

Anna Medentseva,

I year student of National University of Food Technologies
street Salyana 70, Kyiv, 04107, Ukraine
e-mail: anya.medentseva@gmail.com

Bogdana Makushenko,

I year student of National University of Food Technologies
street Korolenka 53, Brovary, 07400, Ukraine
e-mail: bogdana.bobryk@gmail.com

УДК 338.27

DOI: 10.5281/zenodo.1304202

ВАСИЛЬЧАК С.В.,
ДУБИНА М.П.,
ВІВЧАРУК О.М.,
ПЕТРИНЯК У.Я.

Формування економічної безпеки підприємств харчової промисловості

Предметом дослідження є теоретико–методологічні засади формування економічної безпеки підприємств харчової промисловості.

Метою дослідження є обґрунтування можливих шляхів забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості.

Методи дослідження. У дослідженні використано сукупність наукових методів і підходів, у тому числі логічного узагальнення, системний, метод порівнянь, графічний, що дозволило забезпечити концептуальну єдність дослідження.

Результати роботи. У статті обґрунтовано необхідність формування економічної безпеки підприємств харчової промисловості на основі організаційно–економічного механізму, дія якого буде забезпечуватись за допомогою використання новітніх маркетингових інструментів фінансового захисту бізнесу в харчовій промисловості, що сприятиме формуванню економічної безпеки суб'єктів господарювання.

Галузь застосування результатів. В галузі економічних наук та в практичній діяльності підприємств харчової промисловості.

Висновки. Основні підсумки дослідження та його теоретико–методологічні результати можна звести до наступного формулювання: на основі оцінки фінансово–економічного становища значної кількості суб'єктів господарювання в харчовій промисловості, яке погіршується через відсутність налагоджених систем логістики і інфраструктури підприємницького бізнесу, постійно невдалими реформами і відсутністю прийнятної державної політики щодо їх розвитку, актуалізує реальну необхідність утворення функціональних для бізнесового середовища організаційно–економічних механізмів, котрі б функціонували на основі новітніх маркетингових інструментів фінансового захисту підприємств в харчовій промисловості та сприяли формуванню їх економічної безпеки. Із метою задіяння запропонованого механізму в контексті забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості використано маркетингові інструменти, зокрема соціал медіа маркетинг, бренд–підхід та брендінг харчової продукції, event–маркетинг та системно–рефлексивний маркетинг.

Ключові слова: формування, економічна безпека, підприємства харчової промисловості, механізм, маркетингові інструменти.

ВАСИЛЬЧАК С.В.,
ДУБИНА М.П.,
ВІВЧАРУК О.М.,
ПЕТРИНЯК У.Я.

Формирование экономической безопасности предприятий пищевой промышленности

Предметом исследования являются теоретико–методологические основы формирования экономической безопасности предприятий пищевой промышленности.

Целью исследования является обоснование возможных путей обеспечения экономической безопасности предприятий пищевой промышленности.

Методы исследования. В исследовании использованы совокупность научных методов и подходов, в том числе логического обобщения, системный, метод сравнений, графический, что позволило обеспечить концептуальное единство исследования.

Результаты работы. В статье обоснована необходимость формирования экономической безопасности предприятий пищевой промышленности на основе организационно-экономического механизма, действие которого будет обеспечиваться посредством использования новейших маркетинговых инструментов финансовой защиты бизнеса в пищевой промышленности, что будет способствовать формированию экономической безопасности субъектов хозяйствования.

Область применения результатов. В области экономических наук и в практической деятельности предприятий пищевой промышленности.

Выводы. Основные итоги исследования и его теоретико-методологические результаты можно свести к следующей формулировке: на основе оценки финансово-экономического положения значительного количества субъектов хозяйствования в пищевой промышленности, которое ухудшается из-за отсутствия налаженных систем логистики и инфраструктуры предпринимательского бизнеса, постоянно неудачными реформами и отсутствием приемлемой государственной политики по их развитию, актуализирует реальную необходимость создания функциональных для бизнес-среды организационно-экономических механизмов, которые бы функционировали на основе новейших маркетинговых инструментов финансовой защиты предприятий в пищевой промышленности и способствовали формированию их экономической безопасности. С целью за-действия предложенного механизма в контексте обеспечения экономической безопасности предприятий пищевой промышленности использовано маркетинговые инструменты, в частности социал медиа маркетинг, бренд-подход и брендинг пищевой продукции, event-маркетинг и системно-рефлексивный маркетинг.

Ключевые слова: формирование, экономическая безопасность, предприятия пищевой промышленности, механизм, маркетинговые инструменты.

VASYLCHAK S.V.,
DUBYNA M.P.,
VIVCHARUK O.M.,
PETRYNYAK U.Ya.

Formation of economic safety of food industry enterprises

The subject of the study is theoretical and methodological principles for the formation of economic security of food industry enterprises.

The purpose of the study is to substantiate possible ways of ensuring the economic safety of food industry enterprises.

Research methods. The study uses a set of scientific methods and approaches, including logical generalization, systemic, comparison method, graphical, which allowed to ensure the conceptual unity of research.

Results of work. The article substantiates the necessity of forming the economic safety of enterprises of the food industry on the basis of organizational and economic mechanism, the action of which will be ensured through the use of the newest marketing tools of financial protection of business in the food industry, which will contribute to the formation of economic security of economic entities.

The field of application of results. In the field of economics and in the practical activities of food industry enterprises.

Conclusions. The main results of the study and its theoretical and methodological results can be reduced to the following wording: based on the assessment of the financial and economic situation of a large number of business entities in the food industry, which deteriorates due to the lack of well-

established logistics systems and business enterprise infrastructure, constantly unsuccessful reforms and the lack of acceptable state policy on their development, actualizes the real need for the creation of a functional organizational environment for the business environment cognitive mechanisms, which would operate on the basis of the latest marketing tools for the financial protection of enterprises in the food industry and contributed to the formation of their economic security. In order to utilize the proposed mechanism in the context of securing the economic security of food industry enterprises, marketing tools have been used, in particular, social media marketing, brand–approach and food branding, event marketing and system–reflexive marketing.

Key words: formation, economic safety, food industry enterprises, mechanism, marketing tools.

Постановка проблеми. Підприємства харчової промисловості є важливою складовою виробничого комплексу країни, внесок яких в економіку складає вагомий частку. Харчова промисловість є однією із важливих галузей країни. Підприємства харчової промисловості є завершальною ланкою у виробництві харчових продуктів та основою ефективного функціонування вітчизняного продовольчого комплексу. Завдяки діяльності підприємств харчової промисловості забезпечується в певній мірі продовольча безпека країни. Проте важливою проблемою в нинішніх умовах є стабільний розвиток та формування економічної безпеки їх функціонування.

Підприємства харчової промисловості в своїй діяльності взаємопов'язані із підприємствами аграрної сфери. Адже сировина для виробництва продуктів харчування в основному поступає від аграрних виробників. Ефективне функціонування підприємств харчової промисловості на пряму залежить від завантаження виробничих потужностей та налагодження комерційно–виробничих зв'язків. На конкурентоспроможність харчової продукції впливає відповідність аграрної сировини як по екологічних, так і по якісних параметрах. Все вище наведене доводить актуальність вирішення наукової проблеми забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні питання забезпечення економічної безпеки підприємств досліджувало багато вітчизняних та зарубіжних вчених. До них можна віднести Баженова О. В., Васильчак С.В., Дейнеко Л.В., Клебанову Т.С., Ревак І.О., Франчука В.І. та інших.

В наукових дослідженнях вирішення проблеми забезпечення економічної безпеки підприємств піднімається багато різних актуальних питань та напрямів. Зокрема питання управління економічною безпекою підприємства, передумови її забезпечення та попередження загроз. Про-

те мало дослідженими є проблеми забезпечення конкурентоспроможності як продукції, так і самих безпосередньо підприємств харчової промисловості, зокрема на основі використання маркетингових інструментів.

Мета статті полягає у дослідженні і обґрунтуванні можливих шляхів забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості.

Виклад основного матеріалу. В умовах трансформаційних процесів в економіці держави, формування нормативно–правового законодавства діяльності суб'єктів господарювання в контексті євроінтеграції, з'являються такі фактори негативного змісту (рейдерські заходи бізнесу, зниження інвестиційного клімату та конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів господарювання, наростання рівня криміналізації, збільшення проявів корупції в національній економіці тощо), і як наслідок виникає потреба у покращенні забезпечення економічної безпеки підприємств та підприємництва.

Не стійке фінансово–економічне становище значної кількості суб'єктів господарювання, яке погіршується через відсутність налагоджених систем логістики і інфраструктури підприємницького бізнесу, постійно невдалими реформами і відсутністю прийнятної державної допомоги, актуалізує реальну необхідність утворення функціональних для нашого середовища організаційно–економічних механізмів, котрі б функціонували на основі новітніх маркетингових інструментів фінансового захисту суб'єктів підприємницького бізнесу в харчовій промисловості із метою задіяння:

- внутрішнього ресурсу;
- нарощення ринкової вартості підприємств харчової промисловості;
- підвищення конкурентоспроможності як харчової продукції, так і самих суб'єктів господарювання в даній галузі;
- піднесення бізнесу у майбутньому періоді.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Основні питання в контексті організаційно-функціональних задач, які необхідно вирішити за допомогою маркетингового механізму забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості на базі маркетингових інструментів зображено на рис 1. Адже на формування економічної безпеки підприємств харчової промисловості мають вплив численні фактори як внутрішнього так і зовнішнього середовища, наявні ризики у фінансово-економічній діяльності.

Беззаперечно, маркетинговий механізм системи економічної безпеки суб'єктів бізнесу харчової промисловості на основі маркетингових інструментів є надзвичайно комплексним та масштабним, а відтак повинен включати складові, котрі за своєю основною сутністю мають вагомое значення як для розвитку підприємницького бізнесу, так і для розвитку всієї галузі.

Нами мається на увазі, екологічна та інноваційна складові, котрі повинні відобразитися у маркетинговому механізмі системи економічної безпеки суб'єктів підприємницького бізнесу в сфері харчової промисловості, так як без них не буде комплексності на багатьох рівнях захисту і мінімізації впливу екзогенних і ендогенних ризиків.

Доцільно зауважити, держава, що у змозі стратегічно вирішити проблеми інноваційної безпеки у сфері підприємницького бізнесу в галузі харчової промисловості, одночасно формує основу для власного економічного розвитку у довгостроковій перспективі та забезпечення економічної безпеки держави.

Для ефективного убезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості необхідно використовувати системний підхід, котрий передбачає комплексне врахування умов і чинників їх діяльності. Враховуючи запропоноване, можливо розглядати наступний, більш комплексний механізм убезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості (рис. 2).

Структурно даний механізм складається із 3 блоків:

- формування загальнотеоретичних засад убезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості;
- формування практичних передумов реалізації механізму;
- практична реалізація заходів забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості.



Рисунок 1. Організаційно-економічний механізм формування економічної безпеки підприємств харчової промисловості*

* Побудовано авторами

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Перший етап визначає мету, завдання, принципи і методи формування механізму забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості. Метою запропонованого механізму є забезпечення цільового рівня економічної безпеки підприємств харчової промисловості, який надасть таким суб'єктам господарювання, з одного боку, можливість формування необхідного її рівня, а з іншого – дозволить досягнути покращання економічної ефективності та стійкого розвитку.

Найважливішими завданнями запропонованого механізму є убезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості, виконання яких дозволить реалізувати його функції: ідентифікація чинників впливу на економічну безпеку підприємств харчової промисловості, моніторинг її рівня, обґрунтування та реалізація заходів щодо забезпечення цільового рівня безпеки, визначення ефективності заходів з метою коригування управлінських дій.

При формуванні механізму забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості враховані принципи управління економічною безпекою того чи іншого суб'єкта господарюван-

ня, його цілі та фінансові ресурси. Суб'єктом визначено підприємства харчової промисловості в особі менеджерів із економічної безпеки, об'єктом процес забезпечення цільового рівня економічної безпеки. І на завершальному етапі практично реалізується запропонований механізм забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості на основі запропонованих інструментів, серед яких виокремлені маркетингові. До таких маркетингових інструментів віднесено соціаль медіа маркетинг, бренд-підхід та брендинг харчової продукції, event – маркетинг та системно-рефлексивний маркетинг.

Висновки

Використання запропонованого механізму забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості дозволить досягнення стратегічної мети суб'єктів господарювання, що включатиме виробничу стійкість, ринкові важелі досягнення конкурентоздатності харчової продукції на вітчизняних та зовнішніх ринках, реалізацію соціально-економічної складової, що базуються на зайнятості населення, ефективну держав-



Рисунок 2. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості

ну підтримку бізнесу в харчовій промисловості як пріоритетної галузі національної економіки, інноваційно-інвестиційне забезпечення, ефективне використання трудового потенціалу тощо.

Список використаних джерел

1. Васильців Т.Г. (2008) Економічна безпека підприємства України: стратегія та механізм зміцнення [текст]: монографія. Львів: Вид-во «Арал», 2008. – 386с.

2. Васильчак С.В. Механізми формування економічної безпеки підприємств готельного бізнесу на основі маркетингових інструментів / С.В. Васильчак, О.М. Вівчарук, О.В. Фурсіна // Зб. наук. праць «Формування ринкових відносин в Україні» [за ред. І.Г. Мансурова] – Київ, 2017. – № 12 (199). – С.75–79.

3. Дейнеко Л.В. Розвиток харчової промисловості України в умовах ринкових перетворень: проблеми теорії і практики // Л.В. Дейнеко / К.: Вид-во Знання, 1999. – 331 с.

4. Козаченко А.В., Пономарьов В.П., Лященко А.Н. (2003) Економічна безпека підприємства. Сутність і механізм забезпечення практики [текст]: монографія. // А.В. Козаченко, В.П. Пономарьов, А.Н. Лященко / К.: Вид-во «Лібра», 2003. – 280с.

5. Котлер Ф. Основи маркетингу [текст]: Пер. з англ. – М.: «Ростінтер», 2006, 481с.

6. Пономаренко В.С., Кавун С.В. Концептуальні основи економічної безпеки [текст]: монографія. Харків: Вид-во ХНЕУ, 2008. – 256с.

7. Новикова О.Ф., Потоколенко Р.В. Економічна безпека: концептуальне визначення та механізм забезпечення. Інститут економіки промисловості НАН України // О.Ф. Новикова, Р.В. Потоколенко / Донецьк: Вид-во «Прима», 2006. – 407с.

8. Лоханова Н. Система управління станом економічної безпеки підприємства: проблемні питання, концепція розвитку // Н. Лоханова / Економіст (№2), 2005. – с.52 – 56.

References

1. Vasiltsiv TG (2008) Ekonomichna bezpeka pidpriemstva Ukrainy: stratehiia ta mekhanizm zmitsnennia: the monograph. Lviv: View of the Aral Sea. 386.

2. Vasyulchak SV (2017) Mekhanizmy formuvannia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv hotelnoho biznesu na osnovi marketynhovykh instrumentiv / S.V. Vasyulchak, O.M. Vivcharuk, O.V. Fursina // Zb. nauk. prats «Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini» [za red. I.H. Mansurova] – Kyiv, 2017. – № 12 (199). – S.75–79.

3. Deineko L.V. (1999) The development of the Kharkov Promyslovost Ukraini in the customs of the Rinkovych reposition: The problems of theory and practice. K. : Znannya. 331 sec.

4. Kozachenko AV, Ponomarov VP, Lyashchenko AN (2003) Economical bake-free pidpriemstva. Sutchnist' i mekhanizm zabezpechennia: monografija. K. Vidavnitsvto «The Libra», 280.

5. Kotler F. Osnovy marketynhu [tekst]: Per. z anhli. – M.: «Rostinter», 2006, 481s.

6. Ponomarenko VS, Cavun S.V. (2008) Conceptual basis of economical bake-off. Monograph. Har'kiv: View. KNEU. 256.

7. Novikova OF, Potokolenko R.V. (2006) Economical bake-free: conceptually viznachennya mekhanizm zabezpechennia. Institut ekonomiki promyslovosti NAN Ukraini. Donetsk The purport of Prima. 407s.

8. Lokhanova N. (2005) The management system of the camp economical bake-free pidpriemstva: problemni pitninya, kotsitsiya rozvitku. Economist. (No. 2). 52 – 56.

Дані про авторів

Васильчак Світлана Василівна,

д.е.н., професор, Львівський державний університет внутрішніх справ,

вул. Городецька, 26, м. Львів, 79000, Україна

e-mail: gidyak@i.ua

Дубина Марія Петрівна,

к.е.н., доцент, Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені Степана Гжицького,

вул. Пекарська, 50, м. Львів, 79000, Україна

e-mail: dubynamarichka@gmail.com

Вівчарук Ольга Миколаївна,

к.е.н., в.о. доцента, Львівський інститут економіки і туризму,

вул. Модеста Менцинського, 8, м. Львів, 79000, Україна

e-mail: olgavivcharuk@ukr.net

Петриняк Уляна Ярославівна,

к.е.н., викладач, Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президенті України,

вул. Сухомлинського, 16, смт. Брюховичі, м. Львів, 79491, Україна

e-mail: yliana1234@ukr.net

Данные об авторе

Васильчак Светлана Васильевна,

д.э.н., професор, Львовский государственный университет внутренних дел,

ул. Городецкая, 26, г. Львов, 79000, Украина

e-mail: gidyak@i.ua

Дубина Мария Петровна,

к.э.н., доцент, Львовский национальный университет ветеринарной медицины и биотехнологий имени Степана Гжицкого,

ул. Пекарская, 50, г. Львов, 79000, Украина

e-mail: dubynamarichka@gmail.com

Вивчарук Ольга Николаевна,

к.э.н., и.о. доцента, Львовский институт экономики и туризма,

ул. Модеста Менцинского, 8, г. Львов, 79000, Украина

e-mail: olgavivcharuk@ukr.net

Петриняк Ульяна Ярославовна,

к.э.н., преподаватель, Львовский региональный институт государственного управления Национальной академии государственного управления при Президенте Украины,

ул. Сухомлинского, 16, пгт. Брюховичи., г. Львов, 79491, Украина

e-mail: yliana1234@ukr.net

Data about the author

Svetlana Vasylichak,

Doctor of Economics, Professor, Lviv state University of Internal Affairs,

Street Gorodozka, 26, Lviv, 79000, Ukraine

e-mail: gidyak@i.ua

María Dubyna,

PhD in Economics, associate professor, Stephan Gzhytskyi Lviv national university of veterinary medicine and biotechnologies,

Street Pekarska, 50, Lviv, 79000, Ukraine

e-mail: dubynamarichka@gmail.com

Olga Vivcharuk,

PhD in Economics, acting assistant professor, Lviv Institute of Economics and Tourism,

Street Modesta Menzinskego, 8, Lviv, 79000, Ukraine

e-mail: olgavivcharuk@ukr.net

Uliana Petrynyak,

PhD in Economics, teacher Lviv Regional Institute of Public Administration of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine

Street Sukhomlynsky, 16, smt. Bryukhovichi, Lviv, 79491, Ukraine

e-mail: yliana1234@ukr.net

УДК: 327+339

DOI: 10.5281/zenodo.1304206

ДІКАРЄВ О.І.,

ШОСТАК Л.Б.

Китайська стратегія «одного пояса і одного шляху»

Предметом дослідження є генеральний план OBOR, який може запропонувати певні перспективи в якості платформи для більш широкого співробітництва між ЄС і Китаєм по більш складних питаннях безпеки в Євразії. Він являє собою можливість для ЄС працювати в напрямку тісної співпраці на основі більш м'яких підходів до питань безпеки або розвитку.

Мета цієї статті – з'ясувати чи є: (1) глобальна геополітика і сучасна міжнародна політика Китаю в певній мірі взаємодією і залежністю традиційного контексту; (2) наміри китайської еліти не тільки розширювати китайську економіку, купуючи ресурси і ринки для експорту Китаю, але й метою модернізувати найбільші в світі військові сили; (3) реальними можливостями більш агресивної китайської зовнішньополітичної поведінки з заявами про більш широкі зони ідентифікації ППО, впровадженні в нафтові бурові установки і штучні острови в оспорюваних територіальних водах; (4) ефективними можливості просувати свої власні дипломатичні концепції та ініціативи, такі як Азіатський інвестиційний банк (AIIB) і БРІКС-банк і тим самим більш активно домагатися реформування міжнародної системи; (5) чи можуть порти, залізниці ОБОР бути використані для транспортування військових сил Китаю по всій Азії в майбутньому, щоб підштовхнути маятник світової економіки з Заходу на Схід.

Методологія роботи – Для вищезгаданого ще дуже попереднього аналізу використовувався широкий спектр іноземних джерел, який підтримує поступовий розвиток нового мислення і новий підхід в стратегії зовнішньої політики КНР, що вказує на великі зміни в способах міжнародної взаємодії Китаю. Підхід «перехрещення річки за допомогою каменів» найкраще характеризує загальний розвиток зовнішньополітичної поведінки Китаю, а не нову загальну керівну стратегію або генеральний план OBOR.