35. URL: https://www.academia.edu/69469731/The_contribution_of_CI_to_the_strategic_decisi_on_making_process_Empirical_study_of_the_European_pharmaceutical_industry
3. Barnea A. Competitive Intelligence in the Defense Industry: A Perspective from Israel – A Case study analysis. *Journal of Intelligence Studies in Business*. 2015. Vol. 4, no. 3. P. 91–111. <https://doi.org/10.37380/jisib.v4i3.107>
4. Calof J. L., Wright S. Competitive intelligence: a practitioner, academic and inter-disciplinary perspective. *European Journal of Marketing*. 2008. Vol. 42, no. 7/8. P. 717–730. <https://doi.org/10.1108/03090560810877114>
5. Cavallo A., Sanasi S., Ghezzi A., Rangone A. Competitive intelligence and strategy formulation: Connecting the dots. *Competitiveness Review: An International Business Journal*. 2020. Vol. 31, No. 2. P. 250–275. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2020-0009>
6. de Almeida F. C., Lesca H., Canton A. W. P. Intrinsic motivation for knowledge sharing – competitive intelligence process in a telecom company. *Journal of Knowledge Management*. 2016. Vol. 20, no. 6. P. 1282–1301. <https://doi.org/10.1108/JKM-02-2016-0083>
7. DiMaggio P. J., Powell W. W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*. 1983. Vol. 48, No. 2. P. 147–160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
8. Du Toit A. S. Competitive intelligence research: An investigation of trends in the literature. *Journal of Intelligence Studies in Business*. 2015. Vol. 5, No. 2. P. 14–21. <https://doi.org/10.37380/jisib.v5i2.127>
9. Fatti A., Du Toit A. Competitive intelligence in the South African pharmaceutical industry. *Journal of Intelligence Studies in Business*. 2013. Vol. 3, no. 1. P. 5–14. <https://doi.org/10.37380/jisib.v3i1.53>
10. Köseoglu M. A., Chan E. S. W., Okumus F., Altin M. How do hotels operationalize their competitive intelligence efforts into their management processes? Proposing a holistic model. *International Journal of Hospitality Management*. 2019. Vol. 83. P. 283–292. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.007>
11. Madureira L., Popović A., Castelli M. Competitive intelligence: A unified view and modular definition. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. Vol. 173. Art. 121086. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121086>
12. Madureira L., Popović A., Castelli M. Competitive Intelligence Empirical Construct Validation Using Expert In-Depth Interviews Study. *Technology Management, Operations and Decisions (ICTMOD) : proc. 2021 IEEE Intern. Conf. (Marrakech, Morocco, 24–26 Nov. 2021)*. Marrakech : IEEE, 2021. P. 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICTMOD52902.2021.9739422>
13. Madureira L., Popović A., Castelli M. Competitive Intelligence Maturity Models: Systematic Review, Unified Model and Implementation Frameworks. *Journal of Intelligence Studies in Business*. 2023. Vol. 13, No. 1. P. 6–29. <https://doi.org/10.37380/jisib.v13i1.988>
14. Maluleka T., Chummun B. Z. Competitive intelligence and strategy implementation:

Critical examination of present literature review. SA Journal of Information Management. 2023. <https://doi.org/10.4102/sajim.v25i1.1610> **15.** Martre H. Intelligence économique et stratégie des entreprises : rapport du Groupe «Intelligence économique et stratégie des entreprises». Paris : La Documentation Française, 1994. 167 p. URL: <https://www.vie-publique.fr/files/rapport/pdf/074000410.pdf> (дата звернення: 15.06.2026) **16.** Nte N. D., Omede K. N., Enokie B. K., Bienose O. Competitive Intelligence and Competitive Advantage in Pharmaceutical Firms in Developing Economies: A Review of Lagos State, Nigeria. Journal of Management, Economics and Industrial Organization. 2020. Vol. 4, no. 1. P. 76–99. <https://doi.org/10.31039/jomeino.2020.4.1.5> **17.** Pellissier R., Nenzhelele T. E. Towards a universal competitive intelligence process model. SA Journal of Information Management. 2013. Vol. 15, No. 2. <https://doi.org/10.4102/sajim.v15i2.567> **18.** Pirttimäki V., Lönnqvist A., Karjaluo A. Measurement of Business Intelligence in a Finnish Telecommunications Company. The Electronic Journal of Knowledge Management. 2006. Vol. 4, iss. 1. P. 83–90. URL: https://www.researchgate.net/publication/220826011_Measurement_of_Business_Intelligence_in_a_Finnish_Telecommunications_Company (дата звернення: 12.06.2026) **19.** Prescott J. E., Miree C. E. Small Business Solutions: Building and Leveraging a Competitive Intelligence Capability Without Going Broke. Journal of Small Business Strategy. 1998. Vol. 9, no. 2. P. 57–76. URL: <https://libjournals.mtsu.edu/index.php/jsbs/article/view/390> (дата звернення: 14.04.2026) **20.** Rosch E. Cognitive representations of semantic categories. Journal of Experimental Psychology: General. 1975. Vol. 104, No. 3. P. 192–233. <https://doi.org/10.1037/0096-3445.104.3.192> **21.** Scott W. R. Institutions and Organizations: Ideas, Interests and Identities. 4th ed. Thousand Oaks : SAGE, 2014. 360 p. **22.** Shapira I. The limited influence of competitive intelligence over corporate strategy in Israel: historical, organizational, conceptual, and cultural explanations. Intelligence and National Security. 2020. Vol. 36, no. 1. P. 95–115. <https://doi.org/10.1080/02684527.2020.1796338> **23.** Søilen K. S. Labeling or Science-by-Buzzwords: The Semantic Trap in Academic Research and How to Get Out of It. Journal of Intelligence Studies in Business. 2020. Vol. 10, No. 3. P. 4–7. DOI: 10.37380/jisib.v10i3.635. **24.** Taylor J. R. Linguistic Categorization. 3rd ed. Oxford : Oxford University Press, 2003. 324 p. **25.** Wright S., Fleisher C. S., Madden E. Characteristics of Competitive Intelligence Practice in R&D Driven Firms: Evidence from the UK Pharmaceutical Industry. European Business Research Forum (EBRF) : conference paper (Finland, 2008). URL: https://www.researchgate.net/publication/228978848_Characteristics_of_competitive_intelligence_practice_in_RD_driven_firms_Evidence_from_the_UK_pharmaceutical_industry (дата звернення: 21.05.2026).



Melnyk V. I.¹

Doctor of Science (Economics), Professor

ORCID ID: 0000-0002-8587-1192

E-mail: melnyk.vc@gmail.com

Omelchenko O. V.²

Post-graduate Student

ORCID ID: 0009-0005-6773-0387

E-mail: visnyk_econom@nuwm.edu.ua

¹*Vinnytsia Education and Research Institute of Economics of West Ukrainian National University, Vinnytsia, Ukraine*

²*West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine*

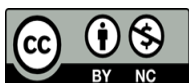
COMPETITIVE INTELLIGENCE IN THE SECTORAL DIMENSION: CONCEPT UNIVERSALITY AND OPERATIONAL DIFFERENTIATION

The article investigates the theoretical and methodological foundations of competitive intelligence (CI) in the sectoral dimension, addressing the contradiction between the universality of its conceptual core and its operational variability. The research problem arises from the coexistence of more than 800 recorded definitions of CI with the routine transfer of general definitions into sectoral contexts without conceptual modification, which constitutes a tacit methodological consensus that has never been systematically verified. The aim is to prove that the conceptual model of CI is sector-invariant, whereas sectoral differentiation is realised exclusively at the operational level and does not affect the basic definition. The hypothesis is tested deductively, by proof through contradiction: the modular "5P" framework (Process, Purview, Product, Purpose, Practice) serves as the verification instrument, and three logically possible scenarios of a genuinely sector-specific definition are formulated, namely the introduction of a sixth dimension, reduction to a subset of the existing ones, or a redefinition of the core dimensions incompatible with the universal understanding. The pharmaceutical industry, the defence industry and telecommunications are examined under a single analytical protocol as sectors combining pronounced regulatory and structural specificity with the most representative empirical base of CI research; the hospitality sector serves as an external control case. None of them has produced its own conceptual definition of CI: the dimensions of Process, Product and Purpose remain invariant, while Purview and Practice are the sole carriers of sectoral specificity. Four relatively independent levels of operational differentiation are identified, namely objects of monitoring, information sources, analytical methods and organisational forms of implementation, which exhaust the space of sectoral variation and represent a projection of the 5P architecture onto empirical material. The regularity is

explained through prototype semantics in cognitive linguistics, which accounts for the asymmetry between the prototypical core of the discipline and the peripheral features of its particular realisations, and through normative isomorphism, which explains the uncoordinated convergence of definitions among researchers working in a shared information field. The applied implications concern the substantiation of cross-sectoral transfer of CI practices, the design of training programmes around a single theoretical core supplemented by sectoral operational modules, and the grounds for rejecting attempts to "clarify" the definition of CI for a particular sector, which complicate the terminological apparatus without producing new scientific knowledge.

Keywords: competitive intelligence; strategic management; 5P framework; conceptual core; cross-sectoral analysis.

Отримано/Received:	22.05.2026
Прийнято до друку/Accepted:	25.06.2026
Опубліковано/Published:	29.06.2026



This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 License (<http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits use and distribution in any medium, provided the original work is properly cited and the use is non-commercial.

© 2026 The Author(s).