

УДК 65.012.8:334.752

Борисова О.О.

здобувач

Університету економіки та права «КРОК»

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ СФЕРИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті досліджено проблему дослідження впливу прискорення процесів інформатизації на економічну безпеку суб'єктів господарювання через призму можливостей та загроз її забезпеченню. Запропоновано інструменти її забезпечення на прикладі підприємств сфери ресторанного бізнесу.

Ключові слова: економічна безпека підприємств, можливості, загрози, ресторанний бізнес, інформаційна економіка.

Борисова Е.А. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ СФЕРЫ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье исследована проблема влияния ускорения процессов информатизации на экономическую безопасность субъектов хозяйствования через призму возможностей и угроз ее обеспечению. Предложены инструменты ее обеспечения на примере предприятий сферы ресторанного бизнеса.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятий, возможности, угрозы, ресторанный бизнес, информационная экономика.

Borisova E.O. ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS ENTITIES THE RESTAURANT BUSINESS IN AN INFORMATION ECONOMY

The paper studies the problem of the effect of accelerating the processes of information on the economic security of business entities in the light of opportunities and threats to its security. Proposed instruments to ensure it on the example of the restaurant business.

Keywords: economic security, opportunities, threats, restaurant business, information economy.

Постановка проблеми. Під впливом чинників інформаційної економіки змінюється зміст господарської діяльності суб'єктів господарювання: інформатизація стає складовою частиною їх комерційної діяльності за допомогою сучасних ІКТ, інформаційних повідомлень, різних форм, методів і каналів передавання інформації суб'єктами між собою або від суб'єктів до цільових груп та поєднує як приватні інтереси (наприклад, виробника), так і публічні інтереси (держави, суспільства, значних верств населення тощо).

Така зміна умов функціонування економічних суб'єктів (домогосподарств, підприємств, державних установ) зумовлює необхідність корегування системи забезпечення їх економіки з точки зору використання можливостей, що відкриваються, а також попередження настання і подолання наслідків реалізації загроз. Вплив розвитку інформатизації суб'єктів господарювання на їх економічну безпеку має дуальну природу: з одного боку, *створює нові можливості підвищення рівня економічної безпеки як результату інтенсивного прискорення економічного зростання*, а з іншого – *загострює існуючі та породжує нові загрози економічній безпеці в різних сферах*.

Зазначене обумовлює актуальність дослідження впливу процесів інформатизації на економічну безпеку суб'єктів господарювання через призму можливостей та загроз її забезпеченню.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням здійснення бізнес-комунікацій в умовах інформаційної економіки присвячені наукові праці Р. Барнета, Д. Белла, К. Боулдінга, Дж. Ліхтхайма, Р. Дарендорфа, А. Етціоні, Г. Кана, В. Танзі. Методологічну основу дослідження інформаційного суспільства становлять роботи Д. Белла, Дж. Гелбрейта, М. Кастельса, Н. Лумана, М. Маклюена, Дж. Мартіна, В. Мартинюк, Е. Масуди, Ф. Махлупа, Е. Менсфілда, Р. Нельсона, Т. Стоуньєра, Е. Тоффлера, А. Турена, Й. Шумпетера. Проблеми управління інформаційними ресурсами досліджені в працях

Н. Вінера, П. Друкера, В. Пономаренка, Дж. Стігліца, В. Ситника, О. Щедрина, Дж. Ейкерлофа та ін. Водночас додаткового висвітлення потребує завдання аналізу впливу чинників інформаційної економіки на забезпечення економічної безпеки підприємств.

Мета статті полягає в аналізі зовнішніх та внутрішніх чинників, пов'язаних із розвитком інформаційної економіки, що формують можливості та загрози економічній безпеці суб'єктів господарювання, та висвітленні комплексу інструментів її забезпечення на прикладі підприємств сфери ресторанного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформатизація як одна з основних тенденцій розвитку світової економіки цікавить багатьох дослідників сучасності. Поширення інформатизації та комунікацій у практиці сучасної соціально-економічної діяльності є водночас причиною та наслідком якісно іншого етапу соціально-економічних відносин, а саме розвитку інформаційної економіки як складової частини постіндустріального суспільства. Україна як повноправний учасник світового економічного співтовариства спільно з іншими країнами також проходить даний етап еволюційного розвитку.

Під час визначення поняття «інформаційна економіка» виділяють кілька підходів [1]. Відповідно до першого, під інформаційною економікою розуміється комплекс наукомістких галузей, зайнятих виробництвом і обслуговуванням інформаційно-комунікаційного устаткування, створенням і розповсюдженням програмних продуктів, розвитком комунікаційних мереж, а також уся система формування, зберігання, розповсюдження й отримання інформації, яка значною мірою побудована на базі Інтернет. Другий підхід розглядає інформаційну економіку як сукупність галузей, що характеризуються більш значною питомою вагою інтелектуального капіталу порівняно з іншими факторами виробництва. Відповідно до третього підходу, інформаційна економіка є сучасною стадією розвитку цивілізації, якій притаманні

високий ступінь залежності економіки від інформації; широке застосування інформаційних технологій у бізнес-практиці; зростання значення ІТ-індустрії для економіки; значне збільшення інформаційного складника в собівартості продуктів і послуг. Вона характеризується технічними / технологічними / організаційними / інституційними інноваціями в діяльності різних (у тому числі і традиційних) галузей економіки, розширенням використання ІКТ та підвищенням значущості інтелектуального капіталу і знань. Слід погодитися з цим підходом та далі розглядати поняття «інформаційна економіка» для позначення інформаційної шаблі розвитку, що характеризується переплетенням традиційних і високотехнологічних галузей економіки на основі розширення використання інтелектуального капіталу та ІКТ.

Використання Інтернету зростає в різних секторах по всьому світу, проте основна частина Інтернет-контента, як і раніше, створюється в розвинених країнах. Аналіз темпів впровадження ІКТ у різних секторах показує, що електронний бізнес демонструє зростання в усьому світі, хоча між окремими регіонами існують значні відмінності в тому, що стосується розмірів і місця розташування підприємств: малі і мікропідприємства підключені набагато меншою мірою, ніж крупні компанії, а підприємства в сільській місцевості – менше, ніж підприємства в містах. Окрім того, не всі комерційні організації мають ширококутовий доступ до Інтернету, який необхідний для участі в електронному бізнесі і використання повною мірою його потенціалу.

Електронна економічна діяльність суб'єктів господарювання, що у світі позначається як В2В (Business-to-Business) – взаємовідносини між комерційними організаціями і В2С (Business-to-Customer) – взаємовідносини між комерційними організаціями та споживачами, В2Г (Business-to-Government) – взаємовідносини між комерційними організаціями та урядом) має низку доведених і потенційних переваг, таких як поглиблення участі в міжнародних виробничих системах, розширення доступу на ринки і ринкового охопту, підвищення внутрішньої і ринкової ефективності, а також зниження транзакційних витрат. Вона може сприяти створенню зайнятості в секторі інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і на підприємствах, які стають більш конкурентоздатними завдяки закупівлям і продажам в інтерактивному середовищі. Нові дані по Європі, представлені в доповіді ЮНКТАД, указують на значний вигравш у продуктивності праці завдяки продажам в Інтернеті, а також на те, що ці наслідки більші для менш крупних підприємств і для галузей послуг. Для оцінки наявності в країнах умов для електронної торгівлі у світовій економіці ЮНКТАД розробив новий Індекс електронної торгівлі В2С, що охоплює дані по

130 країнах і чотирьох показниках: користування Інтернетом, забезпеченість безпечними серверами, поширеність розрахунків по кредитних картах і розвиток послуг доставки поштою. Значення Індeksu електронної торгівлі В2С ЮНКТАД демонструє високу позитивну кореляцію з варіацією долі покупців, що здійснюють покупки в мережі [2].

Позитивні результати електронної торгівлі реалізуються не автоматично, і така форма торгівлі також створює проблеми для деяких існуючих гравців. Із приходом конкурентів, що пропонують товари з новими функціональними властивостями і нові послуги для споживачів, електронна торгівля переформатує ринок. Наприклад, традиційні фізично існуючі магазини все більшою мірою необхідно адаптувати до зростання прозорості цін і конкуренції, формувати нові канали збуту в Інтернеті, інвестувати в нове устаткування і послуги, залучати фахівців нових професій і переглядати свої ділові стратегії. Перехід до продажів у Мережі – непросте завдання, і навіть провідні світові компанії роздрібною торгівлі зіткнулися з труднощами в її рішенні. Існує також можливість того, що технологічно просунуті іноземні конкуренти обійдуть місцеві фірми, зайнявши завдяки електронній торгівлі значнішу частку ринку порівняно з місцевими фірмами. Інтернет-торгівля призвела до збільшення числа і розширення сфери певних видів злочинів і шахрайства.

Крім того, уряди країн світу стурбовані ерозією податкової бази і трансфертним ціноутворенням, що формують перешкоди зростанню, особливо для мікро- і малих підприємств. Електронна покупка і продаж також створюють юридичні проблеми, які повинні вирішуватися як державою, так і самою галуззю. Це стосується як вітчизняної електронної торгівлі, так і міжнародних операцій. Навіть у розвинених регіонах відмінності в правових нормах, зафіксованих у законодавстві держав, стримують міжнародну електронну торгівлю. У «Доповіді про інформаційну економіку» ООН за 2015 р. представлена карта законодавства, прийнятого державами в чотирьох основних областях кіберзаконодавства: електронні операції, захист споживачів у Мережі, захист даних і конфіденційність, кіберзлочинність [2]. Відповідне законодавство в цих областях переважно існує в розвинених країнах, проте в багатьох інших регіонах світу воно недостатнє (табл. 1).

Проведений аналіз підходів до визначення ролі зовнішніх чинників, пов'язаних із розвитком інформаційної економіки в забезпеченні складових частин економічної безпеки суб'єктів господарювання дає змогу зробити висновок про дуальний характер її впливу (як можливість та як загроза), що узагальнено відображають національні інтереси в економічній сфері (економічна незалежність, стійкість

Таблиця 1
Доля країн, де прийнято законодавство про електронну торгівлю (станом на 2014 р., %)

	Законодавство				
	Всього країн, число	про електронні операції	щодо захисту споживачів	про конфіденційність та захист даних	щодо кіберзлочинності
Розвинуті країни	42	97,6	85,7	97,6	83,3
Країни, що розвиваються, у т. ч. Африка	54	46,3	33,3	38,9	40,7
Азія й Океанія	48	72,9	37,5	29,2	56,3
Латинська Америка і Карибський басейн	33	81,8	54,5	48,5	63,6
Країни з перехідною економікою	17	100	11,8	88,2	70,6
Всі країни	194	74,7	47,4	55,2	60,3

Джерело: складено на основі [2]

і стабільність національної економіки, здатність до саморозвитку і прогресу) з урахуванням ризиків і можливостей їх уникнення (рис. 1).

У забезпечення економічної безпеки України значний внесок роблять підприємства сфери ресторанного бізнесу, що обумовлено економічними та соціальними функціями, що вони виконують, та подвійним змістом ресторанного продукту: як безпосередньо продукту так і сервісу, що повинні відповідати вимогам ринку. В умовах високого рівня забезпеченості населення засобами мобільного зв'язку, підприємства сфери ресторанного бізнесу активно використовують інструменти мобільного маркетингу, зокрема: мобільні додатки, QR-коди, мобільні платіжні системи, електронні меню, стільниковий зв'язок, меседжі, мобільний Інтернет, Wi-Fi-маркетинг тощо [4; 5]. Це надає можливість збільшити кількість відвідувачів та покупців, збільшити обсяг середнього чеку, підвищити впізнаваність бренду, формувати лояльність клієнтів тощо. Отже, використання інструментів мобільного маркетингу розширює можливості забезпечення економічної безпеки підприємств завдяки підвищенню їх конкурентоспроможності.

Зокрема, мобільні додатки нині розвиваються швидкими темпами та допомагають ресторанам збільшити продажі, повернути та утримати клієнтів, налагодити комунікаційний канал із ними, зібрати дані про відвідувачів, залучити нових гостей. Ще однією цікавою з точки зору просування бізнесу функцією мобільного телефону є розпізнавання QR-кодів, що дають змогу спрямовувати відвідувачів на сайт ресторану або його рекламну сторінку, передавати текстову або графічну інформацію, ініціювати відправлення SMS-повідомлень. Їх можна наносити на упаковку для доставки їжі, чеки, фірмовий одяг, на стіни, асфальт тощо. Електронне меню є однією з останніх західних тенденцій ресторанного бізнесу: коли гостям замість звичайного друкованого каталогу приносять планшет з описом блюд (на різних мовах), розрахунок за їжу гості також можуть зробити картою на цьому ж планшеті.

Мобільні платіжні системи також дають змогу клієнтами оплачувати своє замовлення з використанням власного мобільного телефону, що також дає можливість покращити сервіс ресторану. Безумовним лідером у цій групі інструментів маркетингу є розсилання SMS-повідомлень, у тому числі через популярні месенджери.

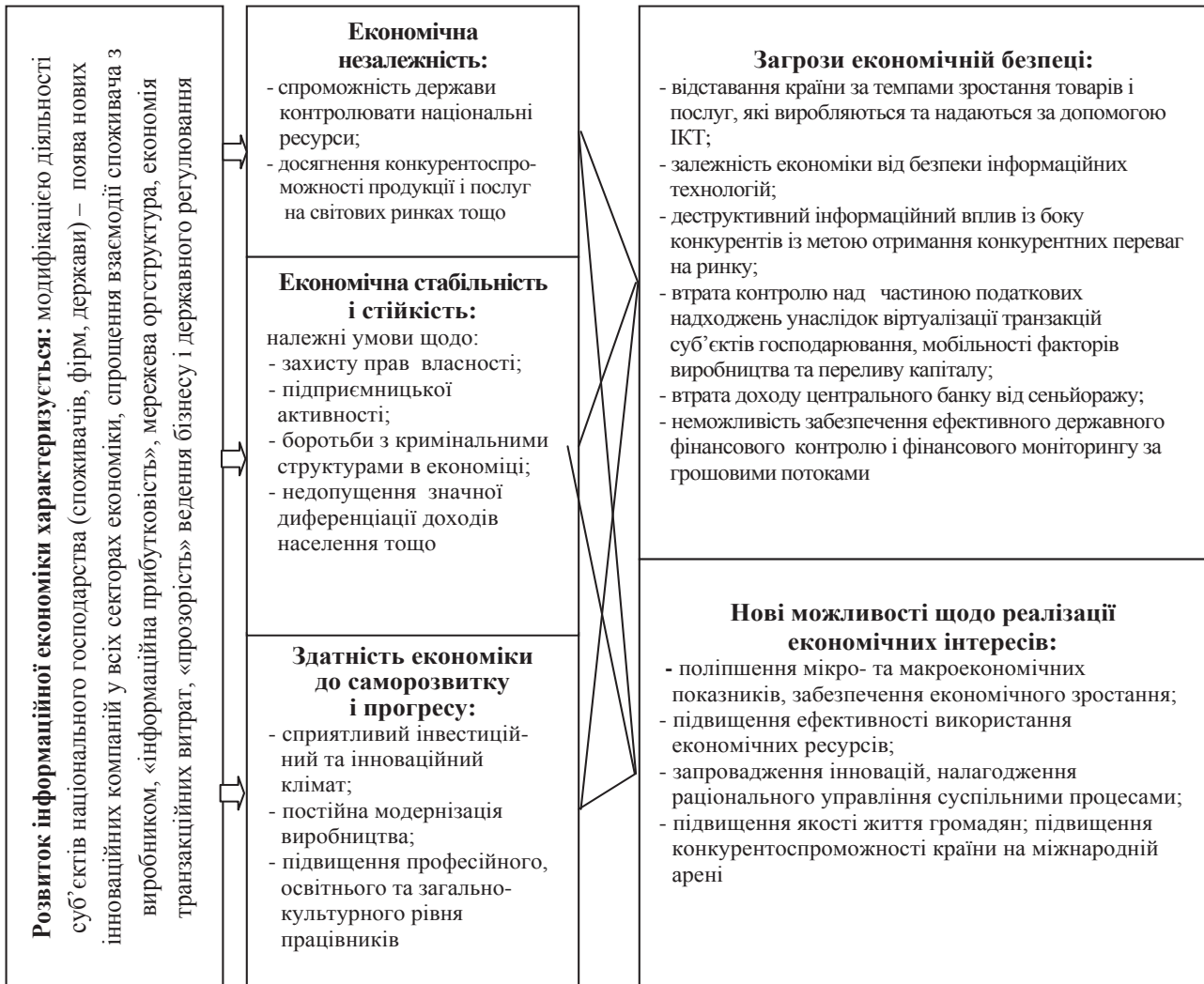


Рис. 1. Схема взаємозв'язку між процесами розвитку інформаційної економіки та їх впливом на економічну безпеку на різних рівнях економіки

Джерело: складено автором із використанням [3]

Цікаві можливості та значний потенціал мають Wi-Fi-маркетинг (для перегляду рекламних роликів, використання анкет перед використанням високошвидкісного Інтернету) і мобільний Інтернет, частка користувачів якого за 2015 р. у світі збільшилася на 90%.

Висновки. Аналіз темпів упровадження ІКТ у різних секторах показує, що електронний бізнес демонструє зростання в усьому світі, хоча між окремими регіонами існують значні відмінності в тому, що стосується розмірів і місця розташування підприємств.

Мобільний маркетинг надає продавцям можливість звернутися до конкретного споживача послуг та сформулювати необхідну комунікацію, а споживачу – своєчасно отримувати актуальні саме для нього послуги.

Водночас поряд із можливостями для зміцнення економічної безпеки суб'єктів господарювання сфери ресторанного бізнесу загострюються загрози їх інформаційній безпеці, що пов'язані з необхідністю дотримання комерційної таємниці та безпеки на рівні ІТ-технологій (правил безпеки серверів, правил архівування, збереження інформації).

Для оцінки ефективності застосування мобільного маркетингу на підприємстві необхідно здійснювати веб-аналітику. Вихідні дані для неї можна отримати за допомогою сервісів Інтернет-статистики, що дають змогу проаналізувати ефективність сайту або мобільного додатку, а також каналів залучення трафіку.

Напрямом подальших досліджень є визначення ключових показників оцінки ефективності роботи, які мають відображати ступінь досягнення мети, бути значущими для бізнесу, бути прозорими, конкретними, точно визначеними та своєчасними. Зазначені показники ефективності слід згрупувати у дві групи: технічні (специфічні для кожного інструменту електронного маркетингу) та бізнес-показники (відображають фінансову вигоду від використання електронного маркетингу).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М. : Прогресс, 1966. – 462 с.
2. Доповідь про інформаційну економіку: ООН за 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015overview_ru.pdf.
3. Наумік-Гладка К.Г. Проблеми забезпечення економічної безпеки держави в умовах становлення інформаційної економіки / К.Г. Наумік-Гладка // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 6. – С. 206–209 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-6-2015>.
4. П'ятницька Г.Т. Тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні / Г.Т. П'ятницька // Вісник КНТЕУ. – 2004. – № 2.
5. Жоголева М.В. Заставте Интернет работать на ваш ресторан / М. Жоголева. – М. : Ресторанные ведомости, 2016. – 264 с.

УДК 330.322:658

Вашечко Ю.В.
аспірант

*Харківського національного аграрного університету
імені В.В. Докучаєва*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЙ «ІНВЕСТИЦІЇ» ТА «ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ»

Статтю присвячено дослідженню підходів до тлумачення категорій «інвестиції» та «інвестиційна привабливість підприємств». Проведено аналіз поглядів історико-економічних шкіл та течій на зміст поняття «інвестиції». Сформовано авторський підхід до визначення сутності зазначених дефініцій.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість підприємств, капітальні вкладення, інвестиційна діяльність.

Вашечко Ю.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СУЩНОСТИ КАТЕГОРИЙ «ИНВЕСТИЦИИ» И «ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Статья посвящена исследованию подходов к толкованию категорий «инвестиции» и «инвестиционная привлекательность предприятий». Проведен анализ взглядов историко-экономических школ и течений на содержание понятия «инвестиции». Сформирован авторский подход к определению сущности указанных дефиниций.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная привлекательность предприятий, капитальные вложения, инвестиционная деятельность.

Vashechko Yu.V. THEORETICAL ASPECTS DEFINING THE ESSENCE OF CATEGORIES "INVESTMENTS" AND "INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISES"

The article investigates approaches to the interpretation of the category of «investment» and «investment attractiveness of enterprises». The analysis looks historical – economic schools and trends on the meaning of investment. Formed author's approach to defining the essence of these definitions.

Keywords: investments, investment attractiveness of enterprises, investments, investment activity.

Постановка проблеми. Проблема залучення інвестиційних ресурсів і ефективного їх використання в сучасних кризових умовах є однією з головних, оскільки без її вирішення розраховувати на зростання рівня життя населення, збільшення обсягів виробництва, підвищення ефективності функціонування підприємств і забезпечення продовольчої

безпеки нашої країни є практично неможливими. Інвестиційна привабливість при цьому відіграє роль ключового елемента, оскільки їх динамічність залежить від можливостей підприємства відповідати умовам потенційних інвесторів.

Вивчення вітчизняних та іноземних джерел, монографічних досліджень свідчить про наявність істот-