

УДК 338.2:658.15

DOI: <https://doi.org/10.18664/btie.87.322585>

МЕТОДИ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

*Воловельська І.В. к. е. н., доцент,
Іващук І.Б., магістр,
Ригун В.Ю., магістр (УкрДУЗТ)*



Інтелектуальна система управління економічною безпекою підприємств — це комплексна система захисту підприємства, яка, враховуючи наявний потенціал, нейтралізує негативні зовнішні впливи та досягає поставлених цілей в умовах цифрової економіки на основі критеріїв створювального задоволення в умовах наявного середовища. Діяльність підприємств, зокрема транспортних, зараз проходить у агресивних зовнішніх умовах, із-за воєнного стану в Україні, що змушує змінювати характер економічного захисту підприємств у бік використання інтелектуальних технологій забезпечення економічної безпеки. Усе це вимагає оновлення всієї системи управління і захисту, яка на сьогодні є досить консервативною майже на всіх вітчизняних підприємствах. Проаналізувавши наявні методи удосконалення економічної безпеки підприємства і сучасні тренди, притаманні світовій економіці, необхідно розробити нову систему забезпечення економічної безпеки на основі

визначення психотипу людини та методів її мотивації, оскільки тільки ця система спрямована на успішність у конкурентній боротьбі.

Ключові слова: економічна безпека, створювальне задоволення, психотип, мотивація, інтелектуалізація.

METHODS OF INTELLIGENTIALIZATION OF SYSTEMS OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISE

*Volovelska I.V. Ph.D., Associate Professor,
Ivashchuk I.B., master,
Rigun V.Yu., master (UkrDUZT)*

Today, Ukraine has a situation characterized by the loss of competitive advantages in all areas of business. The country has become resource-oriented, which, of course, cannot fail to affect the general state of the economy. To change this situation, it is necessary to reorient the general policy of the country in the direction of intellectualization of all spheres of social life, since all over the world, under the influence of innovative processes, intellectual activity dominates over the mere production of goods or services.

We can clearly see the main signs of the intellectualization of the economy in such fields as: science; education; high technologies, medicine; integration of enterprises with higher education institutions and research institutes; transition to creative satisfaction in the work of leading enterprises; changing requirements for personnel, especially for their intellectual knowledge, etc

The intelligent system of managing the economic security of enterprises is a complex system of enterprise protection, which, taking into account the existing potential, neutralizes negative external influences and achieves the set goals in the conditions of the digital economy based on the criteria of creative satisfaction in the conditions of the existing environment. The latest trends in the world economy, the state of war in Ukraine force the nature of the economic protection of enterprises to change. Enterprises are currently operating in aggressive external conditions, so it is necessary to use intelligent technologies to ensure economic security.

All this requires updating the entire system of management and protection, which today is quite conservative in almost all domestic enterprises. Having analyzed the existing methods of improving the economic security of the enterprise and modern trends inherent in the world economy, we came to the conclusion that it is necessary to develop a new system for ensuring economic security based on the definition of a person's psych type and methods of his motivation, since only this system is aimed at success in competition.

Keywords: *economic security, creative satisfaction, psychotype, motivation, intellectualization.*

Постановка проблеми. На сьогоднішній день в Україні склалася ситуація, яка характеризується втратою конкурентних переваг у всіх областях господарювання. Агресивна конкурентна боротьба, воєнний стан в Україні змушують змінювати характер економічного захисту підприємств.

Країна стала ресурсорієнтованою, що, зрозуміло, не може не позначитися на загальному становищі економіки. Для зміни цього положення необхідно переорієнтувати загальну політику країни в напрямку інтелектуалізації всіх сфер суспільного життя, так як у всьому світі під впливом інноваційних процесів відбувається домінування інтелектуальної

діяльності перед простим виробництвом товарів або послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виділення невирішених складових загальної проблеми. Вагомий внесок у дослідження основ забезпечення економічної безпеки підприємств зробили такі вчені, як Дикань В.Л., Панченко С.В., Воловельська І.В., Маслово В.О., Маковоз О.В. та ін. [3,4,5,8, 10].

Щодо інтелектуалізації економічних систем, слід визначити таких вчених, як: Гладченко Т.М.; Міхеєву С.Г та ін. [2; 6;9].

Однак варто зазначити, що всі запропоновані наведеними авторами методи забезпечення економічної безпеки підприємств є недостатньо комплексними. Це і стало причиною для написання даної статті.

Мета статті. Розробка методу забезпечення економічної безпеки на основі інтелектуалізації системи за рахунок визначення психотипу людини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні у всьому світі склалася така ситуація, коли інтелектуалізація відбувається не тільки у високотехнічних галузях, але зачіпає всі сфери суспільного життя суспільства, є прямим посилом для зміни економічного, політичного і соціального укладу, що безпосередньо сприяє підвищенню конкурентоспроможності тих галузей, які беруть участь у цьому процесі [6].

Основні ознаки інтелектуалізації економіки ми можемо досить яскраво побачити у таких галузях, як: наука; освіта; високі технології, медицина; інтеграція підприємств з ЗВО та НДІ; перехід до створювального задоволення у роботі підприємств-лідерів; зміна вимог до персоналу, особливо до їхніх інтелектуальних знань та інше.

Таким чином, інтелектуалізація - це процес досягнення ефективної роботи за рахунок нових знань та інноваційних змін.

Еволюція інтелектуальної економіки представлена трьома етапами:

1. знання використовуються для виготовлення знарядь праці;

2. знання використовуються для організації процесів виробництва;

3. знання використовуються для виробництва знань, як основи процесу виробництва.

Інтелектуалізація, таким чином, проявляється у підвищенні інноваційності, технологічності, застосуванні нових організаційно-економічних форм та інструментів господарювання. І все це призводить до появи нових конкурентних переваг, основною яких стає творче задоволення.

Залізничний транспорт традиційно займає основне місце в транспортній системі України. Він забезпечує потреби населення в перевезеннях, одночасно будучи сполучною ланкою всіх галузей матеріального і нематеріального виробництва країни.

Спрямованість діяльності АТ "Укрзалізниця" включає в себе: перевезення пасажирів; перевезення вантажів; промислову діяльність; експлуатацію інфраструктури; наукову діяльність та ін.. З урахуванням цього, можна констатувати, що економічна безпека підприємств залізничного транспорту безпосередньо впливає на національну безпеку України.

Основним конкурентом залізничного транспорту є автомобільний. Тому основна мета залізничного транспорту- переключити споживача з інших видів транспорту на себе.

У залізничного транспорту є безліч переваг в порівнянні з автомобільним, але на короткі відстані і при порівняно невеликій масі вантажів, споживач вибере саме автомобілі і пов'язано це з ціною перевезення.

Основним напрямком для Укрзалізниці залишаються внутрішні перевезення, частка яких становить понад 50% вантажообігу., тоді як експортні вантажі-30%, імпорт – 15% і транзит-15% [1]

Основні вантажоутворюючі галузі промисловості це: вугільна, рудна, металургійна галузі та сільське господарство.

Щодо світової практики, слід відзначити тенденцію країн Євросоюзу щодо зменшення частки вантажів, що перевозяться автомобільним транспортом на користь залізничного. Це пов'язано з тим, що виникла необхідність розвантажити автомобільні дороги і знизити викид в атмосферу шкідливих речовин. Європейська комісія підготувала дорожню карту по переведенню 30% вантажів до 2030 року, що перевозяться автомобільним транспортом на відстань понад 3000км на річковий і залізничний транспорт. Але враховуючи, що річковий транспорт в Україні практично не розвинений, то у залізничного з'являються додаткові переваги.

Хоча, не зайвим буде визнати, що деякі з підприємств-лідерів в даний час активно розглядають саме річковий транспорт через його дешевизну і енергоефективність - мова йде про підприємства, що працюють з Європою.

Таким чином, можна зробити висновок, що великі обсяги вантажів і далекі відстані (понад 3000км) – це пріоритет залізничного транспорту.

Але, на жаль, чим коротше шлях і легше вантаж, тим дорожче перевезення, тому багато вантажовідправників віддають перевагу автомобільному транспорту.

Таким чином, слід зазначити, навіть на вітчизняному ринку транспортних послуг, залізничний транспорт помітно втрачає свої конкурентні переваги, поступаючись своїми пріоритетами іншим видам транспорту.

Так що першорядне значення має впровадження таких послуг і продуктів, які змогли б надати залізничному транспорту такі можливості, які дозволили б йому вільно інтегруватися не тільки в

європейську транспортну систему, а й у світову.

І, як вже говорилося раніше, для цього необхідно: оновити основні фонди та інфраструктуру згідно до вимог ЄС; підвищити якість перевезень; оновити та інтелектуалізувати всі процеси; створити нову нормативно-законодавчу базу, в першу чергу податкову політику; налагодити митні механізми.

Пасажирські перевезення розрізняються між собою в залежності від відстані, якості доріг, комфортністю вагонів та ін.. [7]

Як правило, пасажирські перевезення класифікуються щодо маршрутів (дальності і часу доби), а також за витратністю поїздки. Наприклад, чим триваліша поїздка, тим більшого комфорту вимагає пасажир.

Якщо ж поїздка короткострокова, до 7 годин, то рівень комфорту буде залежати від платоспроможності клієнта. Те ж відноситься і до часу доби: денні або нічні перевезення, але вже менше.

За оцінками аналітиків «найчутливіший вантаж» при стикувальних рейсах, коли після прибуття одного виду транспорту необхідно пересісти на інший, пасажири найбільше цінують точність прибуття транспортного засобу і виберуть той вид транспорту, де ця умова дотримана більш повно.

Клієнти, які мають дуже високий або високий дохід, характерний для преміум-класу, легко доплатять за додаткові послуги: відсутність шуму, кондиціонер, акуратність персоналу, можливість доставки їжі і напоїв, телевізор і т. д.

Така аудиторія віддасть перевагу авіаперевезення або перевезення залізничним транспортом в суперкомфортабельному вагоні. Але зараз із-за воєнного стану авіаційний транспорт не працює.

Середній сегмент вибере середній комфорт. У нього інші цілі: точність прибуття або просто громадська думка

щодо вибору виду транспорту. Це можуть бути як автомобільний, так і залізничний транспорт.

Самий низькооплачуваний контингент- сезонні робітники і пенсіонери. Комфорт їм не по кишені. У своїх перевагах вони будуть орієнтуватися тільки на ціну. Ці клієнти виберуть дешевше перевезення, хоча воно буде некомфортне. Вони готові до митарств за нижчою ціною.

Але для конкуренції третій сегмент особливого значення не має, адже ринок «роблять» споживачі середнього і високого сегмента. А для таких клієнтів першорядну роль відіграє сервіс і комфорт.

Якщо проаналізувати пасажирські перевезення в динаміці, то можна відзначити наступне: конкуренцію залізничному транспорту на середніх відстанях становить автомобільний транспорт, що має практично таке ж розташування шляхів сполучення.

На далекі відстані-це авіаційний транспорт, але через його дорожнечу, далеко не всі можуть скористатися його послугами.

Таким чином, не викликає сумніву, що залізничний транспорт стрімко втрачає свої позиції, його обганяє не тільки автомобільний, а й авіаційний починає займати провідні позиції.

Всі ці негативні моменти повинні бути вирішені в ході проведених реформ. Однак, на наш погляд, підвищити конкурентоспроможність галузі і зміцнити становище на транспортному ринку можливо за допомогою створення інтелектуалізованої системи економічної безпеки, яка допоможе не тільки уникнути негативних моментів в роботі самої залізниці, а й запобігти можливим ризикам з боку зовнішнього агресивного і невизначеного середовища.

Слід зазначити також, що механізми інтелектуалізації системи економічної безпеки підприємства в даний час представляються розрізненими,

нецентралізованими і слабо адаптованими до мінливого зовнішнього середовища. Тому необхідно розробити та обґрунтувати універсальні інструменти та механізми для переходу на інтелектуалізовані основи системи економічної безпеки.

Основним напрямком формування процесу інтелектуалізації економіки повинен стати людський потенціал. А такий потенціал формується окремими особистостями, а значить безпосередньо пов'язаний не тільки з продуктами його розумової і фізичної праці, а й з особливими характеристиками його особистості.

Автори вважають, що основним елементом економічної безпеки будь-якого підприємства є психологічний фактор, як спосіб впливу як на персонал підприємства, так і на користувачів його продукції. Це пов'язано з тим, що саме люди приймають рішення як про дії всередині підприємства, так і про придбання його продукції або послуг.

Що стосується АТ "Укрзалізниця", то кількість як співробітників, так і користувачів настільки величезна, що не викликає сумніву роль даного фактора в життєдіяльності підприємства.

Ми пропонуємо у системі економічної безпеки психологічний фактор розуміти як спосіб впливу і управління поведінкою працівників і споживачів продукції підприємства.

На погляд автора, на поведінку споживача впливають його індивідуальні психологічні особливості та матеріальне становище. Таким чином, необхідно досліджувати існуючі психотипи споживачів, причому виходячи з особливостей запропонованих послуг залізничного транспорту.

Транспортна галузь, особливо залізничний транспорт, має суттєві особливості щодо своїх споживчих якостей порівняно з іншими сферами матеріального та нематеріального виробництва : конкуренції існує тільки

між різними видами транспорту, адже у нас поки не існує конкуренції між окремими операторами всередині залізничної галузі, так як оператор всього один; досить часто виникає ситуація, коли вантажовідправники не мають альтернатив залізничному транспорту, обмежуючи свободу споживчого вибору; транспортна галузь взаємопов'язана з усіма галузями промисловості, чия продукція вона перевозить, таким чином впливаючи на якість і ціну цієї продукції

Продукція транспорту - це перевезення, таким чином, вона виробляється і споживається одночасно, неякісну продукцію повернути не можна.

Вантажовідправник нечасто змінює перевізника не на «користь» залізничного транспорту і тому є кілька причин: залізничний транспорт найменш аварійний, в порівнянні з іншими видами транспорту, грає роль людський фактор - якщо все більш-менш спокійно, не хочеться ризикувати заради мінімальних вигод в ціні і часу. Тарифи на залізничному транспорті регулює держава, так що мови про "цінову війну" не йде.

Відповідно до досліджень відносно еластичності споживчого попиту на вантажні перевезення, збільшення якості перевезення дає більший приріст споживачів ніж зниження тарифів приблизно у два рази.

Але, хочеться відзначити, що не дивлячись на всі вищевказані особливості, договори про перевезення укладають індивідуальні споживачі від імені підприємства, так що знаючи психотип даної людини, можна вплинути і на нього.

А також в залежності від матеріального становища підприємства він вибере більш підходящий для нього вид транспорту. І якщо говорити про вантажоперевезення, то, як говорилося вище, саме великі компанії або холдинги є основою для вантажоперевезень залізничного транспорту. І їх необхідно не залучити, а утримати.

Що стосується пасажирських перевезень, то тут кожен вирішує сам за себе, орієнтуючись при цьому на ті ж фактори: наявність фінансових коштів і особисті переваги.

До основних способів взаємодії зі споживачами, а також до факторів, що впливають на їх поведінку, можна віднести наступні:

- розуміння того, що потрібно покупцеві зараз, які його бажання не задоволені і надання всього спектру послуг, щодо задоволення цих бажань;

- у кожній групі клієнтів є певний набір вимог, які вони пред'являють до товару або послуги при прийнятті рішення про його придбання. Ці вимоги необхідно вислухати і постаратися виконати;

- необхідно вивчити як той чи інший клієнт сприймає як запропонований сервіс, так і необхідну йому покупку. Як тільки виробник буде точно впевнений як клієнт поставиться до тієї чи іншої пропозиції, він зможе допомогти йому зробити вибір;

- необхідно звернути увагу на якість сервісу, яка підходить тому чи іншому споживачеві. Для одних необхідний «феєрверк» пропозицій, посмішок і уваги, для інших досить «сухого» опису товару або послуги;

- необхідно звернути увагу на невдоволення клієнта. Негативні відгуки допомагають надалі уникати тих же помилок і недоліків в роботі.

Клієнтоорієнтований підхід передбачає створення найбільш привабливої пропозиції для споживача.

До категорії високої якості відносяться фактори комплексності перевізних послуг, які надаються, надання послуг «від дверей до дверей», оптимізація логістики, супровід вантажів і моніторинг перевезення з паралельним наданням інформації клієнту. А також відіграє важливу роль широта напрямків перевезення.

Для того, щоб повністю задовольнити потреби клієнта, необхідно

Економіка підприємства

врахувати всі його переваги, тобто розглянути перевезення в цілому.

У таблиці 1 наведено методи мотивації клієнтів відносно їх психотипу та доходу.

Таблиця 1

Мотивація щодо психотипу і доходу споживача (запропоновано автором)

№пп	Психотип	дохід			
		Дуже високий	Високий	Середній	Низький
1	2	3	4	5	6
1	Гедоніст <i>Задоволення без турбот</i>	ВІП клієнти; додаткові послуги; повний супровід; суперкомфорт; подарунок; оптимізація логістики; повне інформування про процес перевезення			////////////////////////////////////
2	Індивідуаліст <i>«плачу більше за свободу вибору»</i>	////////////////////////////////////	будь-які зміни вітаються; особливі послуги особисто для клієнта; постійне нагадування, що саме цей клієнт унікальний; свобода вибору		////////////////////////////////////
3	Матеріаліст <i>«мета виправдовує засоби»</i>	подарунки, особливо на день народження; ексклюзивні умови; озвучити імена всіх великих клієнтів; цінує час, тому всі супутні переговори, оформлення паперів мінімізувати; пояснити всі тимчасові витрати: на переговори, заповнення документів, пояснення; за можливості показати послугу в картинках або фільмі, просту розмову він не розуміє, йому треба все помацати і побачити; інформацію подавати дуже чітко і коротко			////////////////////////////////////

Продовження табл.1

1	2	3	4	5	6
4	Традиціоналіст <i>Безпечно, дешево, перевірено</i>	////////////////////////////////////		невелика знижка; участь в акції, яка пройде при наступній покупці; акцент на безпеку; розповідь про те, що всі задоволені цим видом перевезення, так як він: дешевий, безпечний, зручний; - обов'язково підкреслити прихильність до сімейних цінностей, і якість вітчизняного залізничного транспорту	
5	Моральний <i>Душа, а не матерія</i>	////////////////////////////////////	підкреслити патріотичність клієнта-якість вітчизняного перевезення; акуратність послуги; бюджетність - додаткові послуги не вітаються; повне інформування про перевезення, включаючи кошторис витрат; налагодження дружніх контактів з клієнтом	////////////////////////////////////	
6	Інспірований <i>«Будьте зі мною люб'язні»</i>	////////////////////////////////////		«вести клієнта за руку»; перерахувати всіх відомих людей, що користуються даною послугою; подати бюджетну пропозицію як ексклюзивну «тільки для Вас»	////////////////////////////////////
7	Трудоголік <i>«Ні секунди без користі»</i>	////////////////////////////////////	Пунктуальність; відповідність роботі клієнта (пасажирське перевезення – робота в дорозі; вантажне – краще ніж інший вид транспорту задовольняє вашим умовам); детальна інформація про перевезення: ціна, час у дорозі; послуги і тд	////////////////////////////////////	

Для того, щоб отримати і систематизувати інформацію необхідно створити «клієнтську базу»

Це допоможе не тільки визначити психотип клієнта, але і налагодити з ним особливі відносини, що досить важливо з урахуванням того, що практично всі перевізники надають послуги в одному ціновому форматі.

Тобто, надавши споживачеві додаткову послугу з урахуванням його переваг і фінансових можливостей, ми зможемо вплинути на його вибір на нашу користь.

Також при підготовці різного роду пропозицій вантажоперевізникам, спираючись на інформацію, що міститься в базі, можна врахувати інформацію особистого плану, щодо його смаків. І запропонувавши на переговорах його улюблену марку чаю, кави, їжі, можна схилити його в нашу користь з мінімальними витратами.

В інформаційних картах фізичних осіб збирають інформацію не тільки загальну, щодо місця роботи, сім'ї, фінансів, а й хобі, пристрасті в їжі і напоях, переваги у відпочинку, літературі та ін.

Що до підприємств, необхідна інформація не тільки про діяльність підприємства, а й особистісні характеристики осіб, які ним керують. На них збирається інформація як на фізичних осіб: смаки, пристрасті звички, хобі та ін.

Така інформація допоможе побудувати модель спілкування з клієнтом і аргументувати необхідність роботи саме з нашою компанією.

При володінні подібною інформацією, можна створити враження практично дружніх відносин, тобто збільшить лояльність клієнта.

Висновки. В результаті сказаного, можна зробити висновок про те, що інтелектуалізація системи економічної безпеки підприємств залізничного транспорту допоможе не тільки процвітати підприємству, а й зміцнити

довгострокові відносини зі споживачами і зайняти належне місце на світовому ринку.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вантажопотоки залізничного транспорту України. URL: https://cfts.org.ua/infographics/gruzopotoki_z_heleznykh_dorog_ukrainy__2020
2. Гладченко Т.М. Індикатори економічної безпеки підприємницької діяльності. ДОНДАУ «Менеджер» 2010. №10. С.11
3. Економічна безпека підприємства : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей ВНЗ. / В.Л. Дикань, І.В. Воловельська, О.В. Маковоз. Х.: УкрДАЗТ, 2011. 270 с.
4. Управління бізнесом: підручник / Дикань В.Л., Панченко С.В., Маслова В.О., Воловельська І.В. Х.: УкрДАЗТ, 2017. 315 с.
5. Дикань В.Л., Воловельська І.В. Концептуальні підходи до забезпечення економічної безпеки підприємства. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2018. №64. С.1-18
6. Міхеєва С.Г. Інтелектуалізація економіки: інноваційне виробництво та людський капітал. *Інновації*. 2003. №1. С.14-23
7. Найбільш чутливий вантаж. URL: <https://carway.info/ru/magazine/issue/2018-03/samyu-chuvstvitelnyy-gruz-marketing-mezhdugorodnih-passazhirskih-perevozok>
8. Сучасні тенденції в управлінні ризиками. URL: https://studme.org/126504286558/menedzhment/sovremennye_tendentsii_upravlenii_riskami
9. John Wengler Managing Energy Risk: A Nontechnical Guide to Markets and Trading. Pennwell Pub, 1st edition, 2001. 250 pp.
10. The Global Competitiveness Report 2021-2022. URL:

<https://www.weforum.org>

REFERENCES

1. Vantagopotoky zaliznichnogo transportu Ukrainy URL: https://cfts.org.ua/infographics/gruzopotoki_z_heleznykh_dorog_ukrainy__2020
2. Gladchenko T.M. (2010) Indicators of economic security of enterprises // Donetsk: Menedzher DOnDAU. No. 10. - P.11
3. Dykan', V.L., Volovel's'ka I.V., Makovoz O.V. (2011) Ekonomichna bezpeka pidpriyemstva: navch. posibnyk. – KH.: UkrHAZHT, 243 p.
4. Dykan V.L. Panchenko S.V., Maslova V.O., Volovelska I.V (2017) Upravlinnya biznesom,,- Kh.: UkrDAZT. 315 p.
5. Dykan V.L., Volovelska I.V. (2018) Kontseptualni pidhody do zabezpechennya ekonomichnoi bespeky pidpriyemstva// Kharkiv:Visnik ekonomiky, transportu ta promislovosty.-№64.-P.1-18
6. Miheyeva S.G. (2003). Intelektualisaziya ekonomiky: inovaziyne virobniztvo ta ludskiy kapitalInovazii. №1. C.14-23
7. Naybilsh chutliviy vantag URL: <https://carway.info/ru/magazine/issue/2018-03/samyy-chuvstvitelnyy-gruz-marketing-mezhdugorodnih-passazhirskih-perevozok>
8. Suchasni tendenzii v upravlinnyi biznesom. URL: https://studme.org/126504286558/menedzhment/sovremennye_tendentsii_upravlenii_riska_mi
9. John Wengler. (2001). Managing Energy Risk: A Nontechnical Guide to Markets and Trading. Pennwell Pub, 1st edition- 250 pp.
10. The Global Competitiveness Report 2021-2022 URL:<https://www.weforum.org>