

УДК 658:005

Раца О.Б.
аспірантЧернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧОЮ ПОВЕДІНКОЮ ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Робота присвячена вирішенню питань, що стосуються проблеми економічної безпеки, що має вагомe значення в контексті взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища, а особливо із споживачами. У статті обґрунтовується можливість і доцільність необхідності врахування економічних інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища. Предметом дослідження є споживча поведінка підприємства у системі забезпечення економічної безпеки. Метою статті є обґрунтування загального механізму формування стратегій споживчої поведінки у контексті забезпечення економічної безпеки підприємства. У роботі проведено аналіз досліджень вітчизняних та закордонних вчених щодо проблем забезпечення економічної безпеки підприємства. Проведено аналіз дефініції «економічна безпека підприємства» в контексті узгодження інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища з допомогою діалектичного та класифікаційно-аналітичного методів, дедукції, індукції, аналізу, синтезу. На основі отриманих результатів, зроблено висновки про існування стійкого причинно-наслідкового зв'язку між поняттям економічної безпеки підприємства та необхідністю узгодження інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища. Крім цього, у статті обґрунтовується зв'язок економічної безпеки підприємства із стратегічним плануванням та управлінням. У роботі наводяться аргументи, які підтверджують авторське бачення алгоритму стратегічного управління споживчою поведінкою підприємства у системі забезпечення економічної безпеки. Охарактеризовано процес формування споживчої поведінки підприємства. Показано, що у вхідній інформації, що надходить до підприємства, ключовою є поведінка споживачів. Дано коротку характеристику всіх етапів бачення алгоритму стратегічного управління споживчою поведінкою підприємства. У результаті проведеного дослідження зроблено висновки щодо доцільності постійного відслідковування та врахування змін у мотиваційному профілі споживача, визначення пріоритетних чинників, що на нього впливають, є ключовим інструментом для забезпечення економічної безпеки підприємства. Результати дослідження можуть служити практичними рекомендаціями підприємствам, які прагнуть підвищення рівня економічної безпеки підприємства.

Ключові слова: споживча поведінка, економічна безпека підприємства, зовнішнє середовище, алгоритм, стратегічне управління.

Ratsa O.B. STRATEGIC MANAGEMENT OF CONSUMER BEHAVIOR OF ENTERPRISE IN THE SYSTEM OF SUPPORT ECONOMIC SAFETY

This work is devoted to solving issues relating to problems concerning economic safety that has a significant importance in the context of interaction with the subjects of the environment, especially with consumers. There was a proved possibility and expediency need to incorporate economic interests with the interests of the enterprise business environment in the article. The subject of research is the consumer behavior in the system of enterprise to ensure economic safety. The article aims to substantiation of the formation mechanism of the general strategy of consumer behavior in the context of economic safety. There were analyzed studies of domestic and foreign scientists on issues of economic safety of enterprise in article. Analysis conducted such definitions as «economic safety of enterprise» in the context of reconciling the interests of the enterprise with those of the subjects of the environment through dialectical classification and analytical methods and methods of deduction, induction, analysis and synthesis. On the basis the results, it was concluded about the existence of sustainable causal connection between the notion of economic safety of enterprise and the need to reconciling the interests with the interests of the enterprise of subjects environment. In addition, there is justified by the relationship economic safety of enterprise of strategic planning and management in the article. It was presented arguments supporting the author's vision of strategic management algorithm consumer behavior the enterprise in the system to ensure economic safety. It described the process of formation of consumer behavior enterprise. It was shown that input information coming to the company, the key is consumer behavior. The author was given a brief description of all stages of strategic management vision algorithm for consumer behavior business. As a result of the research it was concluded regarding the advisability a permanent track and account changes in consumer motivational profiles, identifying priority factors influence on him, is a key instrument for ensuring economic safety. Research results can serve as practical recommendations to enterprises that seek to increase the level of economic safety.

Keywords: consumer behavior, economic safety, the environment, algorithm, strategic management.

Постановка проблеми. В умовах невизначеності ринку та трансформацій економіки для створення конкурентних переваг національних підприємств особливої актуальності набуває проблема економічної безпеки, що має вагомe значення в контексті взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища, а особливо із споживачами. Ідеологія таких відносин передбачає перехід до індивідуального підходу до споживача, формування споживчих профілів, задоволення персональних потреб або потреб окремої споживчої групи. Це дозволяє побудувати довгострокові відносини з споживачами, що і стане запорукою забезпечення економічної безпеки підприємства в середньо- та довгостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вирішення проблем забезпечення економічної безпеки підприємства розглядаються багатьма науковцями,

що неминуче розширює диференційовані підходи до цього поняття. Найбільш вагомими результатами наукової думки в цьому напрямку видаються: формування понятійного апарату (Т.М. Адаменко, Г.В. Козаченко [1], В.П. Пономарьов [2]), визначення основних складових, розроблення системи критеріїв оцінки (В.Л. Ортинський [3], Л.Є. Шульженко [4]), дослідження методології визначення економічної безпеки підприємства (А.С. Товб і Г.Л. Ципес [5]), формування інструментів підтримки та механізмів забезпечення економічної безпеки (О.Ф. Новікова [6], Є. І. Овчаренко [7]), визначення стратегічних напрямів управління економічною безпекою (І.А. Бланк [8], Т.Г. Васильців [9], О.В. Зибарева, О.О. Петрацак [10]), тощо.

Невирішені складові загальної проблеми. Проте, одним з невирішених питань залишається забезпе-

чення економічної безпеки підприємства в контексті взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища, а особливо із споживачами.

Формулювання цілей статі. Для забезпечення високого рівня економічної безпеки підприємства необхідно враховувати економічні інтереси підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища. Одним з ключових суб'єктів зовнішнього середовища з огляду на чутливість до змін та ступінь впливу на діяльність підприємства, є споживач. Стратегічне управління споживчою поведінкою підприємства є одним із базових складових забезпечення економічної безпеки в довгостроковій перспективі. Отже, мета роботи – запропонувати загальний механізм формування стратегій споживчої поведінки у контексті забезпечення економічної безпеки підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш ніж перейти до основної мети роботи, видається доцільним обґрунтувати причинно-наслідковий

зв'язок між «управлінням споживчою поведінкою підприємства» та «забезпеченням економічної безпеки підприємства». Так, Г.В. Козаченко, В.П. Пономаров трактують економічну безпеку підприємства «як гармонізацію в часі та просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішнього середовища, що діють поза межами підприємства» [2]. В.Л. Ортинський розглядає економічну безпеку підприємства як захищеність потенціалу підприємства (виробничого, організаційно-технічного, фінансово-економічного, соціального) від негативної дії зовнішніх і внутрішніх чинників, прямих або непрямих економічних загроз, а також здатність суб'єкта до відтворення [3, с. 121]. О.Ф. Новікова дає наступне визначення економічної безпеки підприємства як стану захищеності економічних інтересів особи, суспільства, держави від економічних загроз та інших загроз національній безпеці, які на них впливають [6, с. 78]. За І.А. Бланком, економічна



Рис. 1. Алгоритм стратегічного управління споживчою поведінкою підприємства у системі забезпечення економічної безпеки

Джерело: складено автором

безпека підприємства – це становище найбільш ефективного використання ресурсів для запобігання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства на теперішній час і в майбутньому [8, с. 219]. На думку Т.Г. Васильціва, економічна безпека підприємства – це захищеність його діяльності від негативного впливу зовнішнього оточення, а також здатність своєчасно усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, які не відбиваються негативно на його діяльності [9, с. 74].

Крім того, Яременко О. Ф. зазначає, що ринкова складова економічної безпеки відображає ступінь відповідності існуючих можливостей підприємства власній стратегії розвитку та зовнішнім можливостям [11].

Таким чином, простежується прямий зв'язок між поняттям економічної безпеки підприємства та необхідністю узгодження інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища. Загальний вплив на суб'єкти зовнішнього середовища в цілому, та споживача зокрема охоплює такі дії: моніторинг, здійснення аналізу профілю споживача, стратегічне планування та управління, оперативне управління, загальна оцінка та контроль.

Оскільки економічна безпека підприємства має прямий зв'язок із стратегічним плануванням та управлінням, то ми зосередимо увагу саме на стратегії управління споживчої поведінкою підприємства з урахуванням цілей, засобів і можливостей їхнього досягнення, умов господарювання.

Проведення аналізу на глобальному, національному, галузевому і суб'єктному рівнях дає змогу оцінити конкурентні перспективи й окреслити орієнтири щодо формування та реалізації стратегії підприємств. Сьогодні, на більшості українських підприємств, управління стратегічно не узгоджене зі змінами середовища, в якому функціонують суб'єкти господарювання. Так, визначена Н.П. Карачиною інтерпретація категорії «економічна поведінка підприємства» (комбінація законодавчих дій, яка відтворює сутність та характер економічної діяльності, що обумовлена впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів, для реалізації пріоритетних цілей підприємства в умовах вибору та адаптації до змін) свідчить про те, що поведінка суб'єкта не є абсолютно детермінованою; в ній завжди існують елементи спонтанності, інтуїтивності, експромту [12]. Різниця у тому, що поведінка підприємства може мати як цілеспрямований, так і спонтанний характер, в той час як стратегія лише – цілеспрямований.

За визначенням Н.П. Карачини, О.В. Лазарук, Н.І. Ганзієнко, модель поведінки підприємства – це прогнозовані і передбачувані дії організації у відповідь на сигнали соціоекономічного та політичного ландшафту, обумовлені складним комплексом взаємодії змістовних чинників внутрішніх підсистем та зовнішнього середовища [13, с. 15]. Саме тому, моделювання стратегії управління споживчою поведінкою підприємства передбачає використання одного із запланованих «портфелів» науково обґрунтованих інструментів, дій залежно від зміни толерантності споживача до товару та (чи) власне самого підприємства.

Аналіз стратегічної взаємодії підприємства із споживачами в умовах невизначеності ринку обумовив висновок щодо їх подвійної взаємодії з економічною поведінкою, адже сформовані стратегічні цілі визначають характер та сутність поведінки підприємств, а поведінка підприємства, своєю чергою, реалізує цілі стратегії. На підставі результатів власних досліджень пропонується авторське бачення алгоритму стратегічного управління споживчою поведінкою

підприємства у системі забезпечення економічної безпеки (рис. 1).

Як видно з рис. 1, процес формування споживчої поведінки підприємства має тісний взаємозв'язок із забезпеченням економічної безпеки підприємства. У вхідній інформації, що надходить до підприємства, ключовою є поведінка споживачів. Зібрана інформація проходить стадії обробки та аналізу інформації, після чого виділяються основні чинники. Наступним етапом є формування стратегічної мети, оцінка реальних можливостей підприємства, їх співставлення, на основі чого формуються стратегічні альтернативи, вибір стратегічної альтернативи, яка б забезпечила виконання мети. Для реалізації обраного вектору руху розробляється алгоритм дій, який впроваджується з урахуванням змін.

Висновки. Зазначена складова стратегії споживчої поведінки підприємства знаходяться у неперервному взаємозв'язку із механізмом забезпечення економічної безпеки. Формування споживчої поведінки підприємства обумовлюється зовнішніми відношеннями суб'єкта умовами, власними цілями та прагненням споживача. Тому, постійне відслідковування та врахування змін у мотиваційному профілі споживача, визначення пріоритетних чинників, що на нього впливають, є ключовим інструментом для забезпечення економічної безпеки підприємства.

Запропонований алгоритм стратегічного управління споживчою поведінкою підприємства в подальших дослідженнях можуть бути розширений до окремих заходів або їх комплексу з оцінкою економічних та соціальних наслідків їх реалізації для підвищення рівня економічної безпеки підприємства. Посилення такого взаємозв'язку сприятиме захисту підприємства від втрати життєздатності, адаптації до умов невизначеності ринку, що, в свою чергу, сприятиме забезпеченню економічної безпеки як в коротко-, так і в довгостроковому періодах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Козаченко, Г. В. Економічна безпека підприємства: аналіз наявних визначень / Г. В. Козаченко, Т. М. Адаменко // Науковий Вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2015. – №1(69). – С. 90–95.
2. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємств: сутність і передумови формування / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов // Теорія та практика управління у трансформаційний період: 36. наук. праць. – Донецьк : ІЕП НАН України, 2001. – Т. 3. – С. 3-7.
3. Економічна безпека підприємств, організацій та установ : навч. посіб. / В. Л. Ортинський, І. С. Керницький та ін. – К. : Правова єдність, 2009. – 544 с.
4. Шульженко Л. Є. Економічна безпека стратегічного альянсу: системний підхід : [монографія] / Л. Є. Шульженко. – Луганськ: ТОВ «Промдрук», 2014. – 318 с.
5. Тобв А. С. Управление проектами: стандарты, методы, опыт / А. С. Тобв, Г. Л. Ципес. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – С. 237–239.
6. Новікова О. Ф. Економічна безпека: концептуальні визначення та механізми забезпечення : [монографія] / О. Ф. Новікова, Р. В. Покотиленко. – Донецьк : НАН України, Ін-т економіки промисловості, 2006. – 408 с.
7. Овчаренко Є. І. Система економічної безпеки підприємства: формування та цілепокладання : [монографія] / Є. І. Овчаренко. – Лисичанськ: «КИТ-Л», 2015. – 483 с.
8. Бланк І. А. Управління фінансовою безпекою підприємства / Бланк І. А. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2009. – 784 с.
9. Васильців Т. Г. Економічна безпека України: стратегія та механізми зміцнення : [монографія] / Т. Г. Васильців. – Львів : Арал, 2008. – 384 с.
10. Особливості управління підприємствами в умовах глобальних викликів : монографія / за заг. ред. О. В. Зибаревою – Чернівці: Технодрук, 2016. – 320 с.

11. Яременко О. Ф. Проблеми використання сучасних методик діагностики стану економічної безпеки підприємств / О. Ф. Яременко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2008. – № 5, том 2. – С. 13–17.
12. Karachina N. P. Principles of the microeconomic efficiency analysis from the positions of the category “behavior of enterprises”. *Materialy Tym* 5(10) 2008. *Economiczne nauki, Prawo, Pedagogiczne nauki, Filologiczne nauki, Nauki biologiczne, Medycyna, Techniczne nauki: Przemysl. Nauka i studia.* – P. 25–30.
13. Карачина Н. П. Методологічні аспекти моделювання економічної поведінки підприємств / Н. П. Карачина, О.В. Лазарчук, Н.І. Ганзієнко // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2008. – № 1. – С. 14–19.